



ISSN 0353-8648

Vol. 52 (3)

EKONOMSKE TEME



Niš, 2014.

EKONOMSKE TEME

Izdavač: Ekonomski fakultet, Univerzitet u Nišu

Za izdavača:

Zoran Aranđelović, dekan

Glavni i odgovorni urednik:

Srdjan Marinković

E-mail: srdjan.marinkovic@eknfak.ni.ac.rs

Uredivački odbor:

Željko Šević, University of Wales, TSD, United Kingdom

Eleftherios Thalassinos, University of Piraeus, Department of Maritime Studies, Greece

Fikret Čaušević, University of Sarajevo, School of Economics and Business, SEESOX Visiting Fellow

Anastasios Karasavvoglou, East Macedonia and Thrace Institute of Technology, Greece

Robert Gora, University of Information Technology and Management, Rzeszow, Poland

Marta Simoes, GEMF and Faculty of Economics, University of Coimbra, Portugal

Antonio Manuel, Portugal, Duarte, Faculty of Economics, University of Coimbra, Portugal

Robert Vodopivec, University of Maribor, Slovenia

Angel Georgiev Angelov, Faculty of Management and Informatics, UNWE, Sofia, Bulgaria

Penka Goranova, Tsenov Academy of Economics - Svishtov, Bulgaria

Dino Martellato, Faculty of Economics, University "Ca' Foscari" Venezia, Italy

Ljubica Kostovska, Faculty of Economics Skopje, Macedonia

Tatjana Orekhova, Donetsk National University, Ukraine

Alexandru Trifu, University „Petre Andrei“ of Iasi, Romania

Ümit Gökdelen, Marmara University, Istanbul, Turkey

Nikola Knego, Faculty of Economics Zagreb, Croatia

Veselin Drašković, Maritime faculty, University of Montenegro

Predrag Ivanović, Faculty of Economics Podgorica, Montenegro

Saša Drezgic, Faculty of Economics, University of Rijeka, Croatia

Jasmina Starc, Fakultet sa biznis i menadžment, Novo Mesto, Slovenija

Ljiljana Maksimović, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Kragujevcu, Srbija

Predrag Bjelić, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu, Srbija

Marko Malović, Institut ekonomskih nauka Beograd, Srbija/ Univerzitet u Istočnom Sarajevu, BiH

Veselin Pješčić, Vice-guverner, Narodna banka Srbije, Srbija

Suzana Stefanović, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Nišu, Srbija

Marina Đorđević, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Nišu, Srbija

Snežana Radukić, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Nišu, Srbija

Tatjana Stevanović, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Nišu, Srbija

Tehnički urednik:

Marina Stanojević

Lektor:

Miroslava Đorđević

U finansiranju ovog časopisa učestvuje

MINISTARSTVO PROSVETE, NAUKE I TEHNOLOŠKOG RAZVOJA REPUBLIKE SRBIJE

Od strane Ministarstva časopis je svrstan u kategoriju časopisa vodećeg nacionalnog značaja (M51)

Časopis je indeksiran u sledećim bazama: EBSCO i CEEOL.

Adresa Redakcije:

Ekonomski fakultet, Univerzitet u Nišu, Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja br. 11, Niš

Tel. +381 18 528-624, 528-601

E-mail: ekonomski-teme@eknfak.ni.ac.rs Web: <http://eknfak.ni.ac.rs/ekonomski-teme/>

Tekući račun Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Nišu: 840-1683666-17

Stampa: Atlantis, Niš

Tiraž: 100

SADRŽAJ

1. **Nebojša Janićijević**
INSTITUCIONALNA ORGANIZACIONA TEORIJA
KAO NOVI ISTRAŽIVAČKI OKVIR ZA RAZUMEVANJE
SAVREMENIH ORGANIZACIJA 251-270
2. **Slavica Penev, Boštjan Udovič, Mihajlo Đukić**
EKONOMSKA DIPLOMATIJA U SRBIJI:
Karakteristike i mogućnosti za unapređenje 271-287
3. **Maja Gavrilović, Dragana Radenković Jocić**
SARADNJA REPUBLIKE SRBIJE I EVROPSKE UNIJE
U PERIODU OTVARANJA PREGOVORA O PRISTUPANJU 289-304
4. **Gorica Bošković, Ana Stojković**
INDUSTRIJSKA POLITIKA KAO FAKTOR KONKURENTNOSTI
EVROPSKE UNIJE NA GLOBALNOM TRŽIŠTU 305-320
5. **Isidora Ljumović, Srđan Marinković**
EKONOMIJA TRŽIŠTA STAMBENIH KREDITA U SRBIJI 321-340
6. **Almir Alihodžić**
ANALIZA KRETANJA NEKVALITETNIH KREDITA I
PROFITABILNOSTI NA BANKOVNOM TRŽIŠTU U BIH 341-359
7. **Svetlana Sokolov Mladenović, Sreten Ćuzović**
TRGOVINSKI MENADŽMENT
U SAVLAĐIVANJU TAJNI ODRŽIVOГ RAZVOJA 361-378
8. **Milan Ivkov, Ivana Blešić,
Vidoje Stefanović, Jovanka Popov Raljić**
UPRAVLJANJE ZADOVOLJSTVOM GOSTIJU
U RESTORATERSTVU - REČ MENADŽERA 379-388



INSTITUCIONALNA ORGANIZACIONA TEORIJA KAO NOVI ISTRAŽIVAČKI OKVIR ZA RAZUMEVANJE SAVREMENIH ORGANIZACIJA

Nebojša Janićijević

Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, Srbija

jnebojsa@eunet.rs

UDK

378

Pregledni rad

Apstrakt: U radu se prezentiraju osnovni postulati institucionalne organizacione teorije kao novog istraživačkog okvira za razumevanje strukturiranja i funkcionisanja savremenih organizacija. Sve veći broj sektora u savremenim društвima postaje institucionalizovan usled promena u tehničko tehnološkoj, društvenoj i političkoj sferi. Svoju legitimnost organizacije u institucionalizovanim sektorima ne dokazuju racionalnošću i efikasnošću, već primenom važećeg institucionalnog obrasca. Institucionalni obrazac ima svoju regulativnu, normativnu i kulturno kognitivnu komponentu a organizacijama u sektoru nameće se kroz prinudni, normativni i mimetički mehanizam. Posledica primene jedinstvenog institucionalnog obrasca u strukturiranju i funkcionisanju svih organizacija u sektoru jeste organizacioni izomorfizam. Opisani elementi institucionalne organizacione teorije su primjenjeni u analizi strukturiranja i funkcionisanja univerziteta i fakulteta u sektoru visokog obrazovanja u Evropi i Srbiji. Pokazano je kako Bolonjski model visokog obrazovanja, kao tipičan institucionalni obrazac, utiče na strukturiranje i funkcionisanje svih univerziteta i fakulteta u evropskom obrazovnom prostoru, implicirajući time njihov organizacioni izomorfizam.

Primljeno:

10.05.2014.

Prihvачено:

10.10.2014.

Ključne reči: institucija, teorija, organizacija, visoko obrazovanje, univerzitet

1. Uvod

Svedoci smo da u sve većem broju sektora privrede i društva, u svetu kao i u Srbiji, organizacije sve više liče jedne na druge. Ova pojava, koja se u stručnoj literaturi naziva organizacioni izomorfizam (DiMaggio, Powell, 1983), prouzrokovana je time što organizacije u jednom sektoru privrede ili društva primenjuju identičnu ili gotovo identičnu organizacionu strukturu, kao i procese funkcionisanja. Drugim rečima, organizacije liče jedne na druge budući da

primenjuju isti model strukturiranja i poslovanja (Scott, 1987). Tako svi univerziteti i fakulteti u sekoru visokog obrazovanja u Evropi, kao i u Srbiji, primenjuju isti režim i strukturu studija, proces nastave i ocenjivanja studenata, mehanizam obezbeđenja kvaliteta, organizacionu strukturu itd. Sve železničke kompanije u Evropi, uključujući i Železnice Srbije, primenjuju isti strukturalni model koji se bazira na odvajanju infrastrukture od prevoznih kapaciteta. Ovaj model se sve više primenjuje i u drugim infrastrukturnim sektorima pa sve više energetskih kompanija, kao i telekomunikacionih kompanija primenjuju model u kome se infrastruktura odvaja od saobraćaja koji teče tom infrastrukturom. Banke sve više liče jedna na drugu, televizije takođe. Svaka kompanija koja želi da pokaže da upravlja kvalitetom, to čini samo na jedan način – primenom ISO standarda. To onda implicira istu organizaciju i primenu sličnih procedura upravljanja kvalitetom u svim tim kompanijama. Konsultantske kompanije, revizorske kuće, kao i advertajzing kompanije pokazuju iznenađujuću sličnost u njihovoj organizacionoj strukturi i modelu poslovanja.

Organizacioni izomorfizam predstavlja jedan od simptoma društvenih promena koje dovode do zastarevanja postojećih i pojave novih organizacionih teorija. On se ne može objasniti teorijama organizacije koje su dominirale u drugoj polovini dvadesetog veka. Vladajuća kontigentna teorija organizacije objašnjava organizovanje kao racionalan proces u kome menadžment organizacije, uzimajući u obzir kontekst u kome se ona nalazi i relevantne faktore koji na nju deluju, vrši izbor najracionalnijeg organizacionog modela koji će obezbediti maksimalne ekonomske performanse (Mintzberg, 1979). Usled toga, prema vladajućoj kontigentnoj teoriji, organizacije treba da budu idiosinkrastične a ne izomorfne. Nema idealne organizacije, nema „one best way“ organizovanja, već organizacija zavisi od situacije u kojoj se preduzeće nalazi (Jones, 2001). Stoga kontigentna teorija ne može da objasni pojavu organizacionog izomorfizma i nema odgovor na pitanje: Zašto u nekim sektorima privrede i društva organizacije primenjuju potpuno iste modele strukturiranja i funkcionisanja?

Odgovor na to pitanje ima, međutim, institucionalna teorija organizacije. Ona predstavlja teorijski okvir koji omogućuje razumevanje organizacionog izomorfizma i organizacionog strukturiranja savremenih organizaicija u mnogim sektorima savremenog društva. Ova teorija ima potencijal da objasni izomorfizam jer se u tri bitne tačke razlikuje od kontigentne teorije organizacije (Scott, 2001). Prvo, prema institucionalnoj organizacionoj teoriji, proces organizovanja nije racionalna odluka menadžmenta organizacije, već se organizovanje vrši tako što se prihvata već oblikovani institucionalni obrzac strukture i funkcionisanja. Drugo, model strukture i funkcionisanja organizacije nije nastao unutar same organizacije, već izvan nje, u institucionalnom okruženju i važi za sve organizaicije u jednom sektoru. Treće, institucionalni obrazac strukture i funkiconisanja organizacija u jednom sektoru nije nužno

tehnički racionalan i ekonomski efikasan, što je prepostavka kontigentne teorije organizacije. Dakle, osnovni postulat institucionalne teorije organizacije jeste da se strukturiranje i funkcionisanje svih organizacija u jednom sektoru vrši po institucionalizovanom obrazcu kreiranom u tom sektoru i nametnutom svim organizacijama u njemu (Scott, 1987). Ako na ovaj način razumemo organizovanje i funkcionisanje organisaicja u jednom sektoru, onda je organizacioni izmorfizam prirodna i logična posledica. Organizacije liče jedna na drugu zato što primenjuju isti obrazac strukture i funkcionisanja koji je kreiran na noivou sektora, institucionalizovan i kao takav nametnut svim organizaicjama u tom sektoru. Sve je veći broj sektora privrede i društva u kojima se proces strukturiranja i funkcionisanja organizacija više ne obavlja po postulatima kontigentne teorije, već na način koji opisuje institucionalna organizaciona teorija. Zato je ova teorija danas sve značajnija kao istraživački okvir za razumevanje savremenih organizacija.

Cilj rada jeste da predstavi osnovne postulate institucionalne teorije organizacije, kao i da kroz primer strukturiranja u visokom obrazovanju u Srbiji pokaže kako se ova teorija može koristiti za razumevanje strukture i funkcionisanja savremenih organizacija. Struktura rada je sledeća. Prvo će biti objašnjeni osnovni elementi institucionalne organizacione teorije kao što su: priroda institucija, način nastanka institucija, vrste insitucija, mehanizam nametanja institucija i reakcije organizaicja na institucije. Zatim će primenom institucionalne organizacione teorije biti objašnjeno strukturiranje u funkcionisanje univerziteta i fakulteta u sektoru visokog obrazovanja u Srbiji.

2. Strukturiranje i funkcionisanje organizacija u institucionalizovanim sektorima

Institucionalna teorija se razvila primarno u sociologiji i političkim naukama gde su prvi institucionalisti bili: Spenser (Spencer), Samner (Sumner), Kuli (Cooley), Hjuz (Hughes), Marks (Marx), Veber (Weber), Dirkhejm (Durkheim), Parsons (Parsons) (Scott, 2001). Tih, 40-ih godina dvadesetog veka institucionalna teorija ulazi u polje organizacije kada se pojavljaju prvi organizacioni institucionalisti: Selcnik (Selznick), Marč (March) i Sajmon (Simon). U drugoj polovini dvadesetog veka, neoinstitucionalisti se pojavljuju u organizacionoj teoriji. Ključne koncepte organizacionog neoinstitucionalizma postavljaju Mejer i Rouan (Meyer, Rowan, 1977), Cuker (Zuker, 1977), Dimadio i Pael (Di Maggio, Powell, 1983), Skot (Scott, 1987, 1996, 2001), Oliver (Oliver, 1991, 1992), Edelman (Edelman, 1992), Grinvud I Hinings sa saradnicima (Greenwood, Higings (1988, 1996, 2008), Kostova (Kostova, 1999), Thornton (Thornton, 2002), Pedersen i Dobin (Pedersen, Dobbin, 1997, 2006). Ova struja institucionalizma i organizacione teorije je i dalje vrlo živa i aktivna i produkuje veliki broj radova kao i nove koncepte i modele.

Centralni argument organizacione institucionalne teorije jeste da je strukturiranje i funkcionisanje organizacija u jednom sektoru ekonomije ili društva determinisano od strane institucija a ne tržišta u tom sektoru (Meyer, Rowan, 1977). Institucije u svakom sektoru propisuju institutional pattern of organizing and functioning i nameću ga svim organizacijama u tom sektoru. Osnovna pretpostavka koja stoji iza ovog argumenta jeste da organizacije svoju legitimnost u društvu dokazuju primenom nametnutog institucionalnog obrasca a ne tehničkom, ili ekonomskom efikasnošću. Svaka organizacija kao akter u društvu mora da dokaže da je legitimna da bi imala pravo i mogućnost da angažuje društvene resurse. Legitimnost je generlizovana percepcija ili pretpostavka da su akcije jednog entiteta poželjne, pogodne, odgovarajuće u okvirima određenih društvenih vrednosti, normi, verovanja i definicija (Scott, 2001). U doba industrijskog društva, organizacije su svoju legitimnost dokazivale primenom tehničkih i ekonomskih principa racionalnosti i efikasnosti a tržišni mehanizam je bio zapravo autoritet koji je određivao koje organizacije su uspevale a koje nisu da dokažu svoju legitimnost. Međutim, u postindustrijskom, modernističkom društву sve je više sektora u kojima se institucionalizuje određeni pattern strukture i procesa u organizacijama kao jedini racionalan, poželjan i koristan za društvo. Organizacije u tim sektorima svoju legitimnost više ne dokazuju praćenjem tehničkih i ekonomskih zahteva racionalnosti i efikasnosti, već primenom institucionalizovanog obrasca strukturiranja i funkcionisanja. U meri u kojoj je jedan sektor institucionalizovan, market kao regulatorni mehanizam i arbitar u utvrđivanju legitimiteta organizacija u tom sektoru, a sa njim i principi tehničke racionalnosti i ekonomске efikasnosti, biva suspendovan i umesto njega tu ulogu preuzimaju institucije u tom sektoru. Ironija je da institucionalizovani obrazac poslovanja koji se nameće organizacijama u jednom sektoru uopšte ne mora biti racionalan niti efikasan način trošenja društvenih resursa. Setimo se samo modela organizovanja samoupravnih preduzeća kao radnih organizacija u bivšoj Jugoslaviji. Ovaj institucionalizovan obrazac organizovanja privrednih organizacija bio je neefikasan, što je dokazano, i neracionalan način trošenja društvenih resursa ali je svejedno morao biti primjenjen. Način nastanka institucija i institucionalizovanih pravila strukturiranja i funkcionisanja organizacija ne daje garancije da će oni biti racionalni i efikasni u tehničkom ili ekonomskom smislu. Institucije svojim kreiranjem i nametnjem obrasca strukturiranja i funkcionisanja organizacija mogu ali i ne moraju obezbediti racionalnost i efikasnost u trošenju društvenih resursa.

Da bi se istražio uticaj institucionalizacije na alokaciju društvenih resursa, moraju se objasniti sledeća pitanja: 1. koja je priroda institucija i institucionalizovanih obrazaca koje oni nameću i kako oni nastaju; 2. da li su svi sektori u istom stepenu izloženi institucionalizaciji ili su neki više a neki manje i zašto; 3. koje su sve vrste institucija koje regulišu poslovanje organizacija u sektoru; 4. koji je mehanizam delovanja tih institucija odnosno

kako one utiču na strukturiranje i funkcionisanje organizacija: 5. kako organizacije reaguju na institucionalni pritisak? U preostalom delu teksta će se pružiti odgovori na ova pitanja da bi se zatim oni primenili na sector visokog obrazovanja u Srbiji.

3. Izvor i priroda institucija u modernim društvima

Prema Veberu (Weber) ljudi su u eri kapitalizma zatvorenici u čeličnom kavezu racionalizma koji se najbolje realizuje u birokratskoj organizaciji preduzeća i društva u celini (DiMaggio, Powell, 1983). Racionalizam organizacija potiče iz tri faktora: tržišna konkurenca između organizacija, konkurenca između država i želja vladara država da kontrolišu gradane. Najvažniji izvor je ipak konkurenca između organizacija na tržištu koja implicira potrebu za tehničkom racionalnošću i ekonomskom efikasnošću. U tržišnoj utakmici pobeđuje ona organizacija koja obezbedi najracionalniju u potrebu društvenih resursa a to će biti ona organizacija koja u najvećoj meri racionalizuje i formalizuje svoju strukturu i funkcionisanje. Po Veberu (Weber), najracionalnija organizacija je upravo birokratija te je ona i simbol kapitalizma. Međutim, u modernističkim, post industrijskim društvima, tržišna konkurenca nije više glavni izvor racionalizacije, već to postaju država i profesija. Glavni razlog tome jeste sve intenzivnije nastojanje vladajućih elita u tim društvima da kontrolišu gradane. Razvoj savremene tehnologije, koja otežava objektivizaciju inputa i outputa savremenih organizacija, takođe doprinosi institucionalizaciji. U tim društвima se suspenduje tržište kao mehanizam alokacije društvenih resursa i umesto njega tu ulogu polako preuzimaju institucije. Organizacije i dalje moraju da zadovolje kriterijume racionalnosti ali se racionalnost organizacije više ne dokazuje na tržištu, praćenjem tehničkih i ekonomskih kriterijuma, već zadovoljenjem kriterijuma definisanih od strane institucija, često kroz delovanje države i profesija.

Prema Skotu (Scott, 1987), institucionalizacija je u osnovi proces kreiranja i stabilizovanja značenja realnosti a institucije su stabilni sistemi socijalnih verovanja i pravila kojima se definiše praksa u mnogim funkcionalnim sferama života. Još davno su Bergman i Lukman (Bergman, Luckmann, 1967) ukazali na važnost socijalne konstrukcije realnosti. Oni su utvrdili da je ponašanje socijalnih aktera, pa tako i aktera na tržištu, determinisano njihovom interpretacijom realnosti koja ih okružuje kao i da oni tu realnosti konstruišu u socijalnoj interakciji sa drugim socijalnim akterima. Zbog toga se socijalno konstruisana realnost može razlikovati od „objektivne“ realnosti, ako takva uopšte postoji. Za razumevanje socijalnog života, pa i za razumevanje ponašanja aktera na tržištu, od ključne je važnosti ne objektivna realnost kao takva, već je njena interpretacija od strane tih aktera. Socijalni akteri svoje akcije oblikuju ne na osnovi objektivne realnosti, već na osnovi sopstvene

interpretacije te realnosti. „Situacija koju ljudi označe realnom, postaje realna po svojim posledicama.“ Tako je društveni poredak rezultat zajedničkih značenja koje konstruišu članovi zajednice kroz interakcije. Društveni poredak ili realnost nastaje kada pojedinac ili grupa preduzima akciju, interpretira tu akciju i to onda deli sa drugima da bi kategorizovao akcije ljudi te da bi se na njih moglo odgovarati na sličan način. To je zapravo proces institucionalizacije: ponavljanje određenih tipova akcija (ponašanja) i pridavanje tim akcijama određenog značenja kako bi se mogli razumeti i odgovoriti na njih. Ta klasifikacija i давање знаčења мора бити интерактивна и recipročна - у њој морaju учествовати више лjudi i организација.

Proces institucionalizacije ima tri faze (Scott, 2001): 1. eksternalizacija – човек zajedno sa ostalima u društvenoj zajednici, grupi ili organizaciji preduzima akcije i interakcije u kojima se proizvode simboli čija značenja dele učesnici tih interakcija; 2. objektivizacija – svi članovi zajednice zajedno interpretiraju te akcije i interakcije kao da su deo neke objektivne realnosti van njih a simboličke strukture proizvedene u akcijama i interakcijama počinju se tretirati kao objektivne, kao нешто „тамо negde“, odvojene od pojedinca koji je učestvovao u njihovom kreiranju, kao relanost koju pojedinac doživljava zajedno sa drugima; 3. internalizacija – članovi zajednice unose te interpretacije objektivnog sveta (запрво акција чланова zajednice) u svoju svest (retrojecting) kroz proces socijalizacije. Ove tri faze rezultiraju u tome da ljudi запрво kreiraju svoj свет кога онда doživljavaju као нешто van sebe, objektivno. Institucionalizacija je socijalni proces u kome ljudi prihvataju socijalnu konstrukciju realnosti odnosno u kome ljudi kroz interakcije i interpretacije ustanovljavaju i prihvataju zajednička značenja koja pridaju sopstvenim i akcijama drugih. Tako realnost postaje taken for granted, она постaje navodno nezavisna od akcija pojedinca (bar on to tako vidi) i pokazuje „како се ствари овде раде“ или „како ствари треба да се раде“. Organizacije u institucionalizovanom svetu запрво reaguju na okruženje koje one same stvaraju (DiMaggio, Powell, 1983). Na тaj начин критеријуми njihovog ponašanja виše нису не зависни од њих самих, што implicira да institucionalizovani образац понашана socijalnih aktera може али и не мора бити технички rationalan и ekonomski efikasan начин upotrebe društvenih resursa. S obzirom da je proces institucionalizacije u osnovi subjektivan, не може се предвидети каква ће правила понашана socijalnih aktera бити institucionalizovana i nametnuta tim akterima a još manje се може garantovati да ће она бити i технички racionalna.

Tokom socijalne konstrukcije realnosti, akcije socijalnih aktera bivaju „напунjene вредностима“ да би као такве биле наметане другим socijalnim akterima (DiMaggio, Powell, 1983). Када се нека акција institucionalizuje njoj се pridaje vrednost, што значи да она мора бити прихваћена i sprovedena od осталих организација. Vrednost nekog obrasca ponašanja uopšte ne мора да потиче отуда што је тај образац технички racionalan ili ekonomski efikasan начин

trošenja društvenih resursa. Institucionalizovan obrazac ponašanja je vredan zato što je opšte prihvacen, zato što je u skladu sa zajedničkom konstrukcijom realnosti a ne zato što je objektivno dokazano da je racionalan. Uz to, on može biti racionalan i efikasan ali samo u određenom kontekstu i u nekim organizacijama dok u drugaćijem kontekstu ili u drugim organizacijama on može biti iracionalan i neefikasan. Budući da u procesu institucionalizacije socijalni akteri sami konstruišu realnost, koja će akcija, obrazac ili pravilo biti institucionalizovan, vrednovan i zatim nametnut svim učesnicima u jednom sektoru, ne zavisi od racionalnosti i efikasnosti toga obrasca, akcije ili pravila, već od interpretacije te racionalnosti i efikasnosti od strane socijalnih aktera. Kada se institucionalizuje određeno pravilo, struktura ili proces, on biva označen od strane socijalnih aktera kao vredan i legitiman te ga stoga svi ostali akteri u jednom sektoru, da bi dokazali svoju legitimnost i vrednost, moraju prihvati i sprovesti. Tako, na primer, neka tehnička inovacija učinjena od strane jedne organizacije (kao npr. Total Quality Management), koja je bila motivisana tehničkom efikasnošću, biva vrednovana na način koji prevazilazi tehnički aspekt te inovacije (Casile, Davis-Blake, 2002). Vremenom, prihvatanje te inovacije postaje obaveza svih drugih organizacija koje tako dokazuju legitimnost svoga postojanja. Postoji prelomna tačka kada tehnička inovacija postaje institucionalni i racionalizovani mit koji se mora prihvati i tako dokazati legitimnost. U drugim organizacijama ta inovacija uopšte ne mora biti primenljiva ili uspešna ali se svejedno mora sprovesti. Posledica je da su rani prihvatioci TQM prihvatali ovaj model na bazi tehničkih argumenata (bolji kvalitet) dok su kasniji prihvatioci to činili na osnovu institucionalnih argumenata odnosno da bi sebi obezbedili legitimnost.

Institucionalizovani obrasci strukturiranja i funkcionalisanja organizacija imaju često oblik savremenih mitova (Meyer, Rowan, 1977). Oni imaju dve karakteristike: prvo, oni su visoko racionalizovani i impersonalni i određuju svrhu ponašanja, kao i metode ponašanja; drugo, oni su institucionalizovani tako da su van uticaja pojedinačnih organizacija. Institucionalizovano organizaciono ponašanje uključuje stabilne, repetitivne i trajne aktivnosti koje imaju značenje i vrednost koja prevazilazi njihove tehničke ciljeve. Institucionalizovane prakse se vide kao prirodne, jedino moguće, dakle legitimne (Oliver, 1992). Organizacije su prinudene da prihvate i sprovedu institucionalizovane obrasce ponašanja da bi dokazali svoju legitimnost, čak i kada su svesni da su oni samo mitovi. Da bi stekle legitimitet, organizacije moraju da se konformiraju sa institucionalizovanim obrascima strukturiranja i funkcionalisanja koji su uzeti zdravo za gotovo kao racionalni. Tako za organizacije u institucionalizovanim sektorima racionalnost nije više kriterijum izbora akcije, već se one u izboru akcije rukovode institucionalizovanim obrazcem. I samo u onoj meri u kojoj je taj obrazac racionalan i efikasan biće racionalna i efikasna i organizaciona akcija. No, videli smo da u procesu

institucionalizacije nema ničega, što bi garantovalo racionalnost i efikasnost rezultata toga procesa: obrazaca ponašanja socijalnih aktera.

Interesantno je da zamena tehničkih i ekonomskih kriterijuma efikasnosti primenom institucionalzovanih mitova u definisanju uspešnosti organizacija odgovara i samim organizacijama. Ova zamena značajno smanjuje stepen neizvesnosti sa kojima se organizacije suočavaju. Neizvesnost je jedan od najvećih „neprijatelja“ svake organizacije jer one vole stabilnost i izvesnost. Ukoliko se legitimitet i uspešnost organizacija meri na osnovu tehničke efikasnosti u koordiniranju internih akcija i relacija sa eksternim okruženjem, organizacija se suočava sa značajnom neizvesnošću. Njeni autputi moraju da zadovolje objektivne tehničke i ekonomski standarde koji se uz to stalno menjaju. Međutim, ukoliko se njena uspešnost meri na osnovu toga u kojoj meri je primenila institucionalni obrazac strukture i funkcionalisanja, organizacija uopšte ne zavisi od svog autputa već od umešnosti da prepozna i da se konformira institucionalnim pravilima u sektoru u kome posluje. Da li će neko javno preduzeće biti legitimni korisnik društvenih sredstava ne zavisi od njihovih autputa, već od toga da li ono primenjuje model strukture i poslovanja koji mu je nametnut. Fakultet će biti legitiman ukoliko prati postojeći model visokog obrazovanja nezavisno od toga koliko je prosečno vreme studiranja, prosečna ocena studenata ili njihov kvantum znanja. U institucionalizovanim sektorima, jedini izvor neizvesnosti za organizacije jeste (ne)poznavanje modela institucionalizovane strukture i funkcionalisanja dok se tehnički izvori neizvesnosti neutrališu.

4. Nivo institucionalizacije u različitim sektorima

Institucionalizacija je proces koji se odvija na nivou sektora ali se ne odvija podjednako u svim sektorima. Neki sektori su više a neki manje izloženi procesu institucionalizacije. Institucionalisti sektore nekada nazivaju „organizational field“ sa definicijom da su to „organizacije koje čine jasnu i prepoznatljivu celinu sa aspetkom institucionalnog života“ (Ashworth et al., 2007). Organizaciono polje se takođe definiše kao set organizacija koje dele model ponašanja zato što dele iste vrednosti i norme (Higings et al., 2004). Da bi se kreirao sektor ili polje, mora doći do strukturacije (DiMaggio, Powell, 1983). To je proces u kome se organizacije međusobno povezuju, stupaju u interakcije i zatim kreiraju interorganizacione strukture, kreiraju informacije koje dele sve organizacije u polju kao i svest da su u tom polju.

Dva su faktora koja determinišu stepen izloženosti nekog sektora ili organizacionog polja procesu institucionalizacije: 1. stepen do koga se output organizacija u sektoru može meriti, ocenjivati i standardizovati; 2. stepen do koga organizacije u sektoru mogu da kontrolišu protok resursa odnosno svoje inpute (Frumkin, Galaskiewicz, 2004). Što je veći stepen standardizacije

outputa organizaicja u polju, što se oni lakše mogu meriti i kvantifikovati, organizacije će manje biti izložene pritisku institucionalizacije i u većoj meri će uvažavati kriteirjume tehničke i ekonomske efikasnosti u svome radu. I obratno, što je manja mogućnost standardizovanja i objektivnog utvrđivanja kvaliteta i kvantiteta outputa, organizacije će više biti izložene pritisku da prihvate institucionalizovana pravila u polju. S druge strane, što je manja mogućnost organizacija da utiču na angažovanje društvenih resursa, to će biti više izloženi pritisku institucionalizacije.

Razvoj savremenih društava iz raznih razloga ide u pravcu povećanja broja sektora u kojima postoje uslovi za institucionalizaciju tako da modernizacija podrazumeva i sve širu institucionalizaciju. Savremene države i njihove političke elite, u nastojanju da prošire svoju kontrolu nad građanima, nastoje da institucionalizuju sve veći broj oblasti života. S druge strane, razvoj tehnologije obezbeđuje sve veći stepen slobode organizacijama pa su one sve manje zavisne od tehnologije, sve manje su prinudene da poštuju tehnička pravila strukturiranja pa su sve više izložena institucionalizaciji. Posledica je da se broj sektora u kojima institucije suspenduju tržište i tehničku racionalnost sve veći kao i da se u tim sektorima povećava broj institucija kojima se mora konformirati i racionalizovanih pravila koje one propisuju.

5. Regulativne, normativne i kulturno kognitivne institucije

Institucije su „socijalno konstruisani sistemi uloga ili programi koji pribrojaju rutine“ (Jepperson, 1991, str. 146). Institucije se sastoje od kulturno kognitivnih, regulativnih i normativnih elemenata koji zajedno sa pripadajućim akcijama i resursima obezbeđuju stabilnost i značenje društvenom životu (Scott, 2001). Institucije su po definiciji stabilne ali se mogu menjati i to inkrementalno i diskontinuelno.

Tabela 1: Tri vrste institucija

Institucija	Regulativna	Normativna	Kulturno kognitivna
Osnova poštovanja	Ispravnost, pogodnost	Društvena obaveza	Zajednička značenja
Osnova poretku	Regulativna pravila	Očekivanja	Konstitutivna šema
Mehanizam	Prinuda	Normativni	Mimetički
Indikatori	Zakoni, propisi, pravila, sankcije	Sertifikacija, licence	Zajednička verovanja, logika akcije
Osnova legitimnosti	Legalno sankcionisane	Moralno vođene	Kulturno podržana, prepoznatljiva

Izvor: Prilagođeno prema Scott Richard W. (2001), *Institutions and Organizations*, Thousand Oaks, CA: Sage

Rezultat procesa institucionalizacije su tri vrste institucija koje na različite načine nameću institucionalizovana pravila. Te tri vrste institucija su: regulativne, normativne i kulturno-kognitivne (Scott, 2001). Njihove karakteristike, kao i princip, delovanja mogu se videti iz prethodne tabele:

Regulativne institucije se oslanjaju na normativna pravila koja imaju preskriptivnu, evaluativnu i obligatornu dimenziju – propisuju akcije, ocenjuju akcije i kreiraju obavezu da se ponaša na određeni način. Primeri regulativne institucije su zakoni koje donosi parlament ili odluke koje donosi vlada koje u velikoj meri propisuju strukturiranje i funkcionisanje organizacija u različitim sektorima pri čemu je njihova primena osigurana pretnjom sankcijama, odnosno primenom sile.

Normativne institucije se zasnivaju na profesionalnim standardima, vrednostima i normama ponašanja. Profesije su svojevrsne institucije koje određuju ne samo šta je legitimni cilj aktivnosti i šta treba raditi, već i sredstva za ostvarenje cilja odnosno kako to uraditi. Specifične norme kako treba raditi određenu funkciju su zapravo uloge. Verovanja o tome kako uloga treba da se obavi jeste zapravo preskriptivno pravilo koje, kao socijalno očekivano, vrši pritisak i mora da se ispuni. Norme ne samo da određuju način ponašanja već i prava i obaveze, prilivlegije.

Kulturalno kognitivne institucije jesu zajednička verovanja i koncepcije koje definišu socijalnu realnost i određuju njenu značenje. U ovom svom značenju, institucija je neka vrsta kristalizacije ili sedimentacije (naslaga) značenja. Polazi se od socijalne konstrukcije realnosti i važnosti kognitivnih struktura za čoveka i toga da čovek deluje u skladu sa sopstvenim reprezentacijama realnosti. Ovaj vrsta institucije podrazumeva zajednička značenja (kulturno) i to da su ona u interpretativnim šemama pojedinaca (kognitivno). Ove institucije obezbeđuju da se neko ponašanje doživljava, ne kao nametnuto profesionalnim pravilima (normativne institucije) i zakonom (regulativne institucije), već kao jedino ispravno i moguće ponašanje.

Legitimnost akcije neke organizacije određuju sve tri institucije ali svaka na svoj način: regulativne institucije prate da li su poštovani zakoni i pravila; normativne institucije ocenjuju da li je ponašanje u skladu sa očekivanjima koje postavljaju norme (pisane ili nepisane) a kulturno kognitivne institucije daju legitimitet samo onim akcijama koje su u skladu sa socijalno konstruisanom slikom realnosti i vrednostima i verovanjima koja iz te slike proizilaze.

6. Prinudni, normativni i mimetički mehanizmi institucionalnog uticaja na organizacije

Tri vrste opisanih institucija na tri različita načina i kroz tri različita procesa determinišu ponašanje organizacija u sektoru: prinudni, normativni, mimetički (Perdesen, Dobbin, 2006). Prinudni proces podrazumeva da se strukture, procesi

i značenja nameću eksplisitnim ili implicitnim zakonima, formalnim ili neformalnim. Mimetički proces podrazumeva da organizacija suočena sa nepoznatim, nejasnim, neizvesnim događajima u okruženju, kada ne zna relaciju između ponašanja i posledica, imitira druge organizacije u sektoru za koje veruje da to bolje znaju od nje da bi smanjila rizik delovanja u takvim neizvesnim situacijama. Normativni proces podrazumeva profesionalizaciju odnosno da organizacije moraju da prihvate neke strukture, procese ili verovanja koja nameće određena profesija. Profesionalni standardi se nameću kroz obrazovanje i kroz profesionalna udruženja koja imaju jak motiv da čuvaju te standarde (npr. računovodstvena udruženja).

Bilo koja da institucija deluje i na bilo koji način, posledica tog delovanja na organizacije u sektoru, jeste organizacioni izomorfizam. To je pojava da organizacije u sektoru sve više liče jedna na druge, kako po svojoj strukturi, tako i po načinu funkcionisanja. Logično je da, ako sve organizacije moraju da prate i primenjuju ista institucionalizovana pravila rada, onda sve one vremenom postaju slične jedna drugoj – izomorfne. Što je društvo u celini više institucionalizovano i što je neki sektor više i duže izložen institucionalizaciji, organizacije u njemu će postati sve sličnije. Možemo primetiti, na primer, da sve informativne emisije koje donose vesti na svim televizijama u svetu liče jedna na drugu i da zapravo koriste jedan obrazac i format koji je svojevremeno kreirao CNN.

.Budući da postoje tri osnovna mehanizma delovanja institucija na organizacije, postoji i tri oblika izomorfizma (DiMaggio, Powell, 1983). Prinudni izomorfizam nastaje kao posledica formalnih i neformalnih pritisaka koje na organizacije u polju vrši država, profesija, druge organizacije od kojih su one zavisne (npr svi dobavljači delova jednog velikog proizvođača automobila moraju da primene određene sisteme i procedure) kao i pritisaka koji dolaze u obliku kulturnih očekivanja. Pritisici mogu biti direktni, što je najčešći slučaj sa zahtevima državnih organa, ali i mnogo suptilniji, kada je reč o pritiscima od kulturnih očekivanja ili od profesije.

Mimetički izomorfizam nastaje kao posledica nesposobnosti organizacija da rešavaju samostalno probleme sa kojima se suočavaju (Lee, Pennings, 2002). Organizacije se ugledaju na druge organizacije kao na modele. Firme primenjuju strukture koje kopiraju od uspešnih kompanija verujući da će to i njima doneti uspeh i ne vodeći računa o različitosti konteksta u kome se te strukture primenjuju. Imitacija se vrši i kroz praksu konsaltinga jer konsultanti koriste jednu organizaciju kao model čija iskustva prenose u druge organizacije. Primena upravljanja kvalitetom u američkim preduzećima je posledica imitiranje japanske prakse.

Normativni izomorfizam proističe iz profesionalizacije. Profesionalizacija je kolektivni napor pripadnika jedne profesije da postave pravila i ograničenja koja regulišu metode rada u toj profesiji i da postave kognitivnu osnovu njihove autonomije (Ashworth et al., 2007).

7. Reakcije organizacija na nametanje institucionalnog obrasca

Intrigirajuće je da se, do sada, institucionalna teorija organizacije nije mnogo bavila reakcijama organizacija na nametnuti institucionalni obrazac (Scott 2001; Edelman, 1992; Oliver 1991).). Institucionalna teorija je ponudila objašnjenja prirode, načina nastanka i načina nametanja institucionalizovanih obrazaca strukture i procesa organizacijama ali ne i njihove reakcije na te obrasce. Ipak, ima nekoliko značajnih izuzetaka počevši od Mejeroševog i Rouanovog koncepta razdvajanja (decoupling) (Meyer, Rowan, 1977), preko radova Kristin Oliver (Oliver, 1991, 1992), Edelmana (Edelman, 1992), Grinvuda i Hiningsa (Greenwood, Hinings, 1996), Kesila I Dejvis Blejka (Casile, Davis-Blake, 2002), do rada Pedersena i Dobina (Pedersen, Dobbin, 2006).

Pregled literature pokazuje da organizacije, suočene sa pritiskom da primene institucionalizovani obrazac strukture i funkcionisanja, mogu da reaguju na više načina. One mogu da se povinuju zahtevima iz institucionalnog okruženja i u potpunosti prihvate i primene institucionalizovana pravila strukturiranja i rada. Ova organizaciona reakcija je primarno očekivana i u skladu sa postulatima institucionalne teorije (Ashworth, et al., 2007). Drugo, organizacije mogu institucionalni obrazac da prilagode svojim potrebama i resursima, vrednostima ili interesima, i da primene tako prilagođen obrazac. Oliver (1991) je taj proces nazivala kompromis, a Pedersen i Dobin (2006) hibridizacija. Treće, organizacije mogu da fingiraju da primenjuju institucionalni obrazac dok u stvari one to ne čine. Fikcija se postiže simbolima kao što su rituali, jezičke fraze ili materijalni simboli. Ovaj proces je opisan od strane Mejera i Rouana (Meyer, Rowan, 1977), kao i Edelmana (1992), dok ga je Oliver (1991) nazivala izbegavanje, a Pedersen i Dobin (2006) transmutacija. Četvrto, u određenim okolnostima organizacije mogu čak i da, otvoreno ili prikriveno, više ili manje agresivno, odbiju da primene isntitucionalni obrazac. Rezultat je inercija organizacije (Hinings, Greenwood, 1988). Kesil i Dejvis Blejka (Casile, Davis-Blake, 2002) su takođe opisali taj scenario, dok su ga Pedersen i Dobin (2006) nazvali imunizacija. Oliver (1991) je čak razlikovala dve vrste odbijanja: ono koje je praćeno i pokušajem uticaja na institucije i ono bez tog pokušaja.

8. Organizacija sektora visokog obrazovanja kroz prizmu institucionalne teorije organizacije

Organizacija sektora visokog obrazovanja, kao i univerziteta i fakulteta u njemu, u evropskom obrazovnom prostoru, pa tako i u Srbiji, se najbolje može razumeti primenom institucionalne organizacione teorije. Struktura obrazovnih sistema, kao i struktura i funkcionisanje univerziteta i fakulteta je odličan primer kako primena argumenata institucionalne organizacione teorije može da

pomogne u razumevanju savremenih organizacija. U preostalom delu ovog rada pokazaćemo da se u sektoru visokog obrazovanja mogu pronaći svi važni fenomeni koje opisuje institucionalna teorija organizacije.

Organizacioni izomorfizam, na koji je ukazano na početku ovog rada kao na simptom institucionalizacije sektora, veoma je prisutan u visokom obrazovanju u Evropi, kao i u Srbiji. Taj izomorfizam je primetan ne samo na nivou organizacija visokog obrazovanja, univerziteta i fakulteta, već i na nivou čitavog sistema obrazovanja. Tako, na primer, svi sistemi visokog obrazovanja u Evropi imaju trodeltu strukturu i sastoje se od osnovnih, diplomskih i doktorskih studija. U gotovo svim sistemima visokog obrazovanja u Evropi osnovne studije traju 3 godine, diplomske 2 a doktorske 3 godine mada ima i varijanti da osnovne studije traju 4a diplomske 1 godinu. U svim sistemima visokog obrazovanja se na isti način meri radna opterećenost studenata i izražava kroz jedinstveni Evropski sistem prenosivih bodova (ECTS). U svim sistemima visokog obrazovanja postoji završni rad na diplomskim studijama kao i diploma supplement. Uz to, u svim sistemima se na ovaj ili onaj način, vrši akreditacija univerziteta i fakulteta po sličnim standardima. Takođe, organizacija i proces funkcionisanja univerziteta i fakulteta su svim evropskim državama slični: nastava na fakultetima se odvija kroz interaktivne oblike i visoku participaciju studenata, rad studenata se ocenjuje tokom nastave i na raznovrsne načine, sistem obezbeđenja kvaliteta u nastavi ima iste elemente na svim univerzitetima i fakultetima (anketiranje studenata, samoevaluacija), transparentnost rada svih univerziteta i fakulteta je obezbeđena na sličan način. Napredovanje nastavnika se vrši na osnovu kombinovane ocene njihovih naučnoistraživačkih rezultata i publikacija i njihovih rezultata u nastavi.

Zaslužu za veoma izražen izomorfizam evropskih sistema visokog obrazovanja kao i univerziteta i fakulteta u njemu, ima primena institucionalnog obrasca strukture i funkcionisanja visokog obrazovanja, tzv. „Bolonjskog modela“ (European University Association, 2014). Ovaj model je kreiran, institucionalizovan i kao takav nametnut svim sistemima visokog obrazovanja, kao i univerzitetima i fakultetima u evropskom obrazovnom prostoru. Bolonjski model visokog obrazovanja nastao je kao rezultat tzv. „Bolonjskog pocesa“, dugoročnog političkog projekta izgradnje jedinstvenog sistema visokog obrazovanja u Evropskoj uniji. Ovaj projekat je započet potpisivanjem deklaracije od strane evropskih ministara visokog obrazovanja u Bolonji 1999. godine (The Bologna Declaration). Od tada do danas, u svim zemljama Evropske unije, kao i u onima koji petenduju na članstvo u njoj, traje proces institucionalizacije i primene tog Bolonjskog obrasca visokog obrazovanja, sa manjim ili većim uspesima. Evropski ministri obrazovanja čak periodično ocenjuju (na skali od 1 do 5 kao u školi) sisteme obrazovanja u pojedinim državama prema tome koliko su daleko odmakli u primeni „bolonjskog modela“ visokog obrazovanja. I Srbija, mada nije još uvek u Evropskoj uniji nastoji da

primeni institucionalni obrazac visokog obrazovanja nastao u Bolonji. Uz malu modifikaciju kojom dozvoljava da osnovne studije traju 3 ili 4 godine a diplomske jednu ili dve godine, sistem visokog obrazovanja u Srbiji ima sve pobrojane elemente visokog obrazovanja, kao i druge zemlje evropskog obrazovnog prostora.

Posledica intitucionalizacije Bolonjskog modela visokog obrazovanja jeste to da evropski sistemi visokog obrazovanja, kao i univerziteti i fakulteti u njemu, danas svoj legitimitet, kao korisnik društvenih resursa, ne dokazuju racionalnošću, efikasnošću ili njihovim performansama, već pukom primenom elemenata propisanog „Bolonjskog modela“. Obrazovni sistem jedne zemlje kao i univerzitet u njemu ne ocenjuje se prema tome koji nivo znanja pruža studentima, koliko traje prosečno studiranje, koliko studenata koji upišu i završi fakultet, koji broj radova publikuju njegovi nastavnici, već stepenom u kome je u obrazovnom sistemu ili na univerzitetu u njemu primenjen Bolonjski model visokog obrazovanja.

Sektor visokog obrazovanja je u svim zemljama tipičan primer visoko-institucionalizovanog sektora. On je odličan kandidat za institucionalizaciju budući da zadovoljava oba uslova da bi neki sektor bio institucionalizovan. Pre svega, jako je teško meriti i standardizovati kvalitet autputa visokog obrazovanja. Stoga je gotovo nemoguće uspešnost univerziteta meriti primenom tehničkih kriterijuma racionalnosti i ekonomski efikasnosti. Ostaje nam da o kvalitetu nekog univerziteta ili fakulteta sudimo samo na osnovu toga u kojoj on meri ispunjava standarde važećeg institucionalnog obrasca. Sektor visokog obrazovanja, takođe, ne može u značajnijoj meri da kontroliše sopstvene inpute i tokove resursa. To posebno važi za državne univerzitete što ih intenzivnije izlaže procesu institucionalizacije. Najzad, svaka država i njena politička elita nastoji da sektor visokog obrazovanja stavi pod kontrolu, što se najbolje može obaviti kroz njegovu institucionalizaciju. Ne zaboravimo da „Bolonjski model“ visokog obrazovanja nije kreiran od strane akademske zajednice, već od strane administracije ministarstava prosvete država Evropske unije.

„Bolonjski model“ visokog obrazovanja kao institucionalni obrazac ima elemente sve tri vrste institucija: regulativne, normativne i kulturno kognitivne. Kulturno kognitivne karakteristike ovog obrasca nalazimo u zajedničkim vrednostima i verovanjima koje čine njegovu osnovu i iz koje proizilaze operativna rešenja u tom obrascu (European University Association, 2014). Naime, „Bolonjski proces“ počiva na verovanju da je neophodno stvaranje jedinstvenog evropskog obrazovnog prostora u kome će se studenti i nastavnici u visokom obrazovanju slobodno kretati i u kome će diploma stečena u jednoj zemlji važiti u bilo kojoj drugoj evropskoj državi. Na taj način će se obezbediti pokretljivost radne snage u evropskoj ekonomiji. Iz ovog verovanja proističe važan element Bolonjskog modela – Evropski sistem prenosivih poena (ECTS). ECTS meri opterećenje studenata izraženo u broju radnih sati potrebnih za

savladavanje gradiva. „Bolonjski model“ podrazumeva da svi univerziteti i fakulteti svoje nastavno gradivo izraze kroz broj ECTS čime se stvaraju realni osnovi da student započne studije na jednom univerzitetu u jednoj državi a završi ih na drugom univerzitetu u drugoj državi. Takođe, na ovaj način će poslodavac u bilo kojoj državi moći da bude siguran u nivo znanja diplomiranog studenta kada ga zapošljava bez obzira iz koje države studenti dolazili. Drugo važno verovanje, kao kulturno kognitivni element institucije Bolonjskog obrazovanja, jeste verovanje u potrebu da se obrazovanje prilagodi potrebama korisnika odnosno privrede i društva. Istorija evropskog visokog obrazovanja je istorija tenzija između univerziteta koji su ljubomorno čuvali svoju autonomiju i pravo da sami određuju šta će i kako učiti studente i države koja je pokušavala da obezbedi da studenti dobijaju što praktičnija znanja koja su potrebna njihovim budućim poslodavcima. Izgleda da je Bolonjski proces konačna pobeda države u toj vekovnoj borbi jer on podrazumeva nekoliko važnih karakteristika sistema visokog obrazovanja koji su upravo usmereni na tu praktičnost i ekonomičnost obrazovanja. Naime, Bolonjski proces uvodi obrazovanje iz tri etape gde osnovno obrazovanje traje tri godine. Na ovaj način, studenti brže dolaze do prve diplome te stoga visoko obrazovanje manje košta državu. Takođe, osnovne studije su veoma praktično usmerene da bi studenti na njima stekli samo one kompetencije koje su neophodne za konkretnе poslove. Najzad, interaktivna nastava, praksa kao i ocenjivanje znanja tokom čitavog procesa nastave, što donosi „Bolonjski model“, takođe vodi ka bržem studiranju i praktičnosti i operativnosti usvojenih znanja.

Bolonjski obrazac visokog obrazovanja, pored kulturno kognitivnih, ima i karakteristike regulativne institucije. One su vidljivi pre svega u tome što je „Bolonjski model“ visokog obrazovanja kreiran potpisima ministara obrazovanja svih država EU u tom trenutku (The Bologna Declaration, 1999). Tako primena ovog institucionalnog obrazsca postaje obavezna za sve države potpisnice odnosno sve države EU kao i za one države koje nameravaju da postanu deo EU. Bolonjski obrazac visokog obrazovanja je pretočen u zakone o visokom obrazovanju koje su džave članice EU, trenutne i buduće, donele svaka ponaosob i kao takav je postao regulativni instrument u organizovanju i funkcionisanju visokog obrazovanja. Srbija je to uradila Zakonom o visokom obrazovanju iz 2005. godine (Parliament of Serbia, 2005). Ovim Zakonom su univerzitetima i fakultetima u zemlji nametnuti osnovni elementi „Bolonjskog modela“ visokog obrazovanja. Osim toga, Zakonom su formirani i Nacionalni savet za visoko obrazovanje i Komisija za akreditaciju i proveru kvaliteta. Ova tela su kreirala i kroz proces akreditacije visokoškolskih ustanova i studijskih programa, obezbedila implementaciju standarda kvaliteta u visokom školstvu u Srbiji. Standardi kvaliteta, na osnovu kojih je izvršena akreditacija, u Srbiji imaju snagu zakona te su oni još jedan regulativni element Bolonjskog institucionalnog obrasca (Commission for Accreditation and Quality Assurance, 2006).

„Bolonjski model“ ima i elemente i karakteristike normativne institucije. Njegova primena nije obezbeđena samo zakonom, već i profesionalnim standardima visokog obrazovanja koje deli akademska zajednica u Evropskom obrazovnom prostoru. Neka rešenja Bolonjskog modela visokog obrazovanja nisu zakonom regulisana ali su postala profesionalni standard koje univerziteti njihovi nastavnici, vođeni željom da u evropskom obrazovnom prostoru dobiju legitimitet, primenjuju, čak i onda kada ne veruju sasvim u njih. Univerzitetski natavnik u evropskom obrazovnom prostoru danas ne može biti legitimni član akademske zajednice ukoliko, barem na rečima, ne podržava i sprovodi osnovne elemente „Bolonjskog modela“ visokog obrazovanja, ma šta on lično o njima mislio. Interaktivna anstava ne može biti propisana zakonom ali jeste postala profesionalni standard u izvođenju nastave u evropskom obrazovnom prostoru.

Bolonjski institucionalni obrazac visokog obrazovanja nametnut je prinudno, normativno kao i mimetički. Prinudna primena Bolonjskog obrasca obezbeđena je kroz ugradnju osnovnih elemenata Bolonjskog procesa u zakone o visokom obrazovanju u svim zemljama potpisnicama Bolonjske deklaracije kao i kroz primenu tih zakona. To je bio slučaj i u Srbiji budući da Zakon o visokom obrazovanju predviđa primenu osnovnih elemenata „Bolonjskog modela“ (Parliament of Serbia, 2005). Drugi mehanizam prinudne primene elemenata Bolonjskog obrasca visokog obrazovanja jeste proces akreditacije. Budići da visokoškolske institucije u Srbiji ne mogu da rade ukoliko nisu akreditovane, to znači da su elementi „Bolonjskog modela“, sadržani u standardima za akreditaciju, zapravo prinudno nametnuti univerzitetima i fakultetima (Comission for Accreditation and Quality Assurance, 2006). Normativni mehanizam primene Bolonjskog institucionalnog obrasca vidljiv je kroz uticaj Bolonjskog procesa kao profesionalanog modela dobre prakse i poželjnog načina ponašanja nastavnika i istraživača na univerzitetima. Normativni uticaj se širi i kroz međuuniverzitetku saradnju, profesionalna udruženja, kao i kroz naučne konferencije. Evropska mreža akreditacionih tela (ENQA) predstavlja takođe normativni mehanizam uticaja Bolonjskog modela. Ovo važno telo propisuje sadržaj i proces akreditacije u visokom obrazovanju (Comission for Accreditation and Quality Assurance). Članstvo u ENQA nije obavezno ali je stvar priznanja i prestiža. Tako je i KAPK u Srbiji, da bi postala članica ENQA morala da ispunji brojne zahteve normativne prirode u pogledu akreditacionih standarda i samog procesa akreditacije. Najzad, mimetički proces implementacije Bolonjskog modela je više nego vidljiv. Mnogi univerziteti i fakulteti u Srbiji, naročito oni mlađi (to su uglavnom privatni), su kurikulume studijskih programa „skidali“ sa Interneta odnosno kopirali su ih od svetski poznatih univerziteta. Mimetičkim putem su se kroz fakultete u Srbiji širile studentske ankete, standardi za obezbeđenje kvaliteta udžbenika i mnogi drugi elementi Bolonjskog modela. Interesantno je da je mimetički proces bio ugrađen i u same akreditacione standarde u Srbiji. Naime, jedan od standarda za akreditaciju studijskih programa zahteva je da fakultet dokaže sličnost

studijskog programa koji želi da akredituje sa najmanje tri strana akreditovana studijska programa. Tako su i akreditacionim standardima fakulteti bili primorani na manje više mimetičku primenu Bolonjskog modela. Posledica prinudnog, normativnog i mimetičkog nametanja Bolonjskog modela visokog obrazovanja jeste opisani organizacioni izomorfizam univerziteta i fakulteta.

U reakcijama univerziteta i fakulteta u Srbiji na nametanje Bolonjskog institucionalnog obrasca visokog obrazovanja, možemo naći sve one koji su opisani u literaturi. Elemente „Bolonjskog modela“ visokog obrazovanja, podržanih i zakonskim propisima i standrdima za akreditaciju, naši univerziteti i fakulteti su primenjivali u potpunosti, modifikovali, simbolički primenjivali ali i odbijali. Primer potpune primene Bolonjskog obrasca nalazimo u prihvatanju trodeline strukture visokog obrazovanja kao i u jednoj potpunoj novosti za visoko obrazovanje u Srbiji – doktorske studije. One do primene „Bolonjskog modela“ nisu postojale u visokom obrazovanju u Srbiji, već su doktoranti sticali doktorsku diplomu isključivo izradom doktorskog rada. Prihvatanjem Bolonjskog procesa prvo je u Zakon o visokom obrazovanju, a zatim i u standarde za akreditaciju, uneta obaveza organizovanja doktorskih studija u trajanju od tri godine da bi zatim te regulativne institucionalne zahteve univerziteti i fakulteti u njima u potpunosti prihvatali i sproveli. Zato danas svi univerziteti odnosno fakulteti u njihovom sastavu imaju nastavu na doktorskim studijama i same doktorske studije organizovane na način koji je standardan u čitavoj Evropi.

Neke elemente Bolonjskog obrasca visokog obrazovanja su naši univerziteti prvo modifikovali i prilagodili ih sebi da bi ih zatim primenili. Tipičan primer takve reakcije univerziteta jeste primena akreditacionog standarda kompetentnosti nastavnika i mentora na doktorskim studijama (Comission for Accreditation and Quality Assurance, 2006). Suočivši se sa činjenicom da postavljeni standard kompetentnosti, nastavnici na fakultetima u društveno humanističkom polju ne mogu da ispune, Univerzitet u Beogradu je jednostavno relaksirao taj standard i tako relaksirani standard onda primenio.

Neke elemente institucionalnog obrasca visokog obrazovanja naši fakulteti i univerziteti su samo simbolično primenjivali. Sistem obezbeđenja kvaliteta je Bolonjskim modelom visokog obrazovanja nametnut našim fakultetima i univerzitetima i oni su ga počeli primenjivati. No, mnoge elemente tog sistema primenjivali su samo simbolično, kako bi pokazali da prihvataju Bolonjski proces, bez suštinske primene i realnih efekata. Tako su fakulteti vršili proces samoevaluacije i anketiranja studenata o kvalitetu nastave ali samo kao ritual koji pokazuje da oni primenjuju „Bolonjski model“ visokog obrazovanja, budući da nikakve realne efekte tih aktivnosti nisu ostvarili niti su nameravali da ih ostvare. Takođe, veličina grupe studenata u nastavi, kao važan preuslov za interaktivnost nastave, je bio propisan akreditacionim standardima (Comission for Accreditation and Quality Assurance, 2006). No, fakulteti su

najčešće samo na papiru prikazivali da grupe u nastavi imaju propisani broj studenata, dok je u praksi taj broj uvek bio daleko veći.

Najzad, naši univerziteti i fakulteti su neke od zahteva institucionalnog obrasca visokog obrazovanja, manje ili više prikriveno, odbili da primenjuju. Tako su neki fakulteti upisivali studente iznad broja koji je bio propisan akreditacionim standardima ili su izvodili nastavu na odeljenjima za koje nisu imali akreditaciju.

9. Zaključak

Institucionalna teorija organizacije je relativno nova teorijska perspektiva koja nam omogućuje da razumemo neke procese i pojave u strukturiranju i funkcionisanju savremenih organizacija koje tradicionalna teorija organizacije ne može da objasni. Razlog tome jeste proces institucionalizacije u sve većem broju sektora u savremenim društвима. Taj proces podrazumeva da akteri u jendom sektorу privrede ili društva, kroz proces socijalne konstrukcije relanosti, kreiraju obrazac strukturiranja i funkcionisanja svih organizacija u sektorу, zatim ga legitimиšu tako što ga proglose jedino vrednim, ispravnim i poželjnim modelom ponašanja aktera u tom sektorу i na kraju ga nametnu tim akterima. Organizacije unutar sektora moraju da prihvate institucionalizovani obrazac strukture i funkcionisanja kako bi dokazali svoju legitimnost kao korisnika društvenih resursa. Zbog subjektivnog karaktera procesa institucionalizacije, institucionalni obrazac ne mora a često i nije vođen kriterijumima tehničke racionalnosti i ekonomske efikasnosti. Institucionalni obrazac strukture i funkcionisanja organizacija u jednom sektorу ima svoju regulativnu, normativnu i kulturno kognitivnu dimenziju. On se nameće organizacijama u sektorу kroz prinudu, normativni i mehanički mehanizam. Kao posledica primene istog obrasca strukturiranja i funkcionisanja u jednom sektorу organizacije u njemu postaju izomorfne.

U savremenim društвима je sve više sektora institucionalizovano, kako zbog sve težeg merenja performansi organizacija, tako i zbog sve izraženije društvene i političke elite da kroz institucionalizovane obrasce ponašanja kontrolišu aktere u tim sektorima. Sektor visokog obrazovanja je jedna od tipičnih visokoinstитucionalizovanih sektora te se organizacija i funkcionisanje jedinica u tom sektorу, univerziteta i fakulteta, ne može razumeti korišćenjem tradicionalnih teorija organizacije, već isključivo kroz prizmu institucionalne orgnizacione teorije. U sektorу visokog obrazovanja u Evropi, kao i u Srbiji, struktura i funkcionisanje čitavog sistema visokog obrazovnaja kao i univerziteta i fakulteta unutar tog sistema, saobraženo je Bolonjskom modelu visokog obrazovanja koji ima sve karakteristike institucionalizovanog obrasca strukture i funkcionisanja. On je kreiran van samih univerziteta i fakulteta, institucionalizovan u nametnut je svim univerzitetima i fakultetima u evropskom obrazovnom prostoru. Ovaj obrazac ima regulativne, normativne i kulturno kognitivne dimenzije i nametan je kroz prinudu, normativni i mimetički mehanizam. Posledica jeste organizaciona izomorfost univerziteta i fakulteta u evropskom prsotoru visokog obrazovanja a time i u Srbiji.

Literatura

- Ashworth, R., G. Boyne, and R. Delbridge (2007) "Escape from the iron cage? Organizational change and isomorphic pressures in the public sector", *Journal of Public Administration Research and Theory*, 19:165–187.
- Berger, P. and T. Luckmann (1967) *The social construction of reality: A treatise on the sociology of knowledge*, New York, NY: Doubleday.
- Casile, M. and A. Davis-Blake (2002) "When accreditation standards change: factors affecting differential responsiveness of public and private organizations", *Academy of Management Journal*, 45 (1): 180–195.
- DiMaggio, P. J. and W. W. Powell (1983) "The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields", *American Sociological Review*, 48 (2):147–160.
- Edelman, L. B. (1992) "Legal ambiguity and symbolic structures: Organization mediation of civil rights law", *The American Journal of Sociology*, 97 (6):1531–1576.
- Frumkin, P. and J.Galaskiewicz (2004) "Institutional isomorphism and public sector organizations", *Journal of Public Administration Research and Theory*, 14(3): 283-307.
- Greenwood, R. and C. R. Hinings (1996) "Understanding Radical Organizational Change: Bringing Together The Old and The New Institutionalism", *Academy of Management Review*, 21 (49):1022–1054.
- Hinings, C. and R. Greenwood (1988) *The dynamics of strategic change*, London: Basil Blackwell.
- Hinings, C. R., R. Greenwood, T. Reay, and R. Suddaby (2004) "Dynamics of change in organizational fields", in M. S. Poole, and A. Van de Ven (Eds.), *Handbook of organizational change and innovation*, Oxford: Oxford University Press, pp. 126- 140.
- Hinings, C. R. and P. S. Tolbert, (2008) "Organizational institutionalism and sociology: a reflection", in Greenwood, R., C. Oliver, K. Sahlin, and R. Suddaby (eds.), *The Sage handbook of organizational institutionalism*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 473–490.
- Jepperson, R. (1991) "Institutions, institutional effects and institutionalism", in Powel, W. and P. DiMaggio (eds.), *The Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago: The University of Chicago Press, pp. 143 – 164.
- Jones, G. (2001) *Organizational Theory*, Upper Sadle River, NJ: Prentice Hall.
- Kostova, T. (1999) "Transnational transfer of strategic organizational practices: a contextual perspective", *Academy of Management Review*, 24 (2): 308–324.
- Meyer, J.W. and B. Rowan (1977) "Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony", *The American Journal of Sociology*, 83 (2): 340–363.
- Mintzberg, H. (1979) *The structuring of organizations*, Englewood Cliffs, CA: Prentice Hall.
- Oliver, C. (1991) "Strategic responses to institutional processes", *Academy of Management*, 16 (1):145–179.
- Oliver, C. (1992) "The antecedents of deinstitutionalization", *Organization Studies*, 13 (4): 563–588.
- Pedersen, J. S. and F. Dobbin (1997) "The Social invention of collective actors", *The American Behavioural Scientist*, 40 (2): 431–443.

- Pedersen, J. S. and F. Dobbin (2006) "In search of identity and legitimization: bridging organizational culture and neoinstitutionalism", *American Behavioral Scientist*, 49(7): 897–907.
- Scott, R.W. (1987) "The adolescence of institutional theory", *Administrative Science Quarterly*, 32 (4): 493–511.
- Scott, R.W. (1991) "Unpacking institutional arguments", in Powell W. W. and P. J. DiMaggio (eds.) *The new institutionalism in organizational analysis*, Chicago, IL: The University of Chicago Press, pp.164–183.
- Scott, R.W. (2001) *Institutions and organizations*, 2nd ed., Thousand Oaks: Sage
- Thornton, P. H. (2002) "The rise of the corporation in a craft industry: conflict and conformity in institutional logics", *Academy of Management Journal*, 45: 81–101.
- Zucker, L. G. (1977) "The role of institutionalization in cultural persistence", *American Sociological Review*, 42:726–743.
- Commission for Accreditation and Quality Assurance (2006) Rules and regulations on accreditation standards and procedures of higher education institutions and study programs. <http://www.kapk.org>. Accessed 1. April, 2014.
- European University Association (2014), What is Bologna Process?, <http://www.eua.be/eua-work-and-policy-area/building-the-european-higher-education-area/bologna-basics.aspx>, Accessed, 10. April 2014.
- Parliament of Serbia (2005) Higher Education Act. <http://www.parlament.gov.rs>. Accessed 1. April 2014.
- The Bologna Declaration (1999), http://www.eua.be/eua/jsp/en/upload/OFFDOC_BP_bologna_declaration.1068714825768.pdf, Accessed, 10 April 2014

THE INSTITUTIONAL ORGANIZATIONAL THEORY AS A NEW RESEARCH FRAMEWORK FOR UNDERSTANDING CONTEMPORARY ORGANIZATIONS

Abstract: This paper presents basic postulates of the institutional, organizational theory as a new research framework for understanding contemporary organizations structuring and functioning. More and more structures in modern societies are being institutionalized due to changes in technical, social, and political spheres. Organizations in institutionalized sectors do not prove their legitimacy by their rationality and effectiveness, but by implementation of the current institutional pattern. Institutional pattern has its regulatory, normative, and cultural-cognitive components, and it is imposed on organizations within a sector by means of coercive, normative, and mimetic mechanisms. The consequence of implementing of a uniform institutional pattern in the structuring and functioning of all organizations within a sector is organizational isomorphism. The described elements of the institutional, organizational theory are applied in the analysis of structuring and functioning of universities and faculties in the higher education sector in Europe and Serbia. It is shown how the Bologna Higher Education Model, as a typical institutional pattern, impacts structuring and functioning of all universities and faculties in the European higher education area, thereby implicating their organizational isomorphism.

Keywords: institution, theory, organization, higher education, university



EKONOMSKA DIPLOMATIJA U SRBIJI: Karakteristike i mogućnosti za unapređenje

Slavica Penev

Institut ekonomskih nauka, Beograd, Srbija

✉ slavica.penev@ien.bg.ac.rs

Boštjan Udovič

Fakultet tehničkih nauka, Ljubljana, Slovenija

✉ bostjan.udovic@fdv.uni-lj.si

Mihajlo Đukić

Institut ekonomskih nauka, Beograd, Srbija

✉ mihajlo.djukic@ien.bg.ac.rs

UDK
339.9.012
(497.11)
Originalni
naučni rad

Apstrakt: U ovom radu se analiziraju izazovi sa kojima se suočava moderna ekonomska diplomacija (KD), koja je postala u većoj meri relevantna u odnosu na period pre izbijanja krize. U tom kontekstu, autori su analizirali hronologiju sprovodenja ekonomske diplomatije u Srbiji, njene domete, efikasnost i mogućnosti za njeno unapređenje. Neki od nalaza koji se odnose na efikasnost i izazove KD u Srbiji bazirani su na upitniku koji je popunilo 25 srpskih ekonomskih diplomata. Zaključak ovog rada ukazuje na potrebu za poboljšanom koordinacijom aktivnosti pojedinih institucija kako bi se izbeglo preklapanje njihovog rada i racionalizovala upotreba ograničenih resursa u cilju povećanja efikasnosti KD. Ipak, autori su posebno istakli da je potencijalni doprinos KD rastu izvoza i stranim direktnim investicijama (SDI) nedovoljan imajući u vidu ograničene izvozne potencijale i lošu investicionu klimu u Srbiji. Autori zaključuju da je u cilju povećanja efikasnosti KD u domenu promocije izvoza važno usvojiti neophodne reforme koje bi rezultirale restrukturiranjem srpske ekonomije i učinile je konkurentnijom i izvozno orijentisanom. U cilju povećanja priliva SDI, potrebno je kreirati povoljnije poslovno okruženje.

Primljeno:
29.08.2014.

Prihvaćeno:
24.10.2014.

Ključne reči: ekonomska diplomacija, promocija izvoza, SDI, ekonomska kriza, Srbija

Rad je deo istraživačkih projekata pod šiframa 47009 (Evropske integracije i društveno ekonomske promene privrede EU) i 179015 (Izazovi i perspektive strukturalnih promena u Srbiji: Strateški pravci ekonomskog razvoja i usklađivanje sa zahtevima EU), finansiranih od strane Ministarstva za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije

1. Uvod: zašto, kako i kome je namenjena ekonomска diplomacija

Prema klasičnoj, državocentričnoj definiciji, glavni zadatak diplomatiјe je promocija miroljubivih odnosa među državama. Ipak, u dvadesetom veku, nekoliko novih aktera postaje deo procesa odlučivanja u diplomatskim odnosima. Kao rezultat, klasična definicija je proširena uključivanjem i nedržavnih aktera, te alternativna definicija opisuje diplomatiјu kao "miroljubivu saradnju između aktera u međunarodnoj zajednici" (Brglez, 1998:61 and Udovič, 2009: 110). Prema Saner i Yiu (2003: 12), novi učesnici na diplomatskoj sceni predstavljaju različite grupe i organizacije sa svojim lokalnim, nacionalnim i međunarodnim interesima. Ove organizacije divergentnih interesa koegzistiraju međusobno i na različite načine sprovode diplomatski uticaj kako bi ostvarile svoje ciljeve. Prema jednom pristupu modernoj diplomatiјi, posebno ekonomski posmatrano, funkcije diplomatiјe nisu vodene isključivo političkim problemima, već dopunjaju političke izazove ekonomskim izazovima. Posledica je razvoj ekonomске diplomatiјe, čiji je primarni zadatak da „poveća stepen (zajedničkog) blagostanja kroz povećanje izvoza i stranih direktnih investicija“. Ipak, uloga ekonomске diplomatiјe nije tako jednostavna kako se možda čini. Prvo zbog toga što koncepti ekonomске, trgovачke, poslovne, korporativne i drugih tipova diplomatiјe nisu u potpunosti definisani, i drugo, ne postoji jasna razlika između ovih koncepata, pogotovo u slučajevima kada su poslovna zajednica i državna administracija međusobno veoma povezane. Ipak, teorijske rasprave o ekonomskoj diplomatiјi koje su ponovo oživele u prethodnoj deceniji, izrodile su jednu razliku, koje ćemo se držati u nastavku ovog rada, a koja se odnosi na podvojenost „državne“ i „poslovne“ ekonomске diplomatiјe. Dok je ova druga prevashodno označavana kao korporativna, državna je poznata kao koncept multilateralne ili bilateralne ekonomске diplomatiјe. Ako se multilateralna diplomatiјa bavi uglavnom uspostavljanjem međunarodnog ili globalnog ekonomskog sistema (npr. Bretonvudski sistem), bilateralna ekonomска diplomatiјa, nazivana često i ekonomskom diplomatiјom, shvaćena je kao podrška države internacionalizaciji poslovanja svojih kompanija.

Nakon ispunjenja ovih zadataka, država, u saradnji sa ostalim privrednim subjektima, mora da razvije odabrana sredstva i aktivnosti za svako tržište, s obzirom na to da ne postoji jedinstveni instrument koji može da pokrije sva odabrana tržišta, industrije i privredne grane.¹²

¹ Potter (2004: 55) definiše ekonomsku diplomatiјu kao primenu diplomatskih sredstava u cilju pomoći ostvarenju ekonomskih ciljeva putem (i) promocije izvoza, (ii) privlačenja inostranih investicija i očuvanje mogućnosti investiranja u inostranstvo (iii) sticanja koristi od transfera tehnologije, (iv) zastupanje interesa domaće poslovne zajednice.

² Koncept ekonomске diplomatiјe spaja u sebi dva različita teorijska koncepta: diplomatiјu i ekonomiju, od kojih su obe, kako je shvaćeno u prošlosti, komplementarna sredstva spoljne politike (Bayne i Woolcock, 2007).

Mada su glavni zadaci ekonomске diplomatijske povezani sa promocijom trgovine i SDI, treba napomenuti da je ekonomska diplomatička ne samo instrument internacionalizacije poslovanja kompanija, već i instrument privlačenja SDI u zemlju,³ povećanja konkurentnosti domaćih kompanija na svetskom tržištu i pomoći zemlji da utiče na međunarodne i (specifične) globalne ekonomski aktivnosti. Zbog toga je uglavnom kratkovidno posmatrati ekonomsku diplomatičku kao "sredstvo za promociju izvoza". Ekonomska diplomatička obuhvata mnogo šire područje od izvoza i promocije SDI, ona je prisutna u oblasti međunarodne trgovine, investicija, turizma, izgradnje imidža zemlje, promocije nauke i tehnologije, itd. Ekonomska diplomatička, ako se koristi precizno i strateški, može u modernim vremenima da predstavi zemlju kao „brend“ i čak razvije njene nematerijalne vrednosti. Imajući u vidu da se moderna ekonomija bavi nematerijalnim vrednostima, ekonomska diplomatička treba da bude korišćena u što je moguće većem obimu. Ipak, realnost pokazuje da, umesto uobičajenih aktivnosti različitih državnih tela, ekonomska diplomatička predstavlja poligon za borbu državnih institucija, koje se međusobno takmiče umesto da sarađuju i koordiniraju aktivnosti.

Imajući u vidu strukturu ekonomske diplomatičke, Rana (2000) predstavlja pet modela koji pokazuju na koji način se ova diplomatička može obavljati: (i) jedinstveni model, u kome Ministarstvo spoljnih poslova (MSP) u potpunosti kontroliše i objedinjuje spoljne poslove i poslove spoljne trgovine, (ii) delimično jedinstveni model, u kome MSP i Ministarstvo trgovine i/ili ekonomije zajednički uspostavljaju posebno telo koje se bavi trgovinom i investicijama u okviru diplomatskih misija, (iii) agencijski model, u kome se MSP uopšte ne bavi trgovinskim pitanjima već se njima bave posebna državna tela pod nadzorom Ministarstva trgovine, (iv) konkurentske model, u kome se aktivnosti i nadležnosti MSP i ostalih ministarstava preklapaju bez jasnih podela, i (v) model odricanja, u kome MSP u potpunosti prepušta pitanja spoljne trgovine i investicija ostalim ministarstvima, te stoga MSP nema nikakvu ulogu u ekonomskoj politici zemlje.

Interna struktura takođe reflektuje eksternu strukturu ekonomske diplomatičke. U mnogim slučajevima su ekonomski diplomi (ponekad nazivani ekonomski/ekonomski atašei) članovi diplomatskih misija koji se nalaze na čelu trgovinskih predstavništava jedne zemlje u inostranstvu sa diplomatskim statusom⁴. Pojedini zadaci poslovne promocije koje obavljaju ekonomski diplomi mogu takođe biti dodeljeni i nediplomatskim institucijama poput trgovinskih predstavništava, kancelarija privrednih komora ili konsultantima koji rade u saradnji sa ekonomskim diplomatama ili pod njihovim nadzorom. U

³ Promocija trgovine je obično primarni cilj, dopunjeno promocijom stranih investicija, kada je 1970-ih, privlačenje SDI postalo prioritet vlada. Zemlje u razvoju "otkrile" su značaj ekonomske diplomatičke u tom periodu prisiljene hitnom potrebom da poboljšaju platni bilans. (Rana 2009: 6).

⁴ Postoje neki slučajevi i kada im nije dodeljen diplomatski status.

poslednjih nekoliko godina, u pojedinim zemljama je razvijena praksa da se umesto diplomatskih predstavnštava u jednoj zemlji, otvaraju tzv. ekonomski punktovi (engl. *economic treffpunkt*) sa lokalnim kadrovima, koji su sposobni da promovišu i stvaraju poslovne mogućnosti između zemlje koja ih zapošljava i zemlje u kojoj borave. Zapošljavanje lokalnih kadrova donosi dve prednosti: prvo, zemlja koja ih zapošljava snižava svoje troškove i efektivnije koristi resurse, i drugo, zapošljavanje lokalnih ljudi – posebno u psihografski udaljenim kulturama – nudi više mogućnosti za domaće kompanije, koje nisu sposobne da prebrode kulturne i geografske udaljenosti. S obzirom na to da je zaposlena osoba iz zemlje domaćina, njemu/njoj su bliži lokalni običaji i pojedinosti, što može da bude prednost za kompanije koje počinju da posluju na posmatranom tržištu.

Ponekad se u debatama postavlja pitanje relevantnosti i svrshodnosti ekonomске diplomatiјe. Ova pitanja se posebno dotiču problema „za koji tip zemalja je ekomska diplomatiјa relevantna“. Uprkos tome što je teško pronaći jedinstven odgovor na ovako komplikovano pitanje, postoje pojedini argumenti koji nude delimične odgovore na slična pitanja. Prvo, ekomska diplomatiјa je u savremenom svetu ekonomskog međuzavisnosti relevantna za sve tipove zemalja – male, velike, razvijene, nerazvijene, tranzicione, itd. Kao što se moglo videti i tokom prethodne krize, sve države su, nakon početka krize, uposlike državne kapacitete kako bi rešile ekonomski probleme. Veliki broj mera koje su usvojene pripadaju sferi ekonomске diplomatiјe, a posebno tokom poslednjih šest meseci ekomska diplomatiјa se razvila do detalja, njene aktivnosti su preformulisane i unapredene, a akcije usmerene na određene ciljeve. Ipak, ekomska diplomatiјa u stabilnom ekonomskom okruženju je relevantnija u: (a) tranzicionim zemljama i zemljama u kojima donosioci odluka u politici mogu vršiti snažan uticaj na ekonomski odluke/aktivnosti, ili (b) u malim zemljama, koje, s obzirom da to da ne određuju cene, imaju neznatan uticaj na ekonomski dešavanja u svetu i moraju veoma brzo da se prilagode promenama koje se događaju.⁵ Na kraju, može se zaključiti da je ekomska diplomatiјa *conditio sine qua non* za male tranzicione zemlje poput Srbije.

Uzimajući ovaj stav kao polaznu premisu, želeli bismo da u ovom radu predstavimo dosadašnje rezultate srpske ekonomске diplomatiјe, njene osnovne karakteristike, pitanja, probleme i mere za njeno unapređenje. Svrha ovog rada je stoga da prikaže strukturu i razvoj ekonomске diplomatiјe u Srbiji, posebno u kontekstu potreba kompanija. Poslednji deo rada posvećen je debati o pojedinim otvorenim pitanjima i prezentovanju mogućih akcija koje bi srpske vlasti trebalo da primene u cilju povećanja konkurentnosti nacionalne ekonomске diplomatiјe i nacionalne ekonomije.

⁵ Kako naglašava Naray ekonomski diplomatija je od ogromne važnosti za neke male i zemlje srednje veličine, koje pokušavaju da prežive u vremenu globalizacije i konkurenčije (2008: 2).

Ovaj rad se sastoji od tri međusobno povezane celine. U prvom delu, dali smo kratak opis ekonomskog diplomatskog okruženja u malim (i tranzicionim) zemljama, dok smo se u drugom delu bavili konkretnim problemima ekonomskog diplomatskog okruženja Srbije, naglašavajući jake strane i slabosti postojećeg sistema. U poslednjem delu, diskutovali smo dobijene rezultate i predstavili zaključna razmatranja uz određene preporuke.

2. Koji su izazovi moderne ekonomskog diplomatskog okruženja?

Nedavna ekonomski kriza izbacila je na površinu pitanje državne intervencije, njene uloge i potencijala za njene aktivnosti. Ovo je dobro poznat problem, posebno značajan u malim tranzicionim zemljama jer proizlazi iz njihovih specifičnosti, i može se posmatrati iz dve perspektive: iz perspektive njihove veličine i iz perspektive problema tranzicije. Veličina se tiče razlike između onih koji utiču i onih koji ne utiču na cene. Mala zemlja ima velike limite u pogledu ljudskih i finansijskih resursa i njen uticaj je manji u odnosu na velike zemlje. S obzirom na to da je veoma zavisna od eksternog (ekonomskog) okruženja, ona je stoga i ranjivija. Posledica je ta da mala zemlja, usled eksternih faktora, mora da izgradi otpornost na šokove koji dolaze iz međunarodnog okruženja. To se može postići jačanjem kapaciteta adaptacije i apsorpcije šokova iz okruženja. Kada se to učini, mala zemlja može upotrebiti eksterne šokove kao šansu i može postati „slobodni jahač“ na talasima promena u međunarodnom ekonomskom okruženju. Dok se pitanje veličine može uzeti kao prednost, pitanje tranzicije je po svojoj definiciji nedostatak (videti Udovičić: 2014). Činjenica da ste tranziciona zemlja znači da još niste rešili ekonomski probleme u okviru nacionalne ekonomije, niste se izborili sa problemima konkurentnosti i niste ojačali ekonomski potencijale i marginalizovali ekonomski slabosti. Činjenica da ste takva zemlja znači da ste ranjiviji, osetljiviji na eksterne šokove i ekonomski i politički nestabilni. Konačno, s obzirom na to da takva ekonomija nije konkurentna, njen pristup globalnom tržištu je ograničen. Uzimajući sve ovo u obzir, jasno je da dobro uspostavljena ekonomski diplomatska može biti korisna u prevazilaženju nedostataka malih i tranzicionih zemalja.

Pre krize, ekonomski diplomatska je shvatana kao manje relevantna, jer se smatralo da je to kontinuirana aktivnost država za ubedivanje drugih da nešto urade ili ne urade. U vremenu krize, postaje jasno da ekonomski diplomatska nije samo aktivnost koju zahtevaju države, već prevashodno aktivnost koju države sprovode, a zahtevaju je nacionalne kompanije koje posluju u inostranstvu (Ruëll i Zuidema, 2012). Razvoj ekonomskog diplomatskog postao je intrigantniji u vreme ekonomskog krize, kada su države koristile ekonomsku diplomatsku da ublaže protekcionističke i intervencionističke politike drugih država. Osnovna logika je uspostavljanje prijateljskog okruženja za

internacionalizaciju poslovanja kompanija i razmenu usluga i dobara. Ekonomski kriza je istakla značaj saradnje ekonomije i politike. Ekonomski diplomatija je na jedan način (kao reakcija na krizu) poslužila da ubrza ekonomsku liberalizaciju, dok je na drugi poslužila kao određena vrsta podrške zemljama koje su se suočile sa ekonomskim i finansijskim problemima. Kao takva, poslužila je ne samo kao stimulans, već i kao amortizer (Justinek, 2010).

Čak i uprkos tome što je ekonomski diplomatija neophodna i za velike i za male zemlje, postoji razlika u njenom sprovođenju. To znači da male zemlje, pošto nemaju uticaj na cene, moraju da koriste ekonomsku diplomatiju strateški, konzistentno i pragmatično, dok velike zemlje nisu u obavezi da koriste ekonomsku diplomatiju za oporavak, s obzirom na to da im njihova tržišta dozvoljavaju da ekonomski prežive i bez jakih veza sa ostalim subjektima u međunarodnom okruženju. Za razliku od malih zemalja, velike zemlje vezuju svoju ekonomsku diplomatiju za inostrane (ekonomski) aktivnosti, što znači da ekonomski interesi nisu odvojeni od političkih. To znači da svaka politička odluka ima ekonomski konotacije (Udovič: 2014).

Uprkos određenim prednostima koje imaju male države, u kontekstu njihove integracije u globalne ekonomski tokove, njihova veličina može biti i nedostatak. Na primer, ukoliko jedna kompanija posluje na malom tržištu, ona može biti posmatrana kao velika, pa čak i transnacionalna. Stoga, kada se ulazi na globalno tržište, kompanija mora biti dobro pripremljena kako bi se zaštitala od velikih međunarodnih igrača. Malo tržište takođe može implicirati i manjak resursa, posebno ljudskih i finansijskih. Zbog toga je veoma važno imati efikasno upravljanje resursima. Ovo je naročito naglašeno u oblasti ekonomski diplomatije. Angažovani kadrovi moraju da budu dobro obučeni, fleksibilni, spremni da se adaptiraju na promene u okruženju i aktivni u procesu traženja novih poslovnih mogućnosti.

Sve veća kompleksnost, nepredvidljivost i rastući rizici zahtevaju nove politike i promene u funkcionalisanju diplomatije i međunarodnog poslovanja. Očigledno, od primarne je važnosti da se poseduju odgovarajuće znanje i veštine, ali i da se kombinuju na odgovarajući način. Pitanje je, takođe, da li veštine treba da budu slične za ekonomski diplome i međunarodne poslovne ljude, ili treba da postoji divergencija, odnosno konvergencija zahtevanih veština.

Trenutna ekonomski kriza je još jednom istakla značaj političkih pitanja, koja su u dužem periodu bila u drugom planu kada je u pitanju ekonomski diplomatija. Priroda problema krize (nejednakost, nestabilnost, rizik, problem sigurnosti) je po svojoj suštini politička i zahteva političke odgovore. Haas (1999) ističe da je okruženje sa kojim se danas suočavaju i ekonomisti i diplome u većoj meri političko. Država se dominantno vraća na ekonomsku scenu u svim zemljama. Poslovni ljudi se suočavaju sa političkim problemima kojima treba upravljati na adekvatan način. Pitanje je samo da li ekonomski

diplomate treba da se više prilagode poslovnim ljudima ili obrnuto. Pre krize, odgovor bi bio da ekomska diplomatička učestnost u glavnom već poseduje kompetencije poslovnog sveta. Sa kriozom, situacija se promenila s obzirom na to da je svet postao sve više prožet politikom, nesigurniji i manje predvidiv. Socijalni aspekti su ponovo u fokusu (nejednakost, neredi itd.). Značaj poverenja u međunarodnom biznisu postaje sve veći u odnosu na prethodni period. Stoge se ekomske diplome susreću sa intenzivnim političkim i socijalnim pitanjima, moraju da posmatraju iz *makro* perspektive, jer navedena pitanja imaju značajan uticaj na ekonomiju. To znači da ekomske diplome moraju ubrzano da usvajaju veštine i logiku poslovnih ljudi. Moramo znati kako izvori konkurenčne prednosti mogu biti modifikovani i kako odgovoriti brzo i efektivno na globalnom nivou. Potrebno je biti u stanju da se predvide događaji, sveobuhvatno interpretiraju trendove i poslovni ljudi upozore na buduće političke, ekomske i bezbednosne rizike. Ključ uspeha ekomske diplomatičke je sistem koji ne proizvodi *post mortem* analize, koji nagoveštava zašto je ishod bio negativan, već *pre mortem*, koji osigurava da se loš ishod uopšte ne desi, ili bar pokušava da ublaži šokove i oštećenja.

Izmeštanje izvora ekomskog rasta na istok povećava značaj razumevanja kulturoloških razlika. U multikulturalnom okruženju, neophodno je imati ljudi kojima su određene veštine bliske (Beamish i Killing, 2001). U ove veštine spadaju: sposobnost da se razviju i implementiraju strateške veštine, upravljanje promenama i upravljanje kulturnim različitostima, funkcionisanje u fleksibilnim organizacionim strukturama i timovima, sposobnost uspostavljanja komunikacije, učenje i širenje znanja u okviru organizacije. Posebno važne sposobnosti su međunarodno pregovaranje, inovativnost i veštine međunarodnog marketinga (vidi Knight i Kim, 2009). Istraživanja fokusirana na kadrovska rešenja u strukturi menadžmenta kompanija pokazala su da su najslabije veštine u polju interkulturne osjetljivosti, iniciranja promena i rukovodstva. Zadatak ekomske diplomatičke je, između ostalog, da ubedi ekonomiste u značaj kulturnih razlika. Osim toga, veliki broj učesnika komplikuje sigurnost međunarodnog poslovanja u smislu sve većeg broja različitih učesnika. Internet i informaciono društvo generišu određene slabosti (pučanje veza, uništavanje baza podataka, neovlašćen pristup). U velikoj meri, suočavamo se sa opasnošću „sajber“ konflikata i potrebom za zaštitom na nivou firme i države (Svetličić, 2013). U isto vreme uloga medija postaje sve značajnija.

Sve gore navedeno zahteva novo znanje i veštine i za diplome i za poslovne ljudi. Očigledno je da postoji konvergencija veština u obe profesije. Za diplome, to znači da poseduju veštine poslovnih ljudi, dok su poslovnim ljudima potrebne veštine diplomata. Ipak, još uvek je dominantno mišljenje da ekomske diplome moraju u većoj meri da uče i usvajaju veštine poslovnih ljudi nego obrnuto.

Ukoliko su potrebni novo znanje i veštine, u situacijama u kojima je konkurentnost veoma zavisna od brzih i adekvatnih promena na konstantno promenljivo okruženje, sistem obrazovanja mora biti reformisan, kao i metode treninga za poslovne ljude i ekonomski diplamate. Osnovna karakteristika starog sistema je specijalizovano znanje dopunjeno opštom interdisciplinarnom edukacijom/treningom. Diplamate u inostranstvu i poslovni ljudi iz malih zemalja i kompanija moraju posedovati obimno znanje i veštine kako bi bili u stanju da se izbore sa izazovima promenljivog okruženja (Ruël i Zuidema, 2012). Oni moraju pregovarati u zemlji domaćina, odlučivati o ugovorima, smirivati konflikte i pregovarati sa sindikatima, komunicirati sa javnošću u cilju odgovaranja na pravna, finansijska, trgovinska i razvojna pitanja, jačati odnose sa zaposlenima, rešavati sporove i još mnogo toga. Visokospecijalizovani ekspert ne može u svim ovim aktivnostima delovati kao individualac. Ponekad su potrebna mnogo šira znanja ili barem konsultacija sa kolegama i spoljnim ekspertima. Osim toga, postoje brojne, tzv. *meke veštine* koje se obično potcenjuju, ali postaju sve važnije ili čak odlučujući preduslov za upotrebu *tvrdih veština*. U cilju postizanja boljih rezultata, potrebno je steći znanja o opštim veštinama komunikacije i pregovaranja, kao i znanja o upravljanju kulturnim različitostima. Drugi izazov, još važniji u kratkom roku, predstavlja selekcija kadrova za rad u inostranstvu, ljudi koji će se efektivno boriti sa kulturološkim šokovima u svojim misijama u inostranstvu. Prva greška je oslanjanje isključivo na profesionalne kriterijume i iskustvo. Često se dogada da oni koji su bili veoma uspešni u svojim zemljama, bivaju brzo poraženi u inostranstvu. Ovo se događa ne samo zbog nesposobnosti adaptiranja na novo okruženje, već i zbog činjenice da pojedinci mogu postati uspešni u svojim zemljama zbog specifičnih „kontakata” kojih u inostranstvu nema. Druga greška je nedovoljna pripremljenost za rad u inostranstvu.

3. Ekonomski diplomatija u Srbiji: činjenice, podaci i izazovi

3.1. Istoriski prikaz i strukturne karakteristike srpske ekonomski diplomatije

Početak razvoja ekonomski diplomatije u Srbiji može se naći u tri zvanična dokumenta usvojena 1970-ih godina u bivšoj Jugoslaviji – Zakon o osnivanju stranih kompanija (Sl. glasnik SFRJ 39/1972), Zakon o izmenama i dopunama Zakona o osnivanju stranih kompanija (Sl. glasnik SFRJ 17/1973) i Savezni Ustav. Prema Ustavu, države su dobitne ovlašćenje da učestvuju u kreiranju zajedničke spoljne politike. Tokom 1980-ih, kada je u Jugoslaviji nastupila kriza, ekonomski oporavak Jugoslavije bila potrebna podrška drugih zemalja i međunarodnih organizacija. Posebno je važno naglasiti MMF i pripadajuće “stend-baj” aranžmane.

Politička komešanja sredinom 1980-ih takođe su imala uticaj na ekonomije jugoslovenskih republika. Tako su kompanije i banke (a naknadno i republike) iz različitih federalnih jedinica počele da nastupaju samostalno na stranim tržištima, uspostavljajući sopstvene "ekonomski" kancelarije (poznatije kao biroi). Oni su mogli, primera radi, da formiraju paradiplomske institucije koje su obavljale svoje aktivnosti mimo diplomatskih aktivnosti savezne države. U junu 1991. godine, Slovenija i Hrvatska proglašavaju nezavisnost i Jugoslavija se raspada. Srbija i Crna Gora 1992. godine osnivaju Saveznu Republiku Jugoslaviju, koja 2003. postaje Državna zajednica Srbija i Crna Gora. Nakon ukidanja Zajednice Srbija i Crna Gora 2006. godine, Srbija postaje nezavisna država.

Razvoj ekonomskog diplomatičkog poslovanja u Srbiji nakon raspada Jugoslavije bio je pod uticajem političkih specifičnosti (konflikti u regionu, sankcije Saveznoj Republici Jugoslaviji itd.). Posledično, ekonomski diplomatija se u Srbiji tokom 1990-ih razvijala *ad hoc*. S obzirom na to da je ekonomija bila organizovana kao mešavina planske i tržišne ekonomije sa značajnim državnim intervencijama, ekonomski diplomatija nije imala bitnu ulogu. Nakon demokratskih promena krajem 2000. godine, Srbija je ubrzala tranzicione reforme sa ciljem da uvede "klasičnu" tržišnu ekonomiju. Vlada je osnovala Ministarstvo za ekonomski odnose sa inostranstvom, kao i Agenciju za strana ulaganja i promociju izvoza Republike Srbije (SIEPA), koja je bila pod nadležnošću ministarstva. SIEPA je bila vodeća intitucija za implementaciju ekonomskog diplomatičkog poslovanja u Srbiji. Glavni zadaci su bili vezani za bilateralnu i multilateralnu ekonomsku saradnju, administrativne aktivnosti u kontekstu privlačenja SDI, promociju izvoza, administrativne aktivnosti vezane za međunarodne donacije, integrisanje u međunarodne ekonomski organizacije kao što su STO (Svetска trgovinska organizacija) i CEFTA (Sporazum o slobodnoj trgovini u Centralnoj Evropi), kao i poboljšanje ugleda Srbije u svetu. U međuvremenu je Ministarstvo spoljnih poslova obavljalo poslove ekonomskog diplomatičkog poslovanja preko relativno nerazvijene mreže ekonomskih atašea, što je rezultiralo nedostatkom konzistentne strategije ekonomskog diplomatičkog poslovanja. Kada je 2008. godine usvojen novi koncept ekonomskog diplomatičkog poslovanja Srbije, ekonomski atašei (koje je poslalo MSP) su opozvani.

Novi koncept je započeo potpisivanjem sporazuma između Ministarstva ekonomije i regionalnog razvoja i Ministarstva spoljnih poslova u septembru 2008. godine. To je trenutak kada je ekonomski diplomatija po prvi put institucionalno prepoznata kao jedan od prioriteta spoljne politike Srbije. Nadležnosti i dužnosti ekonomskog diplomatičkog poslovanja su potom bile prebačene na Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja uspostavljajući ono što Rana (2000) zove „*jedinstveni model zajedničke dužnosti dva ministarstva*“ između Ministarstva spoljnih poslova i Ministarstva ekonomije i regionalnog razvoja. Zatim, njihova ovlašćenja su delimično podeljena između SIEPA (Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza Republike Srbije) i Privredne komore Srbije, koja ima međunarodne kancelarije u šest zemalja: Rusija – Moskva, Belgija – Brisel, Francuska – Pariz, Italija – Milano, Nemačka – Frankfurt i Austrija – Beč.

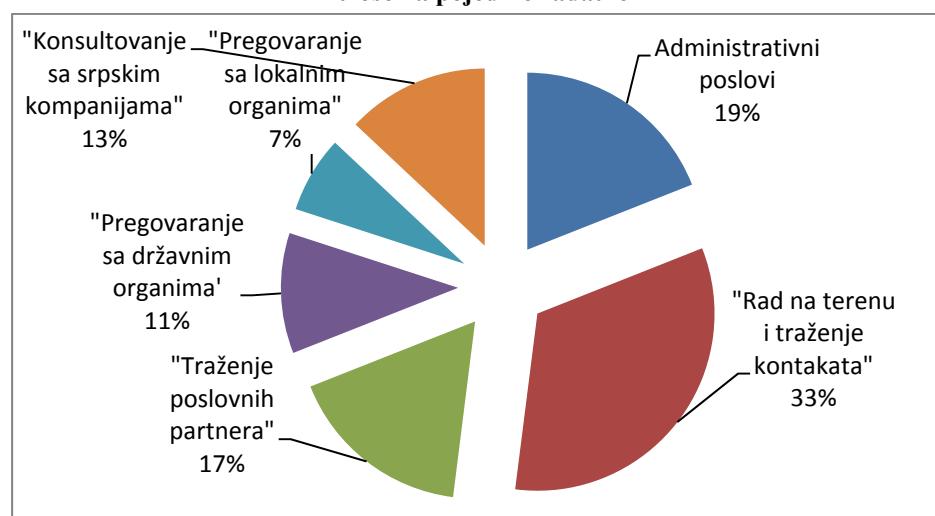
Javni tender za izbor 27 ekonomskih diplomata završen je u drugoj polovini 2009. godine. Po završetku njihove obuke, tokom prve polovine 2010. godine, diplomate su poslato na svoja odredišta. Ukupno 17 ekonomskih diplomata je poslato u zemlje članice EU, od kojih troje u Nemačku i dvoje u Italiju, pet u regionalne centre bivše Jugoslavije i pet u globalne centre (Rusija, SAD, Japan, Kina i Kanada). Nakon dve godine, Vlada je odlučila da opozove ekonomске atašee iz bivših jugoslovenskih republika, kao i iz Mađarske i Ukrajine.

Kako su ekonomski diplome dolazile iz Ministarstva spoljne i unutrašnje trgovine i telekomunikacija⁶, a ne iz Ministarstva spoljnih poslova, oni su imali slabo diplomatsko iskustvo.⁷ Ovo je bio još jedan od problema koje su neki od njih istakli, s obzirom na to da nisu bili deo strukture MSP. Oni su ne samo imali ograničeno znanje o tome kako stvari funkcionišu u diplomatiji, već nisu bili u potpunosti uključeni ni u poslove ambasada. Kao takvi, uvek su bili tretirani drugačije u odnosu na njihove kolege koji su dolazili iz MSP.

3.2. Srpska ekonomski diplomatija u praksi: problemi i budući izazovi

Osnovne aktivnosti srpskih ekonomskih diplomata su (i) promocija trgovine, fokusirana ne samo na rast izvoza, već i na traženje novih potencijalnih tržišta, i (ii) promocija SDI, usmerena na privlačenje SDI u Srbiju.

Grafikon 1: Procenat radnog vremena koji srpske ekonomski diplome troše na pojedine zadatke



Izvor: Sopstvena kalkulacija, bazirana na odgovorima srpskih ekonomskih diplomata.

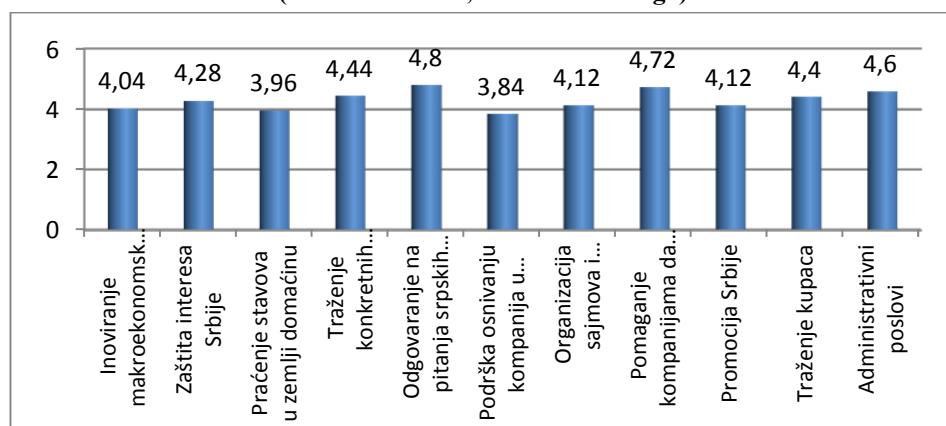
⁶ U oktobru 2012. godine Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja je ukinuto, a ekonomski diplomatija je postala deo Ministarstva spoljne i unutrašnjetrgovine i telekomunikacija.

⁷ Najčešće su dolazili iz paradržavnih institucija i privatnih kompanija.

Distribucija radnog vremena koje se troši na pojedine zadatke, u skladu sa odgovorima na anketu sprovedenu na uzorku od 25 srpskih ekonomskih savetnika⁸ (Grafikon 1.), ukazuje na to da se najveći procenat vremena (50%) troši na "rad na terenu i traženje partnera". Mnogo manje vremena potrošeno je na pregovaranje sa kompanijama iz Srbije (13%) što ukazuje na to da su one bile pasivne kada su u pitanju usluge ekonomskih diplomata. Prema anketi, administrativni poslovi oduzimaju oko 19% radnog vremena, dok se u pregovorima sa lokalnim i državnim organima provede 7%, odnosno 11% radnog vremena.

U istoj anketi, prema odgovorima ekonomskih diplomata koji se odnose na vreme koje posvećuju pojedinim zadacima (grafikon 2), oni provode više vremena pomažući srpskim kompanijama da reše probleme nego podržavajući ih da osnivaju kompanije u inostranstvu, s obzirom na to da srpske kompanije uglavnom traže pomoć kada nađu na problem u radu. Ispitanici su takođe procenili da previše vremena provode na administrativnim poslovima.

**Grafikon 2: Vreme koje ekonomski diplome posvećuju pojedinim zadacima
(1 = veoma malo, 7 = veoma mnogo)**



Izvor: Sopstvena kalkulacija, zasnovana na odgovorima srpskih ekonomskih diplomata

Grafikon 3. pokazuje osnovne informacije i procene ispitanika o karakteristikama poslovnih aktivnosti na tržištima u kojima Srbija sprovodi aktivnosti ekonomskog diplomatičkog posla. Prema anketi, predstavnici malih i srednjih preduzeća konsultuju ekonomski diplome mnogo češće od predstavnika velikih preduzeća. Ne postoji jedinstveni recept po kome bi trebalo da se odvijaju aktivnosti ekonomskog diplomatičkog posla. Zbog toga ekonomski diplome (i njene aktivnosti) treba da se razlikuju, segmentiraju i primene u zavisnosti od potreba konkretnih preduzeća. To znači da ekonomski diplome treba da

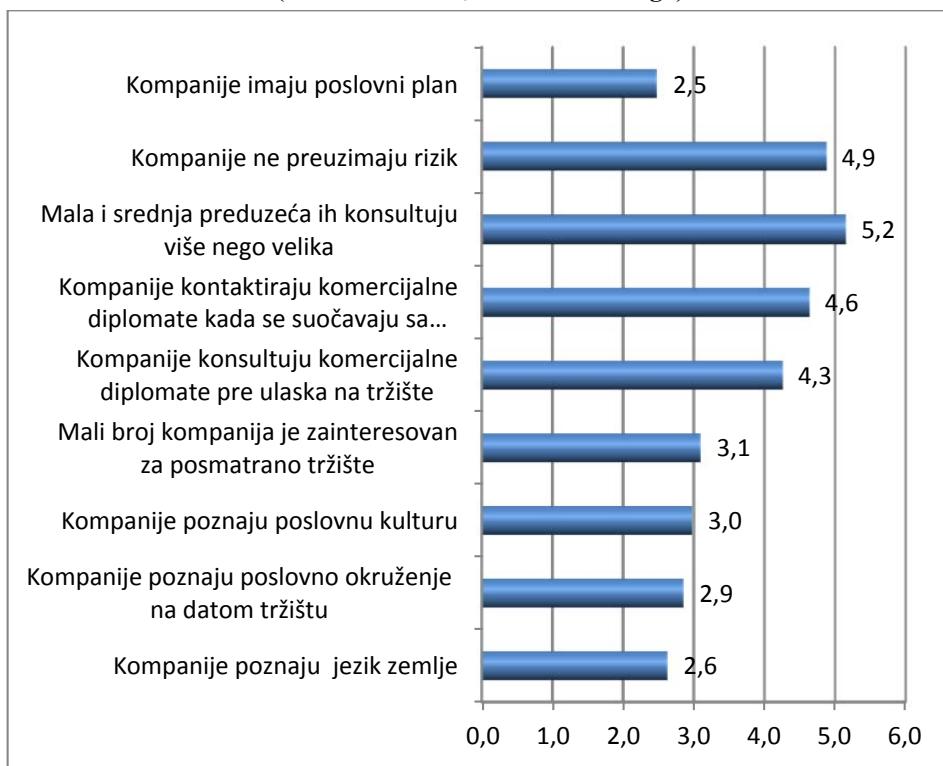
⁸ Upitnik je bio anoniman i svi rezultati dati su u agregatnoj formi. Stopa odaziva na upitnik je bila 93%. Na osnovu toga možemo zaključiti da su odgovori reprezentativni i da nalazi mogu biti upotrebljeni za generalizaciju zaključaka o aktivnostima ekonomskog diplomatičkog posla.

pomognu velikim preduzećima u njihovom međunarodnom poslovanju, ali u isto vreme treba da budu spremni da pomognu malim i srednjim preduzećima. Sve u svemu, ekomska diplomacija ne treba da se trudi da „ugodi svima”, već da se primenjuje u zavisnosti od konkretnih potreba, da se menja u zavisnosti od vremena, industrije, i naravno države u kojoj se sprovodi.

Anketa, takođe, pokazuje da kompanije češće konsultuju diplome kada imaju problem u sprovođenju aktivnosti na inostranom tržištu nego što to čine pre ulaska na to tržište. Anketa ukazuje da srpske kompanije veoma često zanemaruju važnost kulturnog, jezičkog i poslovog okruženja na inostranim tržištima, što može imati negativan uticaj na njihove poslovne aktivnosti.

Anketa nagoveštava da preduzeća nemaju poslovni plan za svoje međunarodno poslovanje. Odsustvo plana može takođe biti faktor koji ometa međunarodno poslovanje i tu ekomska diplomacija ne može mnogo da pomogne.

**Grafikon 3: Karakteristike srpskih kompanija na odabranim tržištima,
(1 = veoma malo, 7 = veoma mnogo)**

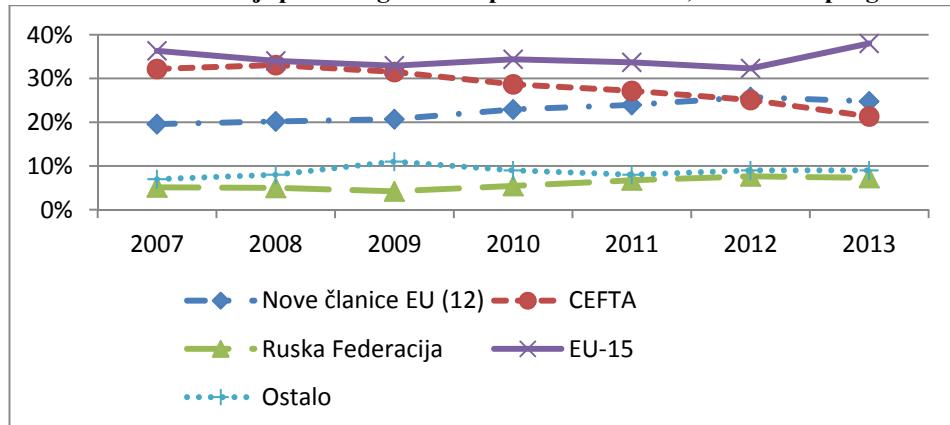


Izvor: Sopstvena kalkulacija, bazirana na odgovorima srpskih ekonomskih diplomata

Prema nalazima iz upitnika, saradnja sa diplomatskim predstavnicima je bila relativno dobra, i zajedničke aktivnosti su obavljane bez poteškoća. Ipak,

pojedine ekonomski diplome su imale poteškoće usled slabe komunikacije sa osobljem ambasade. Istraživanje ukazuje na to da su finansijski resursi bivali često limitirajući faktor za obavljanje njihovih aktivnosti.

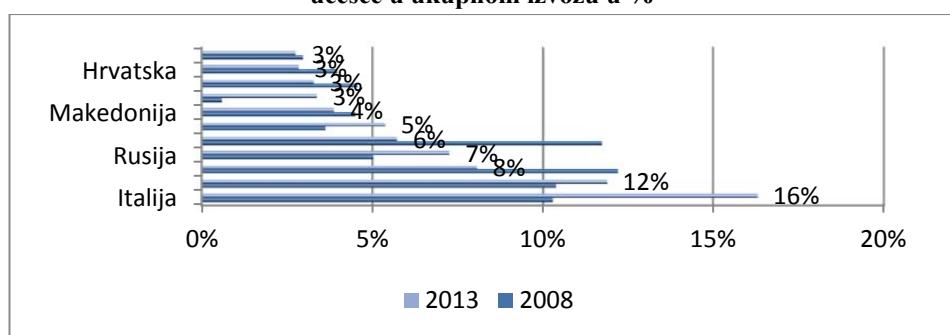
Grafikon 4: Izvoz Srbije prema regionima u periodu 2007-2013, u % od ukupnog izvoza



Izvor: UN COMTRADE

Selekcija zemalja gde su ekonomski diplome bile poslate je dvostruka. Ekonomski diplome su poslate ne samo na tržišta gde Srbija najviše izvozi svoje proizvode i usluge, već i na tržišta sa kojih dolaze najveći investitori u Srbiju. Osim toga, oni su poslati i u zemlje koje predstavljaju potencijalna izvozna tržišta i zemlje koje su najveći investitori na globalnom nivou. Ukupno 17 ekonomskih diplomata je poslati u zemlje Evropske unije (EU), s obzirom na to da 60% srpskog izvoza i 78% priliva investicija dolazi sa ovog tržišta (grafikoni 4. i 5). Visok nivo izvoza na tržište EU je dodatno stimulisano trgovinskim olakšicama EU i mogućnostima za članstvo Srbije u EU. Može se očekivati dalji rast u narednom periodu.

Grafikon 5: Najvažnija izvozna tržišta za srpske proizvode u 2008. i 2013., učešće u ukupnom izvozu u %

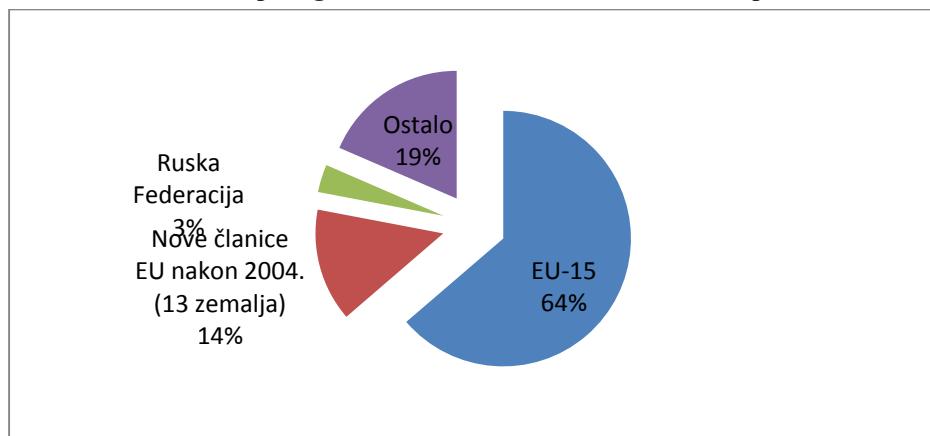


Izvor: UN COMTRADE

Vlada Srbije je poslala dvoje ekonomskih diplomata u Italiju i troje u Nemačku, s obzirom na to da su to najveći trgovinski partneri. Ukupno 28% izvoza ide na ova tržišta, dok sa njih dolazi gotovo 20% SDI (Grafikon 7).

S druge strane, uprkos tome što su Holandija, Norveška i Luksemburg među najvećim investitorima u Srbiju (sa oko 27% ukupnog iznosa SDI, grafikon 7), u ove zemlje nisu bili raspoređene ekonomске diplomate. Umesto toga, Holandija i Luksemburg su pod nadležnošću diplomate koji se nalazi u Belgiji, dok je Norveška pod nadležnošću diplomate koji je poslat u Švedsku. Jedan od razloga je svakako to što je najveći deo SDI u Srbiju posledica većih privatizacija, kao i činjenice da ove zemlje nisu prepoznate kao značajne destinacije kada je u pitanju srpski izvoz.

Grafikon 6: Priliv SDI po regionima, sumarno do 2013, učešće u ukupnom iznosu u %

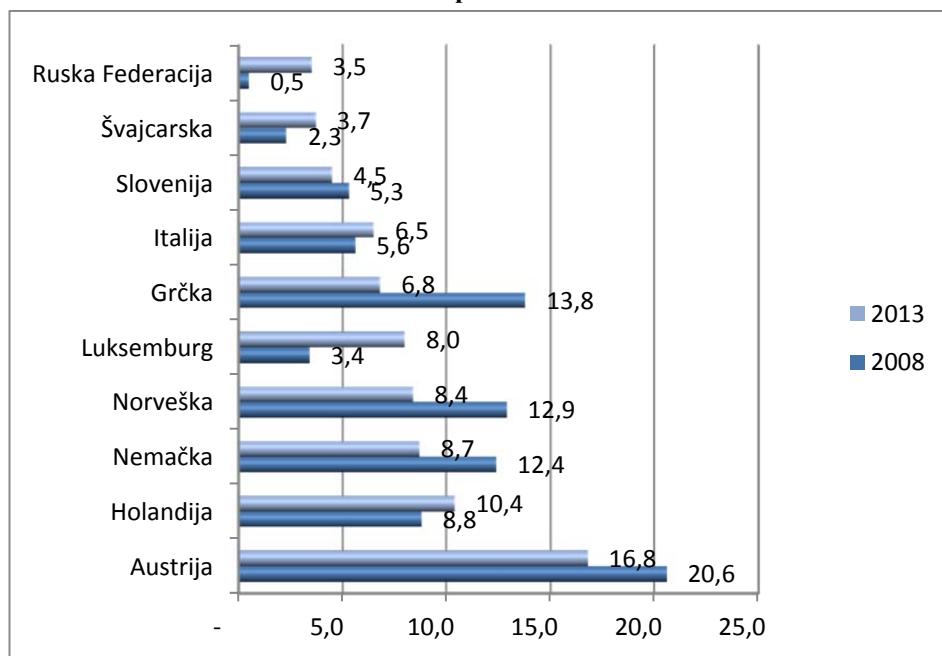


Izvor: WIIW FDI Report, Central, East and Southeast Europe, 2014

Vlada Srbije je poslala najpre 5 ekonomskih diplomata u zemlje CEFTA i 6 njih u nove članice EU. Od novih članica EU (2004. i kasnije), najvažnija izvozna tržišta su Rumunija, Slovenija i Mađarska. CEFTA zemlje su takođe važne izvozne destinacije za srpski izvoz, ali njihov udeo u srpskom izvozu kontinuirano opada od 2008. godine kada je iznosio 33% na svega 21% u 2013 (grafikon 4). Uprkos značaju ovih zemalja, Vlada Srbije je 2012. godine odlučila da povuče ekonomске diplomate iz Slovenije i Mađarske, iz zemalja CEFTA i Ukrajine, kao posledicu mera štednje uvedenih 2011. godine.

Srpski izvoz u Rusiju beleži konstantni rast u poslednjih nekoliko godina, iznosivši 7% ukupnog izvoza u 2013. godini (Grafikon 4). S obzirom na to da Rusija još uvek nije značajan investitor u Srbiju (imala je do sada smo jednu veću investiciju u sektoru energetike), postoji veliki prostor za dalji rast izvoza na ova tržišta i priliv SDI u Srbiju.

**Grafikon 7 : Priliv SDI u Srbiju prema zemljama, ukupno stanje u 2008. i 2013.
učešće u ukupnom iznosu u %**



Izvor: WIIW FDI Report, Central, East and Southeast Europe, 2014 and 2010.

Kina, Japan i Kanada, zemlje u koje su poslate ekonomski diplome 2009. godine, mogu se posmatrati kao potencijalna izvozna tržišta, s obzirom na to da manje od 1% ukupnog izvoza ide u ove zemlje. Ove zemlje takođe mogu predstavljati važne investiture u Srbiju, mada je priliv SDI iz ovih zemalja do sada bio minimalan. Čak je srpski izvoz u SAD dostigao oko 3% ukupnog izvoza, dok su SDI iz SAD iznosile 1,6% ukupnog priliva SDI u periodu nakon 2000. godine. Postoji veliki prostor za unapređenje ekonomskog saradnje između ove dve zemlje.

4. Zaključci i preporuke

Vlada Republike Srbije je i dalje u procesu traženja optimalnog modela ekonomski diplomatičke politike. Međutim, da bi se povećala efikasnost postojećeg, takozvanog zajedničkog modela ekonomski diplomatičke politike, neophodno je poboljšati koordinaciju aktivnosti odgovornih institucija, sa ciljem da se izbegne preklapanje u njihovom radu i da se racionalizuje upotreba ograničenih resursa. Dalja integracija ekonomskih diplomata u rad ambasada u koja su postavljeni i bolja saradnja sa diplomatskim osobljem pozitivno bi uticala na efikasnost ekonomskih diplomata.

Ograničeni finansijski i drugi resursi neophodni za rad ekonomskih diplomata jesu ozbiljan ograničavajući faktor, koji snažno utiče na njihov rad. Uprkos ograničenom kapacitetu državnog budžeta, bilo bi preporučljivo obezbediti nivo finansiranja koji bi omogućio nesmetano delovanje ekonomskih diplomata.

Još važnije je da se uloga ekonomskih diplomata fokusira na razvoj novih tržišta za izvoz umesto na proširivanje postojećih, kao i na privlačenje investicija iz zemalja koje još uvek nisu prisutne u Srbiji. Kako neke nove zemlje i regioni dobijaju na ekonomskoj važnosti, bilo bi preporučljivo razmotriti slanje ekonomskih diplomata u te zemlje koje se ekonomski šire, sa ciljem da promovišu izvoz Srbije i privuku njihove investicije u Srbiju.

Uprkos važnosti trgovinske i investicione promocije, prostor za doprinos ekonomске diplomatiјe povećanju izvoza i SDI je nedovoljan zbog ograničenog izvoznog potencijala i loše investicione klime u Srbiji. Konkurentnost ekonomije Republike Srbije je niska, sa malim i neraznovrsnim izvoznim potencijalom, što ograničava prostor za delovanje ekonomskih diplomata. Slab kvalitet investicione klime Srbije jeste ozbiljna prepreka prilivu SDI. U cilju povećanja efikasnosti ekonomске diplomatiјe u oblasti promocije izvoza, veoma je važno sprovesti neophodne reforme, koje će rezultirati restrukturiranjem ekonomije Srbije, čineći je konkurentnijom i izvozno orijentisanom. Da bi se povećao priliv SDI u Srbiju, neophodno je napraviti investicionu klimu naklonjenu poslovanju.

Literatura

- Bayne, N. and Woolcock, S. (2011) *The New Economic Diplomacy: Decision-making and Negotiation in International Economic Relations*, 3rd ed. Ashgate
- Beamish, P., W. and Killing, P.J. (2001) "Global Strategic Alliances", in Tung, V.R., (ed.) *The IEBM Handbook of International Business*, Cambridge: Thomson Learning, pp. 164–182
- Brglez, M. (1998) "Kodifikacija sodobnega diplomatskega prava", in Jazbec, M. (ed.), *Diplomacija in Slovenci*. Drava, Celovec, pp. 39–58.
- Haas, R.N. (1999) *The Bureaucratic Entrepreneur: How to Be Effective in Any Unruly Organization*, Washington, DC: Brookings Institute Press
- Justinek, G. (2010) *Model ekonomске diplomacije Slovenije*, Doktorska disertacija, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor.
- Naray, O. (2008) "Commercial Diplomacy: A Conceptual Overview", *Conference Paper*, 7th World Conference of TPOs – The Hague, the Netherlands
- Potter, E. (2004) "Branding Canada: The Renaissance of Canada's Commercial Diplomacy", *International Studies Perspectives*, Volume 5, Issue 1, pp. 55-60.
- Rana, K. S. (2000) *Inside Diplomacy*, Manas, New Delhi.

- Rana, S.K. and Chatterjee, B. (2009) "The Role of Embassies", in *Economic Diplomacy: India's Experience*, pp. 3-25, http://www.cuts-international.org/Book_Economic-Diplomacy.htm
- Ruëll, H. and Zuidema, L. (2012) "The Effectiveness of Commercial Diplomacy" A Survey Among Dutch Embassies and Consulates. *Discussion Paper in Diplomacy*. Netherlands Institute for International Relations Clingendael.
- Saner, R. and Yui, L. (2003) *International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael, The Hague.
- Svetličić, M. (2013) "Je deglobalizacija odgovor na svetovne tektonske spremembe in krizo?" in Slavko Splichal (ed.) *Globalizacija v dobro ali zlo?* Zbornik ob 80-letnici akademika Zdravka Mlinarja. Ljubljana: SAZU.
- Udovič, B. (2009) *Ekonomski in gospodarska diplomacija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Udovič, B. (2014) Editorial Int. J. *Diplomacy and Economy*, Special Issue: The Role and Changes in National Commercial Diplomacy in the Time of the (Current) Economic Crisis, Vol. X, No. Y, pp..1-7. Forthcoming

COMMERCIAL DIPLOMACY IN SERBIA: CHARACTERISTICS AND AREAS FOR IMPROVEMENT

Abstract: The paper analyses the challenges of modern commercial diplomacy (CD), which became more relevant than it was in the pre crisis period. In this context, the authors analyzed the chronology of implementation of CD in Serbia, scope and efficiency of its activities, and the areas for improvement. Some of their findings, related to the efficiency and challenges in CDs activities, are based on the questionnaire conducted among 25 Serbian CDs. The paper concludes that in order to increase the efficiency of commercial diplomacy, coordination of the activities of the responsible institutions should be improved, to avoid overlapping in their work and to rationalize use of limited resources. However, the authors emphasised that the space for contribution of commercial diplomacy to the increase of export and FDI is insufficient, due to limited export potential and poor investment climate in Serbia. The authors conclude that in order to increase the efficiency of commercial diplomacy in export promotion area, it is important to implement the necessary reforms, which will result in the restructuring of Serbian economy, make it more competitive and export oriented. To increase the inflow of FDI to Serbia, it is necessary to create a business friendly investment climate.

Key words: commercial diplomacy, export promotion, FDI, economic crisis, Serbia.



SARADNJA REPUBLIKE SRBIJE I EVROPSKE UNIJE U PERIODU OTVARANJA PREGOVORA O PRISTUPANJU

Maja Gavrilović

✉ majchegavranch@gmail.com

Dragana Radenković Jocić

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Srbija

✉ draganarj61@gmail.com

UDK
339.92
(497.11:4-
672EU)
Pregledni rad

Apstrakt: Postupak pregovaranja između Srbije i Evropske unije otpočeo je na osnovu člana 49. Ugovora o EU. Postupak i razvoj pregovora biće voden prema progresom Srbije u pripremi pristupanja, posebno unutar okvira ekonomske i socijalne konvergencije. Napredak će biti meren posebno u ispunjavanju Kopenhaških kriterijuma, kao i uslova definisanih Sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju. Takođe, pristupanje implicira prihvatanje institucionalnog okvira Unije, poznatog kao *acquis*. Tekovine Evropske unije poseban značaj za Srbiju kao zemlju kandidata imaju u pogledu ekonomske pitanja i njene jurisdikcije. U tom pravcu je od važnosti pregled podataka prikazanih u radu, koji se odnose na određene ekonomske kategorije, pre svih kretanje bruto društvenog proizvoda i stope (ne)zaposlenosti, kao i koraka koje je Srbija preduzimala na svom putu ka Uniji.

Primljeno:

02.06.2014.

Prihvaćeno:

10.10.2014.

Ključne reči: pristupanje, BDP, zaposlenost, harmonizacija, konkurentnost

1. Uvod

Region Jugoistočne Evrope, uključujući Balkan, počinje proces pristupanja Evropskoj uniji znatno kasnije u odnosu na sve ostale delove Evrope iz kojih potiču države članice. Ovakva situacija nije iznenadujuća imajući u vidu sve događaje, s jedne, i stepen razvoja svih društvenih odnosa u ovim prostorima, s druge strane. Na Balkanu je postojao određeni oblik multilateralne saradnje, ali je ona bila privremennog karaktera i uvek je postojala određena doza nesigurnosti, ili je možda preciznije reći neizvesnosti. Svi pokušaji neke šire i dublje saradnje zemalja regiona do 70-ih godina prošlog veka bili su orijentisani, pre svega, na pitanje bezbednosti i uspostavljanje granica, a daleko manje na ekonomsku

sigurnost i saradnju. Balkanske zemlje su samo dva puta uspele da ostvare kratkotrajne regionalne organizacije: prvi pokušaj je rezultirao Sporazumom Balkanske antante iz 1934. godine, i trajao je šest godina, a drugi Balkanskim savezom iz 1953. godine koji je funkcionisao samo dve godine (Marković, 2009, str. 201).

Nove inicijative saradnje su se javile krajem osamdesetih i početkom devedesetih godina dvadesetog veka. Razlog nastanka novih inicijativa se javlja kao posledica dva procesa. Prvi je raspad Istočnog bloka, gde se saradnja kretala u prvcu tešnjeg povezivanja sa Evropskom zajednicom. Ta saradnja ja vodila kasnijem sklapanju sporazuma o pridruživanju, a kasnije i članstvu tih zemalja u Uniju. Drugi talas, ili proces jeste proces raspadanja SFRJ. Nakon ratnih sukoba, ideje koje su se javljale imale su za cilj stabilizaciju regionalne i uspostavljanje multilateralne saradnje. To su Konferencija o stabilnosti, bezbednosti i saradnji zemalja Jugoistočne Evrope, koja je kasnije nazvana Proces saradnje u Jugoistočnoj Evropi (*South-East European Cooperation Process - SEECP*) iz 1996. godine, Roajomonski proces (*Royaumont Process*) iz 1996. godine, Inicijativa za saradnju u Jugoistočnoj Evropi (*Southeast European Cooperative Initiative- SECI*) iz 1997. godine, Pakt o stabilnosti Jugoistočne Evrope (*Stability Pact for Southeastern Europe - SPSE*) iz 1999. godine. Srbija, u odnosu na ostale zemlje Zapadnog Balkana, kreće u pregovore o pristupanju EU najkasnije. Proces pregovaranja i vremenski različito vreme pristupanja Uniji samo delom je posledica ratnih sukoba, a većim delom posledica nejednakе ekonomski razvijenosti zemalja, a može se reći i nerazvijenosti zemalja i nekompatibilnosti njihovih priveda. Razvoj regionalne saradnje su podržavale i SAD i Evropska unija, a ta podrška se odnosila na poboljšanje ekonomski pozicije i jačanje međunarodnog položaja i bezbednosti, i naročito približavanje evropskim i evroatlanskim integracijama. Na Ministarskoj konferenciji koja je održana u Solunu 1997. godine usvojen je sledeći stav: „Evropska orijentacija zemalja regionalna je sastavni deo njihovog političkog, privrednog i društvenog razvoja. Njihova namera je da aktivno doprinesu evropskoj integraciji, motivisana istim načelima koji su pomogli da se uspostavi i razvije ono što je danas Evropska unija.“¹

Sve pomenute inicijative su imale za cilj da se poboljša multilateralna saradnja, koja predstavlja osnovu za ekonomski razvoj, političku i ekonomsku stabilizaciju i uspostavljanje dobre regionalne saradnje. Može se konstatovati da se saradnja u Jugoistočnoj Evropi odvija preko četiri okvira (Marković, 2009, p. 203, 204 i 205).

Prvi od četiri okvira jeste međunarodni okvir, koji se odnosi na podršku ukupne međunarodne zajednice, koja regionalnu saradnju uslovljava, usmerava,

¹ Thessaloniki Declaration on Good Neighborly Relations, Stability, Security and Cooperation in the Balkans, Eurobalkans, No. 2627/97, str. 36.

podstiče i u velikoj meri finansira. Finansiranje se vrši uz pomoć Međunarodnog monetarnog fonda, Svetske banke i njenih agencija i Svetske trgovinske organizacije.

Drugi okvir je *evropski*, koji je uključen u prethodno navedeni okvir, sa tendencijom da postane dominantan. Prema većini autora politika Evropske unije prema regionu se odvija u tri nivoa: prvi je uspostavljanje Pakta stabilnosti za Jugoistočnu Evropu, koji ima najširi okvir i najveću međunarodnupodršku, drugi je Proces stabilizacije i pridruživanja, koji prestavlja osnovni element za uspostavljanje bilateralnih odnosa u Evropskoj uniji, čiji je osnovni element Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju, i treći nivo je CARDS program, pošto se on realizuje preko nacionalnih CARDS programa. Evropska komisija ih je dopunila regionalnim CARDS programom, kako bi se ostvarila regionalna saradnja koja je predviđena Sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju. Za njega je izdvojeno 10% od ukupno raspoloživih fondova.

Regionalni okvir je zaokružen aktivnostima samih zemalja regiona, usklađenim sa međunarodnim i evropskim okvirom regionalne saradnje i motivisanim, pre svega, interesima sopstvenog razvoja. Nedovoljna efikasnost međunarodnih inicijativa u regionu se može pripisati samim zemljama regiona, jer ne postoji dovoljna inicijativa da iskoriste postojeće mogućnosti i da traže nove. Poslednjih godina se uvida veći nivo aktivnosti zemalja, što ukazuje na sazrelu svest o tome da je to jedini način da se pristupi Uniji.

I, kao četvrti okvir može se navesti *sub-regionalni okvir*, na osnovu kojeg su države, po pravilu, orijentisane na rešavanje regionalnog problema, i osnivaju se po interesnoj logici, a najčešće oblasti saradnje su infrastruktura, transport, ekologija, prekogranična saradnja, kultura i sport.

Kako bi se ostvarila ekonomski saradnji i ispunili kriterijumi za pristupanje Uniji, neophodno je najpre ostvariti stabilnost u regionu. To je posebno bitan zadatak kada je u pitanju Zapadni Balkan. Bez uspostavljanja mira i stablinosti potpuno je iracionalno očekivati da će doći do uspostavljanja ekonomski saradnje.

2. ‘Normativni put’ Srbije ka Evropskoj uniji

Poznato je da Evropska komisija postavlja sve više zahteva zemljama Zapadnog Balkana u pogledu reformi administrativnog sektora, ali i u pogledu kreiranja i implementacije javnih politika. Sve ove aktivnosti realizuju se u kontekstu pruhvatanja i sprovođenja pravne tekovine Evropske unije. Novi uslovi za sadašnje zemlje kandidate rezultat su izvesnih poteškoća koje su se javile u toku ’brojnog’ priključenja 2004. godine. Kako bi se prevazišli sve potencijalne prepreke, Evropska komisija je u saradnji sa OECD-om sačinila Program podrške unapređenju vladavine i upravljanja, takozvani *Sigma program* (*Support for Improvement in Governance and Management*). Osnovni

pravac Programa bio je sačiniti pravni okvir za procenu napretka zemalja kandidata, odnosno merila koja određuju kriterijume članstva u Uniji, za takozvane horizontalne reforme. Naime, osnovna merila (Baselines) odnosila su se na pet oblasti koje su bile definisane kao ključne za horizontalne aspekte vladavine.

Prema članu 4(3) Ugovora o Evropskoj uniji svaka država u cilju punopravnog članstva mora *inter alia* da preduzima odgovarajuće mere, opšte ili pojedinačne, kako bi osigurala ispunjavanje obaveza iz Ugovora o osnivanju i drugih akata institucija Unije (Schimmenfenning, Sedelmeier, 2004, str. 506). Ukoliko se uporede odredbe prvih osnivačkih ugovora i opredeljenje koje je na snazi, uočava se povećanje nivoa obaveza i država članica i država koje se pripremaju za realizaciju svojih želja za članstvo u EU. Članom 13. Ugovora o Evropskoj uniji, kao dela Lisabonskog ugovora, određuje se obaveza za države članice Unije da promovišu vrednosti EU, napredak u postizanju ciljeva, interes, kao i da obezbedi doslednost, efektivnost i kontinuitet politika i aktivnosti (Article 13 Treaty of European Union, paragraf 1) Kada su u pitanju države kandidati, jasno je da one moraju imati jake administrativne 'kapacitete', kako bi bile u stanju da okončaju sva pregovaračka poglavљa, sa jedne strane ali takođe, da budu spremne za postupak usvajanja i primene pravnih akata na nivou Unije (Featherstone, Radelli, 2003, p.67).

Srbija je učinila krupne i veoma važne korake na svom 'evropskom' putu.² Nesumnjivo je da je na samom početku trebalo odraditi određene izmene u pravnom okviru zemlje. Srbiju određene izmene najvažnijeg akta, odnosno ustava zemlje, tek očekuju. Ipak, sve ono što je do ovog momenta učinjeno omogućilo je bitan napredak u statusu Srbije od zemlje kandidata za članstvo u EU ka otvaranju pregovaračkih poglavљa za njeno pristupanje ovom subjektu. Međutim, činjenica je da nedostaje jedan planski dokument koji bi obuhvatio sve prioritete, uključujući sistem planiranja javnih politika.³ Srbija, kao jedna od zemalja kandidata, nema identičan put koji su imale zemlje u istom statutu u kom je sada ona. Dakle, koraci koje države kandidati preduzimaju u postupku pregovaranja o pristupanju se mogu razlikovati za svaku državu, ali nesumnjivo je da se mogu uočiti i zajednički elementi, pre svega u proceduralnim aktivnostima (Communication from the Commission to the European Parliament and the Council, COM 2013, 700 final). Uglavnom, Srbija pred sobom ima iskustva brojnih zemalja članica, može ih komparirati i iz njih izvući zaključke koji je mogu na najbolji način uvesti u članstvo. Analize ukazuju da, imajući u vidu status i probleme Srbije u ovom momentu, treba imati u vidu

² Evropski savet je 28. juna 2013. godine najavio otvaranje pregovora o pristupanju Srbije usvajanjem odluke o otpočinjanju pregovora, a januara 2014. godine postupak je zvanično otpočeo održavanjem prve Međuvladine konferencije. Do sada su održana tri eksplanatorna i tri bilateralna skrininga za poglavlja 23, 24 i 32

³ Dokument 'Republika Srbija: Akcioni plan za proces pregovaranja i pristupanja EU', preciznije njegov nacrt je urađen 2012. godine na osnovu prepostavki o predstojećim aktivnostima

primer Ujedinjenog Kraljevstva (naravno iz vremena pristupanja UK), Letonije i Poljske. Uglavnom, neophodno je imati analizu problema i jasno definisane ciljeve kao startne tačke dugog evropskog puta. Na ovaj način, u nastavku će svim učesnicima biti olakšano implementirati sve preduzete mere.

3. Srbija kao deo unutrašnjeg tržišta Evropske unije

Ekonomski integracija sa Evropskom unijom, da ili ne, i kako Srbija da odgovori na ovo pitanje? Brojevi u ovom slučaju govore najpreciznije. Naime, Unija je Srbiji glavni trgovinski partner – 58,1% celokupnog izvoza i 58,2% uvoza u 2012. godini Srbije usmereno je ka Uniji. U poređenju sa prethodnom godinom uočava se neznatan poraz u oba pravca. Izvoz Srbije u EU je u bržem porastu u odnosu na uvoz. Države članice CEFTA beleže 32,4% celokupnog izvoza i 10,4% svog izvoza u 2012. godini u odnosima sa Evropskom unijom. Dakle, trgovinska integracija sa EU ostaje na značajnom nivou.

Ukoliko se imaju u vidu određeni parametri (u ekonomskom smislu), može se uočiti da su u Srbiji učinjeni pozitivni koraci. Šta je Srbija do sada uradila, a šta joj predstoji kako bi ispunila sve uslove u cilju uspostavljanja tržišnog sistema koji može uspešno da funkcioniše sa tržišnim sistemom koji postoji u Evropskoj uniji. Sigurno je da je neophodno da sprovede brojne reforme, pre svih zakonodavne, a potom i prestrukturiranje privrede.

Jedan od bitnijih faktora koji može pokazati da li postoji razvoj privrede jeste kretanje *bruto društvenog proizvoda*. Naime, u periodu od 2000. do 2008. godine u Srbiji je zabeležen rast BDP-a.

Tabela 1 Kretanje stope rasta BDP-a u Srbiji u periodu 2000-2008. godine

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
BDP	5,3%	5,6%	3,9%	2,4%	8,3%	5,6%,	5,2%	5,5%	5,4%

Izvor: www.mrrls.gov.rs

Posmatrajući podatke iz tabele 1, može se uočiti da je rast bruto društvenog proizvoda u periodu od 2005. do 2008. godine bio relativno stabilan i kretao se oko 5%. Kako je 2009. godina, godina krize svuda u svetu, to se prenalo i u Srbiju. U toku 2009. godine je ostvareno smanjenje bruto društvenog proizvoda od 3,1%. Već sledeće 2010. godine je privreda počela da se oporavlja, i ostvarila napredak od svega 1% bruto društvenog proizvoda. Međutim, ekonomski oporavak je podstaknut rastom izvoza u Evropsku uniju, koji je na žalost stao sredinom 2011. godine zbog negativnih efekata drugog talasa globalne ekonomski krize, a naročito zbog slabljenja ekonomskog rasta i

finansijskih problema u evrozonii.⁴ Rezultat svega ovoga je, da i u pogoršanim ekonomskim uslovima, u 2011. godini je ostvaren realan rast bruto društvenog proizvoda od 1,6%, koji je posledica povećane industrijske i poljoprivredne proizvodnje, građevinarstva, saobraćaja i telekomunikacija. Najveći pozitivan doprinos na rast bruto društvenog proizvoda potiče od sektora informisanja i komunikacija od 0,9%, sektora industrije 0,6%, dok je najveći negativan efekat posledica smanjenja trgovine na veliko i malo od -1%. Privreda Srbije u 2012. godini je u recesiji. U istoj godini je došlo do pada bruto društvenog proizvoda od -1,7%. Razlog tome je pad finalne potrošnje. Osim toga je zabeležen pad investicija u osnovna sredstva u vrednosti od -3,4%. Međutim, postojala su nepovoljna kretanja ekonomskih aktivnosti zemalja sa kojima je Srbija spoljnotrgovinski povezana (pre svega zemlje Evropske unije), te je sve to uticalo na smanjenje tražnje za sprskim proizvodima, a samim tim i na usporavanje privrednog rasta. Radi bolje preglednosti, i komparacije sa zemljama u Regionu, tabelarno i grafički će biti prikazano kretanje bruto društvenog proizvoda.

Tabela 2 Kretanje stope bruto društvenog proizvoda u Srbiji i regionu od 2001-2012⁵

	2001-2008	2009	2010	2011	2012
EU 27	2,0	-4,3	2,1	1,6	-0,3
Bugarska	5,8	-5,5	0,4	1,8	0,8
Mađarska	3,2	-6,8	1,3	1,6	-1,7
Rumunija	6,3	-6,6	-1,1	2,2	0,3
Hrvatska	4,3	-6,9	-2,3	0,0	-2,0
<i>Srbija</i>	4,9	-3,5	1,0	1,6	-1,7
BiH	4,9	-2,9	0,7	1,3	
Crna Gora	5,0	-5,7	2,5	2,8	
Makedonija	3,0	-0,9	2,9	2,8	0,0

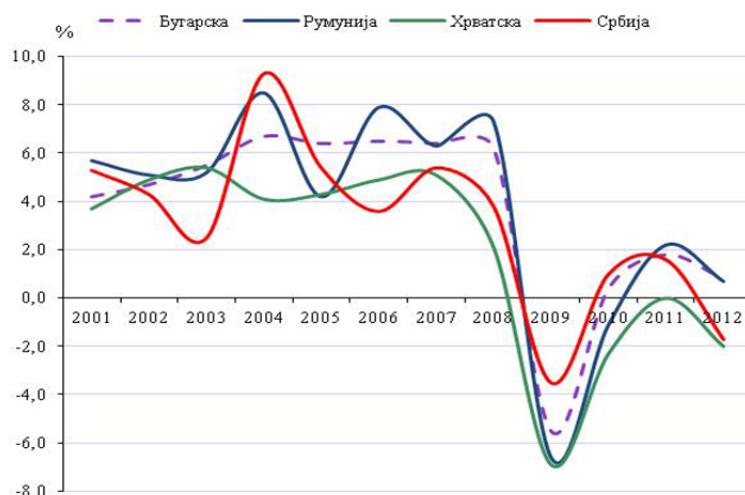
Izvor: www.mrrls.gov.rs

Kada posmatramo ove podatke može se uočiti da je Srbija pratila kretanja u regionu i da su i neki negativni rezultati uglavnom posledica ekonomskih događanja i kriza koje su bile van domaćaja ekonomskih vlasti u zemlji.

⁴ Portal Narodne skupštine Republike Srbije, <http://www.parlament.gov.rs/>, Fiskalna strategija za 2013. godinu sa projekcijama za 2014. i 2015. godinu , strana 7. Dokument preuzet 28.09.2013. u 15:36.

⁵ Portal Ministarstva regionalnog razvoja i lokalne samouprave, www.mrrls.gov.rs, *Izveštaj o razvoju Srbije za 2012. godinu*, strana 21. Dokument preuzet 28.09.2013. u 16:13.

Grafikon 1 Kretanje % bruto društvenog proizvoda u Srbiji i Regionu od 2001-2012. godine⁶



Izvor: Eurostat, RZS

Još jedan bitan pokazatelj ekonomskog razvoja jedne zemlje jeste *inflacija*. Ako posmatramo period od 2001. do 2012. godine, može se konstatovati da je u ovom periodu uspostavljena makroekonomska stabilnost. Relativna cenovna stabilnost je ostvarena u uslovima sprovedene *liberalizacije tržišta, reforme fiskalnog sistema, uz fazno oticanje najznačajnijih cenovnih dispariteta*. Iako je tokom vremena inflacija značajno smanjena, njen prosečni godišnji nivo od 12,5% ukazuje na postojanje unutrašnje makroekonomske neravnopravnosti. Za tranzicioni period su karakteristične ciklične fluktuacije u kretanju inflacije. I pored pozitivnog trenda (sa 40,7% u 2001. na 12,2% u 2012. godini) ukupna inflacija je i dalje veoma visoka. U periodu od 2001. do 2008. godine je inflacija merena metodom rasta cena na malo, a od 2009. godine kao zvanična mera inflacije u Srbiji se koristi rast potrošačkih cena. Krajem 2012. godine je inflacija dostigla međugodišnji nivo od 12,2%, a prosečni godišnji rast potrošačkih cena je bio 7,8%, i bila je iznad projektovanih vrednosti. Ciljana stopa inflacije je bila 4% +/- 1,5%.⁷ Međutim, rast potrošačkih cena je u najvećoj meri bio rezultat rasta cena hrane koji je izazvan nepovoljnom poljoprivrednom sezonom i rastom svetskih cena primarnih poljoprivrednih proizvoda. U poređenju sa zemljama iz okruženja Srbija ima najvišu prosečnu godišnju stopu inflacije koja je u 2011. godini iznosila 11,2%. Viša inflacija u

⁶ Portal Republičkog zavoda za statistiku Republike Srbije, www.webrzs.stat.gov.rs, grafikon preuzet 28.09.2013. u 16:25.

⁷ Portal Ministarstva regionalnog razvoja i lokalne samouprave, www.mrrls.gov.rs, Izveštaj o razvoju Srbije za 2012. godinu, strana 25. Dokument preuzet 28.09.2013. u 16:13.

Srbiji u odnosu na inflaciju u okruženju za posledicu ima poskupljenje domaćeg izvoza. Ovo povećanje uvoza povećava tražnju za inostranom valutom i prodaju domaće valute dovodi do depresijacije nacionalne valute. Naime, kada posmatramo inflaciju, ona u 2009. i 2010. godini pada u odnosu na raniji period, a to je rezultat mere Vlade koja se ogleda u zamrzavanju penzija i zarada u javnom sektoru u tom vremenskom intervalu. Rezultat svega ovoga je da je inflacija u decembru 2011. godini 7% viša od targetirane, a u 2012. je targetirana 4% +/- 1,5%. Međutim, inflacija je bila znatno viša, što i nije neobično s obzirom na uslove u poljoprivredi, ali i na uvođenje PDV-a od 20%, a koji je do tada bio 18%.

Tabela 3 Makroekonomska kretanja u Srbiji u periodu od 2001. do 2012. godine⁸

	2001	2008	2009	2010	2011	2012
<i>BDP u milijardama evra</i>	12,8	32,7	28,9	28,0	31,5	29,9
<i>BDP, realan rast u %</i>	5,3	3,8	-3,5	1,0	1,6	-1,7
<i>Inflacija, kraj perioda</i>	40,7	6,8	6,6	10,3	7,0	12,2
<i>Kurs din/eur (prosek)</i>	59,78	81,44	93,95	103,04	101,95	113,3
<i>Deficit tekućeg budžeta % BDP</i>	2,2	-21,6	-6,6	-6,7	-9,1	-10,5
<i>Strane direktnе investicije % BDP</i>	1,4	5,6	4,8	3,1	6,1	0,8
<i>Rezerve NBS u milijardama evra</i>	1,33	8,19	10,6	10,0	12,1	10,9
<i>Fiskalni deficit % BDP</i>	-0,5	-2,6	-4,5	-4,7	-4,9	-6,4
<i>Javni dug % BDP</i>	105,2	29,2	34,7	44,5	48,2	59,3
<i>Spoljni dug % BDP</i>	85,5	64,5	77,7	84,9	76,7	85,9
<i>Privatni spoljni dug % BDP</i>	5,5	44,6	50,8	52,5	42,4	45,2

Izvor: www.mrrls.gov.rs,

Kretanje bruto društvenog proizvoda i inflacije, ali i drugih pokazatelja prikazanih u tabeli koji su značaja za ekonomiju jedne zemlje odražavaju se i na životni standard stanovništva. Tako je *životni standard* još jedan od bitnih pokazatelja pri analizi ekonomskih pokazatelja od značaja za pridruživanje Evropskoj uniji. Porast životnog standarda od 2001. do 2008. godine je bio rezultat dinamičnog rasta zarada i penzija. Ono što je problem jeste da su se koristi od ekonomskog rasta prenosile na stanovništvo kroz porast zarada, a ne kroz rast zaposlenosti. Prosečna zarada je dostigla nivo od 400 evra, što čini trećinu evropskog proseka. Međutim, zajedno sa dolaskom svetske ekonomske krize, došlo je do pada privredne aktivnosti i do usporavanja rasta zarada, ali i rasta

⁸Portal Ministarstva regionalnog razvoja i lokalne samouprave, www.mrrls.gov.rs, Izveštaj o razvoju Srbije za 2012. godinu, strana 25. Dokument preuzet 28.09.2013. u 16:13.

nezaposlenosti. Logična posledica lošije makroekonomske situacije jeste pogoršanje životnog standarda stanovništva. Drugi talas ekonomske krize je u 2012. godine doveo do još novih negativnih kretanja na tržištu rada, opala je prosečna zarada i to na nivo od oko 366 evra.⁹ Ako posmatramo u odnosu na okruženje, Srbija ima veće zarade u odnosu na Bugarsku, Makedoniju i Rumuniju, ali niže u odnosu na Sloveniju, Hrvatsku, Mađarsku i Bosnu i Hercegovinu.

Negativni trendovi pada zaposlenosti i rasta nezaposlenosti predtranzicionog perioda su nastavljeni, čak i u godinama najvećeg privrednog rasta. Kao što je već rečeno, povećavane su penzije i plate, ali se broj zaposlenih i dalje smanjivao. Kako je padao broj zaposlenih do izražaja su došli strukturni problemi privrede i društva. Razlog jeste dualnost tržišta rada u Srbiji, gde jedan broj zaposlenih ima visoku sigurnost zaposlenja, dok drugi deo zaposlenih radi na takoreći marginama i ima veoma nisku sigurnost zaposlenja. Naime, privatni sektor se prilagodio i nastavlja da se prilagođava novonastalim ekonomskim uslovima. Međutim, državni sektor nije u dovoljnoj meri prilagođen navedenoj situaciji. Preveliki nivo nezaposlenosti je posledica tranzpcionog restrukturiranja kroz otpuštanje radnika u privatizovanim firmama, i ovaj problem biva sve izraženiji jer se i dalje nastavlja svojinska transformacija i prestrukturiranje preduzeća. Pozitivni signali su zabeleženi oktobra 2012. godine, kada je nezaposlenost opala za 1,2%, što čini 8.270 lica.¹⁰ Tržište rada u Srbiji karakteriše neusklađenost između ponude i tražnje za radnom snagom, a ta neusklađenost se dodatno povećava neskladom u kvalifikacionoj starosnoj i profesionalnoj strukturi.

Stopa nezaposlenosti u Srbiji je 24,6%, a prosek u Evropskoj uniji je 10,3%. Takođe je bitno naglasiti da u Srbiji postoji visoka stopa nezaposlenosti od 51% kod mlađih do 24 godine, dok je u Uniji 22,6%. U procesu restrukturiranja je od 2007. do 2012. godine bez posla ostalo 92. 000 ljudi, od toga 85.000 u realnom, a 7.000 u javnom sektoru. Jedan deo toga je apsorbovao preduzetnički sektor u toku 2008. godine. Međutim već 2009. godine je preduzetnički sektor smanjio broj zaposlenih za 106.000, što je 21,5%. Ono što se može videti u tabeli broj 4, jeste da se povećavala stopa nezaposlenosti, a da se smanjivala stopa zaposlenosti. Period obuhvaćen tabelom jeste od 2008. do aprila 2013. godine. Pritom se podaci odnose na procenat radno sposobnog stanovništva starijeg od 15 godina.

⁹ Sajt republičkog zavoda za statistiku, www.webrzs.stat.gov.rs. Sajt posećen: 15.11.2013. u 18:16.

¹⁰ Portal Ministarstva regionalnog razvoja i lokalne samouprave, www.mrrls.gov.rs, *Izveštaj o razvoju Srbije za 2012. godinu*, strana 12. Dokument preuzet 28.09.2013. u 16:13.

Tabela 4 Kretanje stope zaposlenosti/nezaposlenosti u Srbiji od 2008. do 2013. godine¹¹

	2008	2009	2010	2011	2012/ oktobar	2013/ april
Stope aktivnosti, zaposlenosti, neaktivnosti i nezaposlenosti						
REPUBLIKA SRBIJA						
Stopa nezaposlenosti	14.4	16.9	20.0	23.6	23.1	25.0
Stopa zaposlenosti	53.7	50.4	47.2	45.4	46.4	45.8

Izvor: www.mrrls.gov.rs,

Jedan od bitnih ekonomskih pokazatelja je i *kurs dinara*. Narodna banka Srbije se pridržava politike fluktuirajućeg deviznog kursa. Ekonomski kriza iz 2008. godine i njen drugi talas iz 2011. godine su uticali na destabilizaciju deviznog tržišta i slabljenje nacionalnih valuta i u drugim zemljama, ne samo u Srbiji. Dinar je u 2008. godini oslabio za 4,9%, u 2009. za 2,3%, u 2010. godini 3,1%. U 2011. godini dolazi do drugačijeg kretanja, dinar naime počinje da jača i ojačao je za 4,4%, što ukazuje da je finansijska otpornost Srbije na eksterne šokove nešto veća nego u prethodnim godinama. Već naredne, 2012. godine je kurs dinara prema evru oslabio za 8%, a prema američkom dolaru za 6,2%.

Još jedan u nizu pokazatelja jesu i strane *direktne inesticije* koje su u periodu od 2001. do 2012. godine u neto iznosu u Srbiji bile 15,1 milijardu evra, a najviši nivo je ostvaren u 2006. godini u vrednosti od 3,3 milijarde evra. Veći deo stranih direktnih investicija se odnosio na kupovinu dela domaćih državnih i društvenih preduzeća i banaka u procesu tenderske i aukcijske privatizacije. U 2012. godini ove investicije u Srbiji su bile samo 231,9 milion evra, što predstavlja značajan pad ulaganja u odnosu na prethodne godine. U 2011. godini je ostvareno ulaganje od 1,8 milijarde evra, pri čemu je tada Srbija imala najveći iznos stranih direktnih investicija posmatrajući u odnosu na Region.

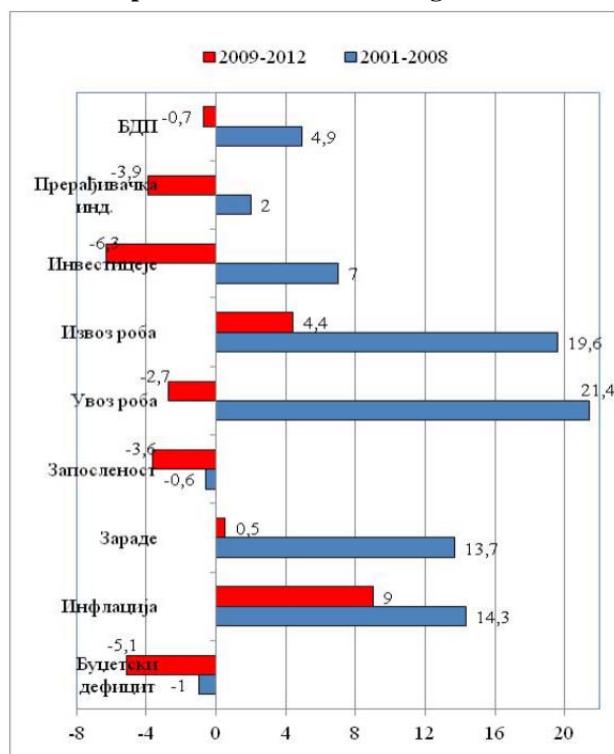
U proteklom dvanaestogodišnjem periodu dogodile su se brojne reforme u oblasti javnih finansija, što se ogleda u modernizaciji fiskalnog sistema, poreski sistem je postao konkurentan u odnosu na zemlje sa okruženjem i u značajnoj meri usaglašen sa standardima Evropske unije. U periodu od 2005. do 2012. godine Srbija bleeži veliko *učešće javnih rashoda u ukupnom bruto društvenom proizvodu* i to od 45,8%. Naročito je u kriznom periodu došla do izražaja neadekvatna veličina i struktura javne potrošnje u Srbiji. U 2012. godini je učešće javnih rashoda bilo 47,9% bruto društvenog proizvoda. Nakon što je u 2005. godini ostvaren suficit, u daljem periodu se fiskalna pozicija Srbije pogoršava i javni dug ostvaruje visok nivo deficit-a koji se naravno finansira zaduživanjem, što u krajnjem vodi do relativno brzog rasta učešća javnog duga u ukupnom bruto društvenom proizvodu. S ozbirom na to da je jedan od uslova

¹¹ Sajt republičkog zavoda za statistiku, www.webrzs.stat.gov.rs. Sajt posećen: 15.11.2013. u 18:16.

za ulazak u Evropsku uniju saradnja sa Međunarodnim monetarnim fondom, fiskalni deficit je 2009. i 2010. godine bio na nivou dogovorenim sa MMF-om, na 4,5% i 4,7%. U 2011. godini je takođe bilo slično - 4,9%, dok je 2012. godine značajno povećan budžetski deficit i t na 6,4%. Usavršavanje zakonodavnog okvira i izgradnja savremenih institucija će doprineti efikasnijem funkcionisanju celokupnog sistema jafnih finansija, samo je neophodno nastaviti sa reformama. U korist tome ide i činjenica da je Vlada Srbije u novembru 2012. godine uvojila Fiskalanu strategiju za 2013. godinu sa projekcijama za 2014. i 2015. godinu.

Naime, posmatrajući sledeću sliku možemo uočiti kretanja prethodno pomenutih parametara, koji pokazuju stanje jedne privrede.

Grafikon 2 Kretanje osnovnih ekonomskih pokazatelja za Srbiju u periodu od 2001. do 2012. godine¹²



Svi ovi pokazatelji jednoglasno ukazuju na to da je Srbija bila u velikom privrednom usponu do 2008. godine. Nakon toga zbog krize koja je pogodila svet, dogodili su se brojni potresi koji su uzdrmali taman započet privredni razvoj u Srbiji.

¹² Portal Ministarstva regionalnog razvoja i lokalne samouprave, www.mrrls.gov.rs, Izveštaj o razvoju Srbije za 2012. godinu, strana 8. Dokument preuzet 28.09.2013. u 16:13.

4. Proces integracije Srbije i Evropske unije

Kako bi se uspostavila saradnja sa Evropskom unijom, na svim poljima, a naročito na poljima ekonomske saradnje, neophodno je biti uključen u proces integracija. Postoji više razloga koji dovode do zaključka da Srbija treba da postane sastavni deo Evropske unije, a jedan od tih razloga jeste svakako i njen centralni položaj na Balkanu. Srbija ima velike interese da razvija bilateralnu i multilateralnu saradnju sa zemljama regionala, ali i zemljama Evropske unije. Naime, regionalna saradnja i povezivanje se podrazumevaju jer predstavljaju uslov za održavanje mira i stabilnosti u regionu, kako politički, tako i ekonomski.

Bilateralna saradnja Srbije sa Unijom u institucionalnom smislu se ogleda u potpisivanju različitih vrsta i oblika sporazuma i ugovora u oblasti ekonomije, infrastrukture, kulture, nauke, obrazovanja, sporta i drugo. Kada se govori o funkcionalnom povezivanju, ono može biti na horizontalnom i sektorskom nivou (Marković, 2009, str. 207). *Sektorsko povezivanje* podrazumeva saradnju u oblasti spoljne trgovine, stvaranje zajedničkog investicionog prostora, formiranje zajedničkog tržišta električne energije, saradnju u oblasti infrastrukture, ali i zajedničku borbu protiv organizovanog kriminala. Ovo povezivanje podrazumeva povezivanje sektora, a to predstavlja povezivanje i uspostavljanje fukcionalne veze među državama. *Horizontalno povezivanje* predstavlja uspostavljanje direktnih odnosa saradnje između konkretnih aktera radi ostvarivanja nekog određenog cilja, rešenja problema ili zadovoljavanja određenih interesa. Ovo povezivanje ne zahteva uključivanje države. To su recimo, prekogranično povezivanje dva mesta, formiranje mreže trgovinskih komora, često su to odnosi obrazovnih i kulturnih institucija koji su dobrovoljnog karaktera.

Uspostavljanje multilateralne saradnje sa zemljama regionala se odvija u tri kruga integracionih procesa: evroatlanske (Savet Evrope, Evropska unija i NATO), one usmerene na sam Balkan (Pakt za stabilnost Jugoistočne Evrope, Proces saradnje u Jugoistočnoj Evropi) i one koji su okrenuti ka okolnim regionima (Centralnoevropska inicijativa, Jadransko-jonska inicijativa, Proces podunavske saradnje, Crnomorska ekonomska saradnja, CEFTA) (Marković, 2009, p. 207). Prvi krug podrazumeva proces harmonizacije i povezivanja zemalja, što za zemlje Zapadnog Balkana podrazumeva Proces stabilizacije i pridruživanja, koji otvara mogućnost za pristupanje Uniji.

Kada se pomene zanimljiv i atraktivni geografski položaj Srbije, misli se ,pre svega, da se na teritoriji Srbije ukrštaju tri važna tranzitna koridora u Jugoistočnoj Evropi: dunavski koridor (povezuje Nemačku i Austriju sa Turskom, Crnim morem i Bliskim istokom), kanal Rajna-Majna-Dunav predstavlja najdužu rečnu saobraćanicu u Evropi, a koja kroz Srbiju protiče

dužinom od 588 kilometara, i treći je koridor između Beograda i crnogorske luke Bar koji povezuje jug Italije sa Rumunijom, Ukrajinom i Rusijom.

Osim atraktivnog geografskog položaja, i veličina tržišta je takođe od velike važnosti, jer teritorija Srbije obuhvata oko 40% celokupnog tržišta SFRJ. S obzirom da je kapacitet industrijskih postrojenja u Srbiji građen za znatno veće tržište, Srbija se našla u problemu gde da plasira višak proizvoda, samim tim je logično da sa otklanjanjem trgovinskih barijera Srbiji pruža mogućnost da plasira višak svojih proizvodnih kapaciteta. Ono što predstavlja rešenje za probleme Srbije jeste uspostavljanje što bolje regionalne saradnje na ekonomskom planu, ali i specijalizacija privrede, i izvršiti tranziciju ka uspostavljanju otvorene tržišne privrede.

Kao i sve drugo, i integracija u Evropsku uniju ima kako zagovornike za i protiv, ali i razloge koji idu u prilog ili idu protiv nesmetanog uključivanja u Uniju. Kao razlozi koji ukazuju da treba uspostaviti što jače i čvrće regionalne odnose mogu se navesti:

- potreba približavanja Evropskoj uniji kroz uspostavljanje dobre regionalne saradnje,
- upućenost suseda jedni na druge, ali uz poštovanje ograničenosti nacionalnih tržišta, nivoa ekonomске snage, potrebe razvoja infrastrukture, nepodobnost regulisanja sve većeg broja socijalnih i ekonomskih pitanja na regionalnom/međunarodnom nivu,
- spoljni pritisak Evropske unije na balkanske zemlje za uspostavljanje sve jače i efikasnije saradnje.

5. Sposobnost za borbu protiv pritiska konkurenциje na tržištu Evropske unije

Ekonomski reformi imaju veoma usporen napredak. Privredni sektor, utisak je, još uvek je slab, posebno iz razloga što sistematski nije praćen zakonodavstvom. Domaći i spoljni deficit je i dalje visok, a prisutne su i ozbiljne strukturne prepreke za njegov rast. Takođe, funkcionisanje tržišnih mehanizama ostaje opterećeno različitim deformacijama i pravnom nesigurnošću.

Jaz između ponude i potražnje kvalifikovane radne snage je jedan od postojećih problema srpske privredne scene. Obrazovni sistem obrazuje radnu snagu koja u potpunosti ne odgovara potrebama ekonomskih zahteva. Posledica toga i glavna karakteristika tržišta radne snage jeste visoka stopa nezaposlenosti, pre svega niže i srednje obrazovanih ljudi, a dugoročno posmatrano i mlađih visokoobrazovanih. Vlada Srbije je oktobra meseca 2012. godine usvojila obrazovnu strategiju, koja bi trebalo da uvede brojne mere i unapredi kvalitet obrazovanja do 2020. Ali, nacrt akcionog plana koji bi trebalo da prati primenu

strategije nije sačinjen, a i fiskalna konsolidacija nije pratila programe tržišta radne snage. Dakle, strategija obrazovanja kao deo ekonomskih reformi, ostaje ambicija koju treba dokazati i implementirati. Nedostatak tekuće situacije sigurno je činjenica da je zaposlenost jako narušena posmatrajući različite sektore, i da ovaj trend nastavlja svoju prisutnost. Na primer, u ekonomiji dominira sektor usluga, iako je primetan ideo poljoprivrede.

Neophodnost značajnih investicija u cilju unapređenja fizičke infrastrukture je stalna potreba domaće privrede (Featherstone, Radelli, 2003, str.146). Vlada je povećala obim investicija na 3,7% bruto društvenog proizvoda u 2012. godini, ali isti ostaje nizak i beleži smanjenje od 37% u realnom iznosu u prvih osam meseci 2013. godine. Brojni su problemi koje su pred državnom administracijom, uglavnom poznati i već odavno prisutni. Vlada Srbije ne može se pozivati na nepoznavanje istih, tako da je neophodno da pokaže stručnost i volju u borbi za strane direktnе investicije.

Ne može se a još jednom ne istaći prisutnost i značaj državne uloge, preciznije ograničavanja državne pomoći preduzećima. Ne sme se ponoviti situacija iz 2012. godine kada je pomoć države bila 7% više nego u prethodnoj godini, i predstavljala 2,6% bruto društvenog proizvoda. Imajući u vidu statističke podatke, državna pomoć je bila neravnomerno sektorski podeljena. Poseban problem odnosi se na monopolističke strukture, koje su koncentrisane na određene sektorske usluge i koje su dobine više od polovine ukupne pomoći države date preduzećima. Standardni kriterijum prisutan u međunarodnim pravilima, posebno pravu EU, jeste da državna pomoć mora biti konstantno kontrolisana, i naravno bez izuzetka kada su u pitanju privatizovana preduzeća (Peters, Wright, 2001, pr.506). Nove mere državne pomoći moraju biti sistematski notifikovane pre stupanja na snagu. Komisija za kontrolu državne pomoći, kao nezavisno telo, *ex post* kontrolom mora insistirati na primeni odredaba o nadoknadi, odnosno povraćaju nezakonito date državne pomoći.

6. Zaključak

Srbija je, dakle, naglasila impuls reformi i podizanja nivoa kontakata sa susednim zemljama, a sve u cilju obezbeđenja pozitivnog doprinosa regionalnoj saradnji. Pregovarački okvir je usvojen u Savetu EU i Evropskom savetu, čime je pokazana potpuna spremnost Unije da podrži do sada preuzete korake u Srbiji. U pogledu ekonomskih kriterijuma koje je neophodno ispuniti, Srbija je učinila određeni progres ka stvaranju funkcionalne tržišne ekonomije. Srbija treba da učini značajan napor u restrukturiranju svoje ekonomije, kako bi se u srednjoročnom periodu izborila protiv pritiska konkurenčije i tržišnih snaga koje egzistiraju unutar Unije.

U toku 2012. godine Srbija je prošla kroz još jednu recesiju. Međutim, porast izvoza ublažio je efekte oslabljenih domaćih zahteva i doveo do blagog i

nejednakog oporavka u prvoj polovini 2013. godine. Učinjena je serija napora u cilju fiskalne konsolidacije, posebno na strani prihoda. Iskazana je želja da se uspostavi proces restrukturiranja državnih preduzeća. U dokumentu 'Strategija proširenja i glavni izazovi 2013-2014', koji predstavlja određeni oblik komunikacije između Evropske komisije i Evropskog parlamenta, konstatuje se da je Srbija napravila napredak u borbi protiv korupcije, kao i u unapređenju svojinskih prava (Communication from the Commission to the European Parliament and the Council, COM 2013, 700 final).

Rast, ipak ostaje ograničen, i prvi znaci ekonomskog oporavka u 2013. godini nisu se odrazili na tržište radne snage. Nezaposlenost i budžetski deficit su i dalje vrlo visoki. Oštiri zahtevi tržišta rada i održiva zaposlenost predstavljaju važan i možda glavni izazov. Usvajanje kredibilnog srednjoročnog fiskalnog programa još uvek nedostaje. Državna prisutnost u ekonomskim odnosima je značajna i državna preduzeća nastavljaju da akumuliraju velike gubitke. Ovo je stanje u Srbiji u momentu otvaranja pregovora o pristupanju Evropskoj uniji. Srbija, zato, mora da nastavi da unapređuje poslovno okruženje i čini veoma jake napore u cilju razvoja konkurentnog privatnog sektora. Takođe, funkcionisanje tržišnih mehanizama je opterećeno pravnom nesigurnošću i korupcijom. Dakle, i ovaj segment predstavlja važan i ozbiljan izazov.

Ukoliko se postavlja pitanje da li Srbija ima mogućnosti da preuzme obaveze koje proizlaze iz članstva u EU, jasan je odgovor da ona mora, pre svega, da nastavi sa prilagođavanjem svog zakonodavstva zahtevima pravila Unije na mnogim poljima. Centralna obaveza jeste usvajanje *acquis*, počev od usvajanja odgovarajućih pravnih akata do njegove konkretnе primene. Podrazumeva se da je od bitne važnosti (i zato mora da se ponovi) prevencija korupcije, tako da važnu ulogu igraju zakonodavna rešenja o javnim nabavkama, nezavisnosti centralne banke, i posebno, stvaranje institucionalnog okvira politike za mala i srednja preduzeća. Međutim, posao je kompleksniji, jer se odnosi i na druge oblasti, kao što su prava intelektualne svojine, politika razvoja poljoprivrede, zaštita okoline, ljudskih prava.

Literatura

- Evropska komisija (2013) „Communication from the Commission to the European Parliament and the Council ‘Enlargement Strategy and Main Challenges 2013-2014’“, COM 2013, 700 final, Brisel
- Evropska komisija (2013) „Presentation on the new approach on the chapter 23 and 24 in the accession negotiations“, Brisel
- Featherstone, K., Radelli, M.C. (2003) *The Politics of Europeanization*, Oxford: Oxford University Press Inc. New York
- Marković, I. (2009) *Evropska unija za i protiv*, Niš: Ekonomski fakultet

- OECD (2001) „Improving Policy Instruments through Impact Assessment“, Sigma Papers, No.31
- OECD (2001) „The Management of EU Affairs in Candidate member States: Inventory of the Current State of Affairs“, Sigma Papers, No.23
- OECD, (2007) „Enlargement of the European Union: an Analysis of the negotiations for Countries of the Wester Balkans“, Sigma Papers, No.37
- Panke, D. (2010) „Good Instructions in No Time? Domestic Coordination of EU Policies in 19 Small States“, *West European Politics*, 33 (4): 770-790
- Peters, B.G. Wright, V. (2001) *The National Co-ordination of Euroepan Policy-Making*, London: Routledge, European Union: Power and Policy-Making.
- Schimmelfenning, F. and Sedelmeier, U. (2004) „Governance by conditionality: EU rule transfer to the candidate countries of Central and Eastern Europe“, *Journal of European Public Policy*, 11 (4): 661-679

COOPERATION BETWEEN THE REPUBLIC OF SERBIA AND EUROPEAN UNION IN THE PERIOD OF OPENING NEGOTIATIONS ON ACCESSION

Abstract: The negotiation act between Serbia and the European Union began on the basis of Article 49 of the EU Contract. The act and development of negotiations will be led by Serbia's progress in the accession preparation, especially within the frame of economic and social convergence. The progress will be measured especially in meeting the Copenhagen criteria, as well as the requirements defined by the Stabilization and Association Agreement. Also, the accession implies accepting the institutional framework of the Union, known as *acquis*. Acquis special importance for Serbia as a candidate country have regarding economic issues and its jurisdiction. In this sense, it is of great importance to have an overview of facts presented in the paper, which relate to certain economic categories, primarily the movement of Gross domestic product and rate of (un)employment, as well as the steps that Serbia took on their way to the Union.

Keywords: accession, GDP, employment, harmonization, competitiveness



INDUSTRIJSKA POLITIKA KAO FAKTOR KONKURENTNOSTI EVROPSKE UNIJE NA GLOBALNOM TRŽIŠTU

Gorica Bošković

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Srbija

gorica.boskovic@eknfak.ni.ac.rs

Ana Stojković

Student doktorskih studija

anastojkovic73@yahoo.com

UDK
338.45
(4-672EU)
Pregledni rad

Apstrakt: Ujedinjenje najrazvijenijih evropskih država i njihovih ekonomija baziranih na teškoj industriji, nakon Drugog svetskog rata, izgledalo je kao jedino rešenje da se evropsko tržište odupre zahuktalim privredama SAD i Japana, odnosno da tim privredama postane konkurent na globalnom tržištu. To je ostvareno kroz različite oblike ekonomskih zajednica, formiranih na teritoriji Evrope tokom druge polovine dvadesetog veka, a koje su 1992. godine sporazumom u Maastrichtu, preimenovane u Evropsku uniju. Industrijska politika Evropske unije je od svog nastanka imala iste prioritete – da, na bazi investicija u znanje i visokotehnološke inovacije, Evropa postane lider globalne ekonomije. To se, međutim, još uvek nije desilo, a s obzirom na razne ekonomsko-političke krize koje poslednjih godina potresaju Uniju, šanse da će se desiti su sve manje. Razlozi za takvo stanje su brojni, kako unutar same Unije, tako i van nje. Implicitno se postavlja pitanje da li su najrazvijenije zemlje u svetu i njihove ekonomije dostigle svoj zenit i kako Evropska unija može postići dalji rast na prezasićenom globalnom tržištu. U radu se razmatra uloga industrijske politike kao faktora koji je doprinosio i koji u budućnosti još više može doprineti da se reše mnogi nagomilani problemi u Evropskoj uniji, čime bi ova ekonomsko-politička zajednica evropskih država postala konkurentnija na globalnom tržištu.

Primljeno:
29.08.2014.
Prihvaćeno:
24.10.2014.

Ključne reči: industrijska politika, Evropska unija, konkurentnost, globalno tržište, ekonomsko-političke krize

Uvod

Evropska unija (EU), koja danas postoji kao jedinstvena ekonomska i politička zajednica 28 država članica (koje svojom površinom zauzimaju najveći deo teritorije Evropskog kontinenta), ima svoje korene u prvim decenijama posle Drugog svetskog rata (European Union, How the EU works, 2013). Ideja ratom opustošenih evropskih država bila je da ekonomskom kooperacijom obnove svoje nacionalne ekonomije, onemoguće eventualne ponovne sukobe između sebe i ujedno se zaštite od konkurenциje sa strane. U decenijama koje su usledile, pokazalo se da su sredinom i u drugoj polovini dvadesetog veka najveća opasnost, u smislu konkurenциje za evropske države, bile SAD i Japan. SAD je iz rata izašla kao pobednik i njena zahuktala privreda bila je bazirana na masovnoj proizvodnji. U tom periodu, SAD nije imala konkurenčiju u svetu. Do temelja porušeni Japan, kao jedan od najvećih gubitnika Drugog svetskog rata, fanatičnim radom i zalaganjem upravo uz pomoć američkih inženjera i konsultanata, ubrzano je postao svetska ekonomska super sila.

Ovo su bili glavni razlozi zbog kojih je 1951. godine, Pariskim ugovorom na period od 50 godina, osnovana Evropska zajednica za ugalj i čelik (engl. *European Coal and Steel Community*). Ova zajednica imala je ulogu prvog koraka ka ujedinjenju Evrope i trebalo je da eliminiše svaku mogućnost eventualnih daljih ratova između država članica, udruživanjem njihovih teških industrija, kao i odbranu evropskih država od pomenutih i drugih konkurentskih ekonomija (European Union, The Schuman Declaration, 2014). Istih šest država, koje su osnovale Evropsku zajednicu za ugalj i čelik (Zapadna Nemačka, Francuska, Italija, Belgija, Holandija i Luksemburg), 1957. godine u Rimu su potpisale ugovore o osnivanju Evropske zajednice za atomsku energiju (engl. *European Atomic Energy Community*) i Evropske ekonomske zajednice (engl. *European Economic Community*). Ovi ugovori, poznati kao Rimski ugovori, u suštini su podelili nadležnosti između najuticajnijih članica u pogledu što većeg investiranja u industriju. Cilj je bio podizanje konkurentnosti industrije, kao i efikasan nastup Zajednice, kako na unutrašnjem, tako i na globalnom tržištu. Ugovorom iz Maastrichta, 1992. godine, stvorena je Evropska unija (u čiju su strukturu ušle prethodno osnovane zajednice).

U Evropskoj uniji, 2000. godine, usvojena je Lisabonska strategija, poznata još kao Lisabonska agenda – novi koncept industrijske politike, kojim je planirano da do 2010. godine EU postane najkonkurentnija ekonomija u svetu. Iako su rezultati pojedinih istraživanja pokazivali pozitivne trendove pojedinih aspekata Lisabonske strategije (kao što je, na primer, rast BDP-a za 1,8% i zaposlenosti za 1,5% već u 2002. godini), neke procene su ukazivale na visoke troškove vezane za neostvarivanje većine ciljeva ove strategije, gde prednjači

jaz u potencijalu rasta, kako između država članica, tako i između Unije i njenih spoljnotrgovinskih partnera (Council of the European Union, 2005).

Kao logična posledica najduže i najteže krize sa kojom se Evropska unija suočila od početka svog postojanja, javile su se mere jedne nove strategije, nazvane *Evropa 2020*. Naime, svetska ekonomska kriza, koja je izbila 2008. godine, usled domino efekta izazvanog kolapsom najvećih američkih investicionih banaka, samo je dodatno intenzivirala godinama gomilane probleme evropske ekonomije.

Evropi je hitno potrebna održiva razvojna strategija i, sa njom usaglašena industrijska politika jer je razvoj ukupne privrede i konkurentnost Evropske unije na globalnom tržištu, u najvećoj meri, determinisana razvojem industrije u zemljama članicama Unije. U tom smislu, industrijska politika predstavlja važan faktor konkurentnosti Evropske unije na globalnom tržištu.

Industrijska politika Evropske unije i globalno tržište

Pojavom ekonomskih zajednica na tlu Evrope, sredinom dvadesetog veka, stvorena je potreba za definisanjem seta regulativa, zakona, procedura, kako nacionalnih, tako i nadnacionalnih, kojima je trebalo da bude postavljena osnova za rad tih zajednica. Industrijska politika Evropske unije, kao jedan od aspekata njene ekonomske politike, predstavljala je sve one aktivnosti koje su imale za cilj unapređenje proizvodnje u okviru raznih industrijskih grana, putem konstantnih inovacija i poboljšanja, u svrhu osvajanja najprofitabilnijih tržišnih segmenta.

Razvoj industrijske politike u Evropskoj uniji bio je veoma kompleksan, slojevit i odvijao se fazno. Same početke njenog funkcionisanja karakterisao je visok stepen protekcionizma od strane država osnivača i favorizovanje ulaganja u tešku industriju, u cilju postizanja konkurentnosti na globalnom tržištu (što je bilo veoma važno u periodu posle Drugog svetskog rata). Zbog neslaganja zemalja članica po ovom pitanju, zajednička industrijska politika Unije najčešće je predstavljala „...svodnu industrijsku politiku zemalja članica. Takva industrijska politika je imala „sterilno“ horizontalno dejstvo, što je bilo u skladu sa vladajućim i do nedavno vrlo raširenim shvatanjem da se procesom deindustrializacije gubi ranija dominantna pozicija industrije” (Savić, 2013, str. 203). Vremenom, kako je broj država članica Unije rastao, postajalo je jasno da je na unutrašnjem tržištu neophodno da Zajednica „...olakša strukturni preobražaj tradicionalnih industrija, da uspostavi povoljan ambijent za preduzeća, naročito mala i srednja, i da unapredi ukupne uslove za inovacije, istraživanje i tehnološki razvoj” (Savić, 2013, str. 205). Sektor malih i srednjih preduzeća, naročito međunarodno konkurentna preduzeća orientisana na kontinuirane inovacije, uz nacionalne i nadnacionalne podsticaje u vidu sredstava za istraživanje i razvoj danas u većini evropskih zemalja čine osnovu i

pokretačku snagu njihovih privreda i u velikom procentu učestvuje u nacionalnom dohotku tih zemalja. Međutim, usklađivanje i koordinacija industrijskih politika je veoma složen proces, a razlozi za to nalaze se u različitim shvatanjima tržišta najuticajnijih država članica, njihove ekonomsko-političke tradicije, te odnosa koji svaka od njih zastupa prema tržištu i načinu nastupa na njemu: „U Francuskoj, još od vremena Žana B. Kolbera, postoji duga tradicija centralizovanog upravljanja privredom. Sličan pristup ovom modelu imaju i neke zemlje Mediterana. Velika Britanija, od vremena Margaret Tačer, sledi skoro potpuno čist liberalni kurs u privredi. U Nemačkoj, u teoriji, a i u domenu političkog uređenja uzor predstavljaju shvatanja Ludviga Erharda, odnosno koncept socijalne tržišne privrede” (Vajdenfeld i Vesels, 2003, str. 157).

Premda su nacionalna viđenja Unije i pojma tržišta bila različita, potreba stvaranja zajedničkog tržišta roba, kapitala, radne snage, informacija, novih tehnologija, uslovila je stvaranje ideje o *nadnacionalnoj industrijskoj politici*, čiji je glavni cilj bio balansiranje nacionalnih politika i koordinacija zajedničkih akcija na nivou Evropske unije i njenih organa. Pored svega navedenog, trebalo je voditi računa i o održivom razvoju. Ta sintagma, koja se pojavila krajem dvadesetog veka, postala je jedna od najvažnijih smernica u razvoju ne samo svih tržišnih učesnika, već i država i njihovih ekonomskih politika. To je, svakako, rezultat činjenice da je opstanak sveta u kome živimo ozbiljno ugrožen intenzivnom eksplatacijom neobnovljivih izvora energije, globalnim zagrevanjem, masovnim i kontinuiranim zagađivanjem svakog kutka planete, u besomučnoj i nemilosrdnoj trci za profitom, koja se već decenijama odvija u areni globalnog tržišta. Ova činjenica morala je biti promenjena zaokretom u ekonomskoj strategiji, koji je prepostavljao značajno uključivanje ekoloških standarda i drugih instrumenata održivog razvoja u industrijsku politiku Evropske unije. Zbog toga je Unija, početkom novog milenijuma, u svojoj regulativi koja tretira njen dalji razvoj, u velikoj meri posvetila pažnju upravo održivom razvoju, odnosno razvoju koji je baziran ne samo na ekonomskim, već i na ekološkim postulatima. Jedan od najvažnijih zadataka industrijske i, uopšte, ekonomске politike Evropske unije jeste da stvori ambijent u kome će, na otvorenom, zajedničkom tržištu, promovisati konkurentnost svih učesnika, kroz kontinuirani razvoj inovacija, kao rezultata istraživanja i razvoja u sektoru industrije.

Mnogi autori bavili su se problematikom industrijske politike u Evropskoj uniji, no bez obzira na razne izvore i interpretacije preovladava mišljenje da se faze u razvoju industrijske politike uglavnom podudaraju sa razvojnim putem Evropske unije uopšte, kao i da su u velikoj meri oblikovane dešavanjima koja su se u tim periodima odvijala na globalnom nivou. Tako se period neposredno nakon Drugog svetskog rata smatra prvom fazom, odnosno samim začecima nastanka i formiranja industrijske politike u Evropi. Kao što je već navedeno, ovaj period karakterišu napor i evropskih zemalja da nekim vidom integracije i kooperacije obnove svoje ratom oslabljene privrede, a najznačajniji rezultati tih

aktivnosti i obeležja tog perioda predstavljaju pomenuti Pariski ugovor iz 1951. godine i Rimski ugovori iz 1957. godine. Brojni istraživači ove materije mišljenja su da je ovaj period bio jedan od najvažnijih, ne samo u razvoju industrijske politike EU, već i same Unije i evropskog kontinenta uopšte, što je za posledicu imalo određena dešavanja i na globalnoj ekonomskoj i političkoj sceni.

Nakon osnivanja evropskih zajednica, pedesetih godina prošlog veka, i postavljanja temelja evropskih integracija, može se reći da su šezdesete godine donele procvat u vidu ubrzanog rasta i razvoja evropskih ekonomija, naročito država osnivača zajednica. Izgledalo je da će se njihov plan da se, određenim vrstama kooperacije, odbrane od konkurenциje velikih svetskih privreda (na prvom mestu SAD i Japana) ostvariti i da će najspasobnije i najproduktivnije evropske zemlje dobiti svoje mesto na bitnim segmentima globalnog tržišta. Šezdesete godine dvadesetog veka poznate su kao zlatno doba evropske ekonomije. Snažan razvoj privrede mnogih evropskih zemalja omogućio je napredak drugih bitnih aspekata života ljudi, kao što su kultura, nauka, sfera ljudskih prava i životni standard, sloboda medija, mišljenja i izražavanja itd. Ovakvom progressu na brojnim poljima doprineo je, prvenstveno, intenzivan razvoj, kao i transfer novih tehnologija. To je, s jedne strane, bio rezultat visokih ulaganja u oblasti istraživanja i razvoja novoosnovanih evropskih zajednica dok je, s druge strane, to bila posledica direktnih investicija američke privrede u pogone u Evropi, u cilju osvajanja tog segmenta globalnog tržišta (Cornet, 2009). Najveći deo prihoda po glavi stanovnika u Evropi bio je, upravo, rezultat investicija i inovacija u sektoru industrije, a naročito bitna strukturna promena predstavljala je migraciju radne snage iz neindustrijskih u industrijske sektore što je, uz istovremeno povećanje nivoa obrazovanja stanovništva, dovelo do intenzivnog rasta produktivnosti i efikasnosti evropske industrije. Posledice ovakvog rasta evropske ekonomije ogledale su se u razvoju infrastrukture, transporta i trgovine na zajedničkom tržištu, što je rezultiralo rekordno niskim cenama energenata. Sve ovo dovelo je do još bržeg rasta prihoda po glavi stanovnika, a najveći privredni rast među evropskim državama, šezdesetih godina prošlog veka, zabeležile su Holandija, Švedska, Italija, Španija itd. (Gales et al, 2007).

Kao što obično biva u ekonomiji i njenim cikličnim kretanjima, nakon opšteg procvata u šezdesetim, sedamdesete godine donose globalnu krizu u vidu naftnog šoka. Arapske zemlje - najveći proizvođači nafte u svetu su 1973. godine, nakon vojne intervencije Egipta i Sirije u Izraelu i odluke SAD da pruži pomoć Izraelu u vidu snabdevanja oružjem, uvele naftni embargo Kanadi, Japanu, Holandiji, Velikoj Britaniji i SAD. Kao posledica toga, cena nafte je od oktobra 1973. do marta 1974. godine porasla sa 3 na 12 američkih dolara po barelu (Yergin, 2008). To je, nadalje, dovelo do kraha na svetskim berzama 1973-1974. godine, što je predstavljalo najteži udarac za globalnu ekonomiju od Velike depresije krajem dvadesetih godina prošlog veka. Jasno je da je ovaj

potres ostavio teške posledice i na evropsku ekonomiju čiji je rast, prvi put posle Drugog svetskog rata, zaustavljen. Stagnacija i negativni trendovi bili su naročito izraženi u zemljama istočne i centralne Evrope, gde je došlo do urušavanja sistema komandne ekonomije i centralnog planiranja, što je ozbiljno uzdrmalo i autoritarne političke strukture u tim zemljama (Eichengreen, 2006). Usled velike recesije, koja se lančanim efektom proširila na ceo svet, i značajnog opadanja kupovne moći stanovnika, čak i najbogatijih zemalja, globalno tržište više nije moglo da apsorbuje svu proizvodnju koja mu je bila namenjena. To je ujedno označilo i početak kraja ideje planske proizvodnje, koja je karakterisala privrede nekih evropskih zemalja u decenijama nakon Drugog svetskog rata. Umesto toga, rešenje koje se nametnulo kao proizvod tog vremena i dešavanja na svetskoj ekonomskoj sceni, bio je neoliberalizam, ili neoliberalni kapitalizam, koji se u određenim modifikovanim oblicima zadržao i do danas.

Druga polovina sedamdesetih i početak osamdesetih godina protekli su u naporima kako evropskih, tako i drugih zemalja širom sveta, da svoje privrede još jednom podignu na noge, nakon kolapsa izazvanog naftnim krizama. "Između sredine 60-ih i 70-ih godina stvarana je industrijska struktura na nivou zajedničkog unutrašnjeg tržišta, a strategijski cilj industrijske politike bio je da aktivnosti usmerava na organizaciju, restrukturiranje preduzeća i unapređenje tehnološkog razvoja. Period do ranih 80-ih godina je period defanzivne industrijske politike i restrukturiranja sektora u krizi, a 1987. godine industrijska politika započinje promovisanje visokotehnoloških industrija" (Sauter, 1997, p. 75-79).

Kao i posle Drugog svetskog rata, evropske države su još jednom morale da prihvate činjenicu da su lideri, kako u razvoju novih tehnologija, tako i po učešću na globalnom tržištu, i dalje SAD i Japan, ali i zemlje jugoistočne Azije. One su u poslednjim decenijama dvadesetog veka doživele industrijski i uopšte ekonomski procvat i predstavljale ozbiljnu konkurenциju u ukupnoj svetskoj proizvodnji. To je zahtevalo kontinuirani *benchmarking* i hitne intervencije i reforme u industrijskoj politici Evropske unije, a pre svega zaokret sa striktne orijentacije na nacionalne interese, na precizno strateški osmišljenu i koordinisanu nadnacionalnu industrijsku politiku na zajedničkom tržištu. Prvi korak u modernjoj industrijskoj politici EU bilo je opredeljenje ka većim ulaganjima u istraživanje i razvoj novih tehnologija, u cilju unapređenja visokotehnološke industrije, kao apsolutnog prioriteta novog programa industrijske politike. Štaviše, uvođenje najnovijih visoko-tehnoloških dostignuća u evropsku industriju postalo je centralni element aktivne industrijske politike EU, što je ostalo i do danas, a ta strategija potvrđena je ugovorima u Maastrichtu i Lisabonu, koji se smatraju temeljima politike funkcionisanja Evropske unije. Upravo ugovorom iz Maastrichta (1992. godine), kao jedna od šest novih oblasti kojima će se Evropska unija ubuduće najviše baviti, uводи се област industrijske politike (Summaries of EU Legislation, 2010). Bio je to početak inicijative, kako na

nivou Unije, tako i među državama članicama, koja je za cilj imala podizanje konkurentnosti evropske industrije na globalnom tržištu. Ova inicijativa podrazumevala je primenu svih onih aktivnosti koje bi, kroz značajne strukturne promene evropske privrede, mogle da podstaknu povećanje njene konkurentnosti u svetu, naročito u odnosu na vodeće svetske ekonomije (SAD i Japan). Ovo je praktično značilo stvaranje mogućnosti za integraciju i umrežavanje velikih korporacija, te javnog i privatnog sektora na unutrašnjem tržištu EU koji bi, usled koncentracije finansijske moći, edukacije ljudskih resursa i primene najmodernijih tehnologija, mogli da pariraju ekonomskim gigantima iz pomenutih zemalja, a koji zauzimaju najprofitabilnije segmente svetskog tržišta (Devine et al, 1996). S druge strane, Unija je morala kontinuirano da poboljšava ambijent za funkcionisanje malih i srednjih preduzeća, naročito onih inovativno orijentisanih i konkurentnih na globalnom tržištu koja su, kao što je već pomenuto, donosila značajan deo prihoda velikom broju evropskih zemalja i predstavljala temelje njihovih privreda.

Evidentan zaokret sa *sektorskog* (mere namenjene restrukturiranju tradicionalnih grana – proizvodnja čelika, tekstila, brodogradnja, automobilska industrija, koje su trpele žestok pritisak SAD i Japana jer su njihovi proizvodi bili konkurentniji zahvaljujući brzom uvođenju novih tehnologija) na znatno kompleksniji *horizontalni razvoj*,¹ u skladu sa raznim drugim politikama, bio je uvod u rađanje najvažnije strategije u dosadašnjoj istoriji Evropske unije (ne samo u domenu industrijske politike, već i svih drugih aspekata njenog postojanja i funkcionisanja) – Lisabonske strategije.

Lisabonska strategija - koncept industrijske politike za podsticanje konkurentnosti Evropske unije

Krajem starog i početkom novog milenijuma postalo je jasno da je globalizacija svetskog tržišta stvorila ambijent hiperkonkurenčije, u kome će opstati samo najspremniji, najadaptibilniji i naravno najbogatiji, koji će u svakom trenutku biti u mogućnosti da se prilagode svakodnevnim promenama savremenih uslova poslovanja. Pokušaj odgovora Evropske unije na ekonomsku i političku dominaciju SAD, neprestane inovacije japanske industrije, snažan razvoj Kine u novog lidera globalne ekonomske scene, ali i rast privrednih aktivnosti mnogih drugih zemalja širom sveta (Brazil, Azerbejdžan, Singapur, Mozambik), bio je stvaranje nove strategije u industrijskoj politici EU. Shvatilo se da je pogoršanje konkurentske pozicije EU posledica suštinske greške – pažnja kreatora politike nije bila usmerena na održanje jake industrije, već se

¹ Sprovođenje horizontalne industrijske politike “treba da stvori prostor za delovanje ostalih politika, koje poboljšavaju konkurentnost Evropske unije, jer su njeni instrumenti istovremeno i instrumenti nekih drugih politika (konkurenčije, unutrašnjeg tržišta, istraživanja i razvoja, obrazovanja, politike razmene i održivog razvoja)” (Savić, 2013, str. 223).

bazirala na shvatanju da se moderne ekonomije sve više zasnivaju na sektoru usluga, te da industrija ne igra više značajnu ulogu. Kreiranje programa nove strategije, prema kojoj je razvoj industrije kamen temeljac održivog (ekonomskog, socijalnog i ekološkog) razvoja EU, započeto je Lisabonskim samitom Evropskog saveta 2000. godine. Glavni zadaci ove strategije bili su uspostavljanje stabilnog rasta svih ekonomskih performansi, povećanje stope zaposlenosti, stalna primena ekonomskih reformi kao rezultata istraživanja, inovacija i edukacije, uz kontinuirano poštovanje održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja (Ivan-Ungureanu and Marcu, 2006). Strategija je prepostavljala implemenzaciju i realizaciju navedenih ciljeva do 2010. godine. Međutim, već nakon nekoliko godina, postalo je jasno da gotovo ni u jednoj oblasti ove strategije nisu ostvareni planirani rezultati.²

Nova pravila svetske ekonomsko-političke scene zahtevala su od industrijske politike da svoje aktivnosti uskladi sa socijalno-ekološkim pravilima koncepta održivog razvoja, s jedne strane, i potrebama prerađivačke industrije, s druge strane. Istovremeno, javljaju se mišljenja da će u *high-tech* eri informacionog društva (u kome vladaju potrošači i njihove preferencije u mnoštvu najmodernijih proizvoda koji su im dostupni), uslužni sektor baziran na znanju i ključnim kompetencijama ljudskih resursa preuzeti primat od proizvodnog sektora, u smislu daljeg razvoja kako EU, tako i na globalnom nivou. Naime, činjenica je da se privredna struktura EU zemalja odavno pomerila sa tradicionalnih privrednih sektora, kao što su poljoprivreda i industrija, ka uslugama. Neki smatraju da je ovom procesu dosta doprineo i fenomen *outsourcing-a*. To znači da su ranije operacije rađene „kod kuće“ sada dodeljene proizvođačima „sa strane“. *Outsourcing* ima svoj interni, ali i međunarodni značaj. Interno su neke aktivnosti koje su radila preduzeća samostalno, poput transporta, logistike, knjigovodstva, prešle na nove privredne subjekte koji ih sada uslužno obavljaju za druge. Primećuje se da su to uglavnom uslužne delatnosti. Međutim, internacionalni aspekt je, takođe, značajan jer domaće preduzeće sada deo svog proizvodnog procesa prenosi na preduzeće u drugoj zemlji gde su, po pravilu, troškovi rada mnogo niži nego u prethodno pomenutoj zemlji. Pored smanjenja troškova, preduzeća iz razvijenih zemalja računaju i na ulazak na druga tržišta na kojima su do sada bila malo prisutna ili nisu bila prisutna uopšte. Strukturne promene ovog tipa objašnjavaju

² Osnovni cilj, da evropska ekonomija zasnovana na znanju, ključnim kompetencijama ljudskih resursa, održivom razvoju i socijalnoj koheziji do 2010. godine postane lider na globalnom tržištu, izgledao je sve manje ostvariv. To je, između ostalog, bio zaključak i grupe za analizu sprovodenja Lisabonske strategije na visokom nivou (poznat kao Kokov izveštaj), koju je EU formirala 2004. godine, a kojom je predsedavao bivši holandski premijer Wim Kok (Report from the High Level Group chaired by Wim Kok, 2004). Ustanovljeni neuspeh Lisabonske strategije bio je, pre svega, posledica preširoko definisanih ciljeva i protivurečnih prioriteta, tako da je Evropsko veće 2005. godine odlučilo da se usvoji revidirana Lisabonska strategija koja je preusmerila prioritete Evropske unije na rast i zapošljavanje.

činjenicu zašto je udeo industrije u ukupnom BDV EU-27 opao 3,2% između 1997. i 2007. godine, a udeo usluga u istom periodu porastao 3,3% (Marjanović, Bošković, 2010, str. 96). Ustvari, ulazak novih zemalja članica u Uniju doneo je nove izazove industrijskoj politici, u vidu koordinacije različitih industrijskih sistema, koji najčešće nisu bili na istom nivou. I pored svega navedenog, Evropska unija nastavila je podsticanje proizvodnje i industrijske politike, naglašavajući njenu važnost za: povećanje stope zaposlenosti, industrijski rast kroz kontinuirane inovacije i održivi razvoj, poboljšanje životnog standarda i sveobuhvatnu socijalnu integrisanost zasnovanu na znanju i informacijama.

Analiza rezultata vodećih svetskih privreda pokazala je da SAD, Japan i još neke azijske zemlje, sa industrijama baziranim na najmodernijim tehnologijama, imaju više uspeha na globalnom tržištu od evropskih zemalja. Ovo, usled veće produktivnosti, koju ostvaruju zahvaljujući kontinuiranoj primeni dostignuća novih tehnologija (na prvom mestu Interneta). Zbog toga je EU Lisabonskom strategijom insistirala na daljem razvoju industrije, kroz industrijsku politiku koja je trebalo da bude bazirana na istraživanju i inovacijama, kontinuiranom razvoju informacionih i komunikacionih tehnologija i ulaganju u ljudske resurse, njihovim stalnim obrazovanjem i obučavanjem, u skladu sa najmodernijim tehnologijama savremenog poslovanja. Kako bi ostvarila ambiciozne ciljeve predviđene ovom strategijom (na prvom mestu plan da do 2010. godine privreda EU bazirana na znanju bude najproduktivnija i najdinamičnija u svetu), Unija je nastavila sa forsiranjem ideje svoje industrijske politike da, i u informatičkom društvu, (sa naglašenom ulogom uslužnih delatnosti) preradivačka industrija i dalje ima ključnu ulogu u ekonomskom rastu (Commission of the European Communities, 2002). Sada je, međutim, njen dalji razvoj morao da bude uskladen sa socijalnim i ekološkim aspektima, što je značilo da je industrijska politika dalji rast i razvoj industrije morala da definiše vodeći računa o smernicama i principima održivog razvoja.

Međutim, iako pojedine države članice EU imaju dugu tradiciju u istraživanju i inovacijama, učinci tih istraživanja ostajali su često nedovoljno iskorišćeni na nivou Unije. Ovo zbog toga što se veliki deo njih u EU realizovao u sklopu nacionalnih ili regionalnih istraživačkih programa, gde su uglavnom i primenjivani rezultati tih istraživanja, bez njihove šire primene na tržištu cele Unije (po parametrima inovativnosti uglavnom su samo Švedska, Švajcarska i Finska ispred Japana i SAD). Navedeni problemi inicirali su revidiranje Lisabonske strategije, što je činjeno u više navrata, a revizijama iz 2005. i 2008. godine ostvareni su značajniji rezultati u ovoj oblasti, kako na nivou Unije, tako i u pojedinim zemljama članicama. To je podstaklo organe Evropske unije da, kao prioritete u Lisabonskom programu od 2008. do 2010. godine, naglase dalje intenzivno investiranje u znanje i inovacije, jačanje slobodne konkurenциje i poslovnog potencijala (naročito malih i srednjih preduzeća), povećanje

fleksibilnosti u cilju brže adaptacije na tržištu rada i veću uključenost u pitanja energije i klimatskih promena (EU Law and Publications, Eur-lex, 2007).

Ovaj period, međutim, u celom svetu pa i u Evropskoj uniji, obeležila je ekonomска kriza koja je započela upravo 2008. godine. Delimično zbog toga, a delimično zbog već pomenutih nagomilanih problema u dotadašnjem funkcionisanju Unije, evropska privreda je pretpela velike gubitke, naročito zemlje na jugu i istoku Evrope. Do 2010. godine postalo je očigledno da je Uniji potrebna nova strategija za izlazak iz krize. Tu novu strategiju predložila je Evropska komisija, marta 2010. godine, nazvavši je *Evropa 2020* (European Commission, 2010).

Uloga projekta „Evropa 2020” u konkurentnosti Evropske unije na globalnom tržištu

Evropa 2020 je desetogodišnja strategija razvoja, koju je kreirala i predložila Evropska komisija, a koja je usvojena na Evropskom samitu - 17. juna 2010. godine.

Projekat *Evropa 2020* predstavlja nastavak Lisabonske strategije koja je, u prvoj deceniji novog milenijuma, nedovoljno uspešno implementirala planiranu politiku rasta i razvoja Evropske unije. Osnova nove strategije - *Evropa 2020* je ostvarenje pametnog, održivog, inkluzivnog rasta i razvoja, uz veću koordinaciju nacionalnih politika i politike na nivou Unije (European Commission, 2010). „U poboljšavanju konkurentnosti industrije EU ključna uloga je namenjena znanju, inovacijama i preduzetništvu... Dinamična i konkurentna industrija je najšira osnova za efikasno ostvarenje socijalnih, ekoloških i ekonomskih ciljeva EU” (Savić, 2013, str. 230).

Glavni ciljevi ove strategije, koji su posebno bitni za oblast industrijske politike Evropske unije, odnose se na nastojanja da se poveća rast i razvoj industrije, većim ulaganjima u istraživanje i razvoj visokotehnoloških inovacija (3% BDP-a, što je i dalje znatno manje nego u SAD i u Japanu). Ovaj rast i razvoj, međutim, mora biti u skladu sa principima održivog razvoja, jer je jedan od apsolutnih prioriteta strategije razvoja EU smanjenje emisije štetnih gasova za minimum 20%, te povećanje udela obnovljivih izvora energije u ukupnoj potrošnji energije za isti procenat, kao i povećanje energetske efikasnosti. Isto tako, razvoj industrije mora biti takav da dovede do porasta stope zaposlenosti sa 69% na 75%, naročito među populacijom od 20 do 64 godine starosti, pri čemu je posebno bitno sprovesti kontinuiranu edukaciju i modernizaciju obrazovanja ljudskih resursa, u cilju povećanja konkurentnosti ovog faktora proizvodnje (European Council, 2010). Međutim, Evropa nikada nije bila sredina monolitnih preferencija njenih stanovnika. To naprsto i nije bilo moguće, usled velikog broja kultura, naroda i nasleđa koje su svi oni doneli sa sobom. Brojni autori smatraju sledeće: plan da Evropa postane najdinamičnija i

najproduktivnija privreda sveta nije uspeo zato što mnogi njeni stanovnici ne žele da žive u najdinamičnijoj i najproduktivnijoj privredi sveta. Oni žele duge godišnje odmore, radnu nedelju od 35 sati i sve ostale beneficije socijalno baziranih zakona o radu koje su i do sada imali (Charlemagne, The Economist, 2010). Ovo se naročito odnosi na tradicionalno hedonistički orijentisane mediteranske zemlje koje su, shodno tome, u najvećem problemu, bar statistički gledano.³ Upravo ovakvi primeri pokazuju zašto se Evropska unija od svog nastanka muči da sproveđe svoje planove i strategije razvoja u delo.⁴ U savremenim uslovima poslovanja, u hiperdinamičnim tendencijama evropskog i svetskog tržišta, teško da će bilo koja strategija moći da pomiri i integriše različite načine života, sisteme vrednosti, navike i stavove pripadnika raznih kultura, stanovnika Evropske unije.

I pored evidentnih napora kompletног aparata i svih organa EU, čiji su ciljevi ostvarenje pametnog, održivog, inkluзivnog rasta i razvoja Unije (uz istovremenu integraciju i koordinaciju nacionalnih politika) ekonomski opravdani, malo je verovatno da će oni u potpunosti biti ostvareni. Opredeljenje čelnika Evropske unije da industrijskom politikom definisanom Lisabonskom strategijom stave akcenat na istraživanje i razvoj, ulažući 3% BDP-a u visokotehnološku industriju, bilo je ambiciozno zamišljeno. Činjenica je, međutim, da su samo Švedska i Finska dostigle taj cilj, dok je prosek na nivou EU ostao na 1,84%, što je znatno manje od rezultata koje su postigle SAD i Japan. Slični pokazatelji figuriraju i u oblasti obrazovanja, što predstavlja jedan od najvećih problema evropske privrede, s obzirom na to da je jedan od glavnih prioriteta ekonomске strategije, upravo, privreda bazirana na znanju i kontinuiranoj edukaciji.

³ Po podacima brojnih evropskih agencija za nekretnine, stanovnici zapadne Evrope i skandinavskih zemalja u poslednjih deset godina kupili su na hiljade kuća i stanova u Španiji, koja sa preko 300 sunčanih dana godišnje, prelepim ostrvima i gradovima na obali, nudi skoro savršen život. Druga strana tog savršenog života je nezaposlenost koja premašuje 30% i krah bankarskog sistema usled nemogućnosti hiljada građana da otplaćuju svoje stambene kredite, zbog čega je sada, koliko god to neverovatno zvučalo, moguće kupiti četvorosoban stan u Valensiji od 115 kvadrata za 25.000 evra (<http://www.rightmove.co.uk/overseas-property/property-46814231.html>, pristupljeno 15. juna 2014. godine)

⁴ Zato što, najjednostavnije rečeno, nije bilo održivo da šoljica istog brenda espresso kafe u centru Minhena košta 1 evro, a u malom turističkom mestu u Grčkoj, u baru na plaži, 4 evra. Ovo je, naravno, banalan primer, ali pozadina ovakvih banalnih primera krije suštinu problema funkcionalisanja i egzistencije Evropske unije. Postalo je jasno da su desetogodišnji planovi razvoja, kreirani od strane birokratskih komiteta koji vrlo često nemaju nikakve dodirne tačke sa stvarnom ekonomijom koja se odvija u fabrikama, korporacijama, trgovinama, restoranima, malim preduzećima, u startu osuđeni na neuspeh.

Tabela 1. Deset najbrže rastućih ekonomija sveta 2001 – 2015 godine

Deset najbrže rastućih ekonomija u svetu po prosečnom godišnjem rastu BDP-a (u %)			
2001. – 2010. godine		2011 – 2015. godine	
Angola	11.1	China	9.5
China	10.5	India	8.2
Myanmar	10.3	Ethiopia	8.1
Nigeria	8.9	Mozambique	7.7
Ethiopia	8.4	Tanzania	7.2
Kazakhstan	8.2	Vietnam	7.2
Chad	7.9	Congo	7.0
Mozambique	7.9	Ghana	7.0
Cambodia	7.7	Zambia	6.9
Rwanda	7.6	Nigeria	6.8

Izvor: Economist online

Pitanje je, takođe, da li bi u modernim uslovima poslovanja na globalnom tržištu, naročito posle 2008. godine i krize koju je ona donela, bilo koja strategija donela Evropi mesto lidera u svetskoj ekonomiji. Početkom novog milenijuma, sve više parametara i rezultata raznih istraživanja ukazuje na prezasićenost svetskog tržišta i stagnaciju najvećih svetskih ekonomija. Za neke možda iznenadenje, za druge logičan sled cikličnih dešavanja na globalnom nivou, predstavlja prognoza da je jedini kontinent sa potencijalom ekonomskog rasta i razvoja u narednih deset godina – afrički kontinent. Severna Amerika, Evropa, Australija, Japan su u velikoj meri dostigle svoj zenit, ne samo u ekonomskom, već i u političkom, socijalnom, kulturnoškom smislu, te je sasvim logično da su jedine zemlje u kojima je rast i razvoj moguć, one koje su do sada bile daleko siromašnije i nerazvijenije od gore pomenutih. Zbog toga ne treba da čudi podatak da brojne velike korporacije iz najrazvijenijih svetskih ekonomija, poslednjih godina, sele svoje poslovanje u neke afričke zemlje, gde ostvaruju neuporedivo manje troškove proizvodnje, na prvom mestu troškove radne snage, bazirajući svoje poslovanje na tradicionalnim industrijskim granama. Podaci, na prvi pogled, izgledaju gotovo neverovatno: (1) Ekonomija u Etiopiji u poslednjoj deceniji raste deset puta brže nego u Velikoj Britaniji, a ovaj rast baziran je na transformaciji poljoprivrede uz pomoć visokotehnološke industrije i na sektoru uslužnih delatnosti; (2) Mozambik već deset godina zaredom ostvaruje godišnji provredni rast od preko 7% godišnje, što ga čini jednom od zemalja sa najvećim rastom u svetu. Ono što je posebno bitno je da ova zemlja ostvaruje razvoj u gotovo svim sektorima ekonomije, od teške industrije i izvoza minerala (naročito uglja), preko snažnog razvoja sektora finansijskih usluga, transporta, komunikacija i građevine; (3) Tanzanija, koja

zbog svojih zaliha zlata gotovo da nije osetila posledice svetske ekonomske krize – izvoz ovog prirodnog bogatstva omogućio joj je intenzivan razvoj industrije, uslužnog i građevinskog sektora, usled čega privredni rast ove zemlje već godinama iznosi 7% godišnje; (4) Gana je 2012. godine ostvarila rast od neverovatnih 9%, čime se izjednačila sa Kinom, zahvaljujući prihodima od izvoza nafte, zlata i kokosa i rastom u sektoru uslužnih delatnosti od 6%; (5) Nigerija je, zahvaljujući svojim rezervama nafte, postala ozbiljan konkurent na svetskom tržištu a, pored toga, višegodišnji stabilan privredni rast od 7,5% postiže zahvaljujući razvoju telekomunikacija, građevinarstva, industrije i poljoprivrede, trgovine na veliko i malo, uslugama u hotelijerstvu i ugostiteljstvu (Jackson, 2012). U tabeli 1. dat je prikaz deset najbrže rastućih ekonomija sveta, od početka milenijuma, sa projekcijom do 2015. godine.

Kao što se iz tabele 1. može videti, u deset zemalja sa najbržim ekonomskim rastom na svetu ne samo da nema nijedne evropske države (Kazahstan je većim delom azijska zemlja, sa manjim delom teritorije na evropskom kontinentu), već su to na prvom mestu afričke i po neka azijska zemlja. Zašto je razvoj afričkih i azijskih zemalja bitan za Evropsku uniju i kakve veze uopšte ima sa njom? Zato što nas vraća na već postavljeno pitanje da li su najrazvijenije zemlje u svetu i njihove ekonomije dostigle svoj zenit i kako postići dalji rast na prezasićenom globalnom tržištu. Ovo pitanje izlazi iz okvira ekonomije, poprimajući socijalno-egzistencijalnu dimenziju – da li je moderno potrošačko društvo dostiglo svoje krajnje limite, kako u smislu proizvodnje, tako i u smislu konzumacije? Industrija je, bez ikakve dileme, u više navrata svojim dostignućima menjala i poboljšavala kvalitet ljudskog života. Te promene i poboljšanja bila su najociglednija u poslednjih nekoliko decenija kada je snažan razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija, za vrlo kratko vreme, bespovratno promenio svet u kome živimo. Jedno od najvažnijih pitanja za opstanak i dalji razvoj tog sveta i svih nas koji u njemu živimo jeste: na koji način koncipirati industrijsku politiku i postaviti njene strategijske osnove za budućnost, da bi ta budućnost uopšte postojala?

Zaključak

Odnos snaga koji je u svetskoj ekonomiji nastao sredinom dvadesetog veka, kada su SAD i Japan zauzeli najprofitabilnije segmente globalnog tržišta, održao se i do danas. Ono što je kroz ujedinjenje i povećanje broja članica trebalo da postane najveća snaga evropske ekonomije, postalo je jedna od njenih najvećih slabosti. Nepomirljive razlike u kulturi, navikama, stepenu razvoja i radnoj etici između severa i zapada s jedne, i juga i istoka Evrope s druge strane, donele su konfuziju, neuspeh i nemogućnost sprovodenja strategije industrijskog i, uopšte, ekonomskog razvoja Evropske unije. Kreatori i lideri najveće industrijske revolucije do sada, u oblasti informacionih i komunikacionih tehnologija i dalje

su SAD, Japan, ali i neke visoko razvijene azijske zemlje, dok su samo najrazvijenije evropske države uglavnom pratioci tog razvoja i dostignuća koje je on doneo.

Mediteranske zemlje pred bankrotom, ukrajinska kriza, najava referendumu u nekim zemljama o njihovom izlasku iz Evropske unije, kao i zahtevi za otcepljenjem pokrajina širom Evrope, samo su neki od problema koji karakterišu najveću krizu kroz koju prolazi Unija, od njenog osnivanja. S druge strane, s obzirom na hiperkonkurenčiju koja karakteriše savremeno poslovanje, ostatak sveta će, bez sumnje, iskoristiti svoju šansu za ulazak na globalno tržište i utvrđivanje svojih pozicija na njemu. Zbog svega ovoga, Evropi je hitno potrebna održiva razvojna strategija i, u tom smislu, odgovarajuća industrijska politika – faktor koji bi, smatramo, rešio najveći deo njenih nagomilanih problema i vratio je u utakmicu sa najjačim svetskim igračima.

Literatura

- Charlemagne (2010) „Do Europeans want a dynamic economy?“, The Economist, European Politics, January http://www.economist.com/blogs/charlemagne/2010/01/do_europeans_want_dynamic_economy, pristupljeno 15. juna 2014. godine
- Commission of the European Communities (2002) Communication from the Commission to the Council, The European Parliament, The Economic and Social Committee and The Committee of The Regions, Industrial Policy in an Enlarged Europe. Brussels, Com 714, Final, p. 7, http://ec.europa.eu/invest-in/research/pdf/download_en/industrial_policy_enlarged_europe.pdf, pristupljeno 12. juna 2014. godine
- Commission of the European Communities (2002) Communication from the Commission, Providing New Momentum, Strenghtening – Reorienting – Opening up new perspectives Commission of the European Communities The European Research Area. Brussels, COM, 565 Final, http://old.certh.gr/libfiles/PDF/MOBIL-11-com2002_0565en01.pdf, pristupljeno 12. juna 2014. godine
- Cornet, S., (2009) „The 1960's European Golden Age“, Ashford University, Twentieth Century Europe – HIS 306 ,<http://www.sunstar-solutions.com/60sEurope.htm>, pristupljeno 6. juna 2014. godine
- Council of the European Union, (2005) The Economic Costs of Non-Lisbon, A survey of the literature on the economic impact of Lisbon-type reforms, Comission Staff Working Document, Commission of the European Communities, Brussels 2005. SEC 385, http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/misc/84257.pdf pristupljeno 13. juna 2014. godine
- Devine, P., Katsoulacos Y., and Sugden R., (1996) “Competitiveness, subsidiarity and industrial policy”, Routledge London, England, 62
- Economist online, Januar 6th 2011., Africa's impressive growth, http://www.economist.com/blogs/dailychart/2011/01/daily_chart, pristupljeno 15. juna 2014. godine
- Eichengreen, B., (2006) „The European Economy since 1945: Coordinated Capitalism and Beyond”, Princeton University Press, <http://pup.princeton.edu/chapters/s8253.html>, pristupljeno 9. juna 2014. godine

- European Council, (2010) „Council Conclusions“, Brussels, http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/ec/115346.pdf, pristupljeno 14. juna 2014. godine
- European Commission, Europe 2020: Commission proposes new economic strategy – 03.03.2010., http://ec.europa.eu/news/economy/100303_en.htm, pristupljeno 14. juna 2014. godine
- EU Law and Publications, Eur-lex, “Proposal for a Community Lisbon Programme 2008 – 2010”, COM(2007) 804 final (2007), European Commission, Brussels, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0804>, pristupljeno 13. juna 2014 godine
- Europa, Summaries of EU Legislation, (2010) Treaty of Maastricht on European Union, http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/treaties/treaties_maastricht_en.htm, pristupljeno 10. juna 2014. godine
- European Union, How the EU works, (2014) The Schuman Declaration, 9. May 1950., http://europa.eu/about-eu/basic-information/symbols/europe-day/schuman-declaration/index_en.htm, pristupljeno 5. juna 2014. godine
- European Union, How the EU works, (2013) http://europa.eu/about-eu/basic-information/index_en.htm, pristupljeno 3. juna 2014. godine
- Gales, Kander, Malanima and Rubio, (2007) “North versus South: Energy transition and energy intensity in Europe over 200 years”, *European Review of Economic History*, 230-232
- Ivan-Ungureanu, C., Marcu, M., (2006) “The Lisbon Strategy”, *Romanian Journal of Economic Forecasting* 1/2006, http://www.ipe.ro/rjef/rjef1_06/rjef1_06_6.pdf, pristupljeno 11. juna 2014. godine
- Jackson, T., (2012) „The Seven Fastest Growing Economies In Africa“, *Ventures*, <http://www.ventures-africa.com/2012/08/the-7-fastest-growing-economies-in-africa/>, pristupljeno 15. juna 2014. godine
- Marjanović, V. i Bošković, G. (2010) “Evropski integracioni procesi i strukturno prilagođavanje“, Regionalni razvoj i demografski tokovi zemalja jugoistočne Evrope, međunarodni naučni skup, Niš: Ekonomski fakultet, 91-103.
- Report from the High Level Group chaired by Wim Kok, 2004., http://ec.europa.eu/research/evaluations/pdf/archive/fp6-evidence-base/evaluation_studies_and_reports/evaluation_studies_and_reports_2004/the_lisbon_strategy_for_growth_and_employment_report_from_the_high_level_group.pdf, pristupljeno sajtu 11. juna 2014. godine
- Rightmove Overseas, (2014) <http://www.rightmove.co.uk/overseas-property/property-46814231.html>, pristupljeno 15. juna 2014. godine
- Savić, Lj. (2013) „Ekonomika industrije“, Beograd: Centar za izdavačku delatnost.
- Sauter, W., (1997) “Competition Law and Industrial policy in the EU”, Clarendon Press, Oxford, UK, 75-79
- Vajdenfeld, V. i Vesels, V. (2003) „Evropa od A do Š – Priručnik za evropsku integraciju“, Beograd: Fondacija Konrad Adenauer.
- Yergin, D., (2008) „The Prize: The Epic Quest for Oil, Money and Power“, New York: Simon and Schuster.

INDUSTRIAL POLICY AS THE EUROPEAN UNION COMPETITIVENESS FACTOR ON THE GLOBAL MARKET

Abstract: The union of the most developed European countries and their heavy industry based economies after the World War II, seemed like the only answer to USA's and Japan's powerful economies. At the same time, it was the only chance for Europe to become competitive in the global market. That was achieved through various forms of economic communities, formed in Europe in the second half of XX century. Since the 1992. Maastricht Treaty, they are known as the European Union. European Union industrial policy had the same priorities since the very beginning – to make Europe the leader of global economy, through investments in knowledge and high-tech innovation. However, that still hasn't happened and considering all the economical and political crisis shaking the Union lately, chances are it can hardly happen at all. Reasons are numerous and different, both inside and outside the Union. The implicit question being posed here is have the most developed world countries and their economies reached their peak and can the EU achieve further growth on the supersaturated global market? This paper investigates the role of industrial policy as one of the key factors for solution to many problems in the past as well as in the future of the EU, which would make this economic and political community of European countries much more competitive on the global market.

Key words: industrial policy, EuropeanUnion, competitiveness, global market, economic-political crisis.



EKONOMIJA TRŽIŠTA STAMBENIH KREDITA U SRBIJI

Isidora Ljumović

Ekonomski institut, Beograd, Srbija

✉ isidora.ljumovic@ecinst.org.rs

Srđan Marinković

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Srbija

✉ srdjan.marinkovic@eknfak.ni.ac.rs

UDK
336.77:332.2
(497.11)
Pregledni rad

Apstrakt: Rad predstavlja faktografsku analizu dostignutog stepena razvijenosti tržišta stambenih kredita i tržišta rezidencijalnih nekretnina u Republici Srbiji. Izvršena je sistematizacija različitih faktora koji oblikuju ponudu i tražnju i praćen njihov uticaj u poslednjoj deceniji. Kao značajni izdvojeni su demografski, makroekonomski i finansijski faktori, a poseban značaj dat je i analizi specifičnih istorijskih i društveno-političkih okolnosti koje su uticale na razvoj tržišta rezidencijalnih nekretnina i tržišta stambenih kredita u periodu analize.

Primljeno:
23.06.2014.
Prihvaćeno:
10.10.2014.

Ključne reči: tržište stambenih nekretnina, stambeni krediti, građevinarstvo, subvencionisani krediti, inflacija

1. Uvod

Stabilno i efikasno tržište stambenih kredita je neophodnost svakog savremenog društva. Saglasnost sa ovim postulatom opravdava se činjenicom da je ovo važan uslov kvaliteta života članova društva. Osim što se na tržištu stambenih kredita rešava jedno od najbitnijih egzistencijalnih pitanja, ovo tržište ima važnu ulogu i u nacionalnoj ekonomiji, zaokružavanju finansijskog tržišta i dalje značajno doprinosi socioekonomskom blagostanju pojedinaca. Adekvatan način stambenog finansiranja utiče na razne sektore privrede i stvara osnove za povećanje aktivnosti u građevinskoj industriji, koja ne samo da stvara nova radna mesta u svojoj grani, već i u velikom broju povezanih industrijskih grana.

Rad je rezultat istraživanja realizovanog na projektima OI 179001 i OI 179015, finansiranih od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

Tržište i način finansiranja stambenih jedinica imaju jake nacionalne karakteristike i razlikuju se od države do države. Razlike su pre svega nastale pod dejstvom specifičnih političkih, istorijskih i pravnih faktora koji utiču na ponudu i tražnju za stambenim nekretninama, ali i usled različitih uslova na kreditnom tržištu. Tako, na primer, u SAD neki od bitnijih faktora za razvoj tržišta stambenog kreditiranja bili su slabljenje regulative, velika tražnja, finansijske inovacije, kao i sve oštira konkurenčija u finansijskom sektoru. Kao značajni faktori u kontinentalnoj Evropi izdiferencirali su se stabilan ekonomski rast, deregulacija finansijskih tržišta, niske kamatne stope, ukupnjavanje banaka, stvaranje jedinstvenog tržišta i pojava finansijskih inovacija. U zemljama bivšeg komunističkog bloka na tržište stambenih kredita veliki uticaj je imalo društveno-političko uređenje, odnosno definisani model dodeljivanja, a kasnije i otkupa stanova. Prelaskom na tržišni model privređivanja promenila se i struktura ovih tržišta. Najznačajniji faktori koji su uticali na razvoj tranzisionih tržišta su intenzivan ekonomski rast (naročito nakon priključivanja EU), donošenje regulative u oblasti stambene izgradnje i hipotekarnog tržišta, oporavak i izgradnja finansijskih institucija, liberalizacija finansijskog tržišta, strane direktnе investicije u bankarski sektor, pristup jeftinijim izvorima kapitala, kao i velika i stabilna tražnja za stambenim jedinicama. U Srbiji sve do transformacije bankarskog sektora nije bilo mogućnosti za razvoj tržišta stambenih kredita. Ulazak stranih banaka i priliv kapitala po tom osnovu, bili su osnovni preduslov za razvoj ovog tržišta. Među ostalim faktorima koji su uticali na razvoj pominju se i velika potražnja za stambenim jedinicama (izgradnje novih stanova gotovo da nije bilo u toku devedesetih godina prošlog veka), niska platežna moć građana, nepostojanje odgovarajuće regulative u oblasti građevinarstva i svojinsko-pravnih odnosa i nerazvijena finansijska tržišta.

2. Finansiranje kupovine stambene jedinice

Jedan od najznačajnijih izdataka svakog domaćinstva jeste trošak stanovanja, koji nastaje kao posledica iznajmljivanja nekretnine, otplate rate za stambeni kredit (u slučaju kupovina nekretnine iz stambenog kredita) ili kupovinom nekretnine i isplatom kupovne cene u gotovini (engl. self-finance). Veoma često izdaci za stanovanje predstavljaju više od trećine ukupnih prihoda jednog domaćinstva. Zbog navedenog, pitanje finansiranja izdataka za stanovanje sa socioekonomskog aspekta pojedinca i cele zajednice je od izuzetne važnosti. Ovo pitanje je još od većeg značaja za države u tranziciji, gde je nivo dohotka stanovništva niži a tražnja za stambenim jedinicama izraženija, u kojima nije postojalo tržište stambenog finansiranja, ili je narušen kontinuitet njegovog funkcionisanja.

Razvijeno tržište nekretnina predstavlja alternativu finansijskoj štednji. Ulaganje u nekretnine jedan je od najsigurnijih vidova dugoročnog ulaganja na koji inflacija nema tako direktni uticaj, a prihodi po tom osnovu (na primer, od

iznajmljivanja nekretnina) redovni su i stabilni. Izvesnim istraživanjima (Ibbotson et al., 1985) je utvrđeno da je osamdesetih godina prošlog veka ulaganje u nekretnine na globalnom nivou činilo 57% štednje, od čega se 41% odnosio na ulaganje u stambene objekte. Poredeći ulaganja u nekretnine sa ulaganjima u korporativne obveznice i akcije, autori su zaključili da ulaganje u nekretnine u ovom smislu ima dvostruko veći značaj.

Stambeni kredit se definiše kao dugoročni kredit koji se odobrava za kupovinu, rekonstrukciju ili adaptaciju stambenog objekta, dok je hipotekarni kredit, takođe dugoročan kredit, ali koji se odobrava korisniku na osnovu zaloge nepokretne imovine. Hipotekarno obezbeđenje može služiti i za odobravanje gotovinskih i namenskih kredita, ali najčešće se koristi za odobravanje stambenih kredita koji su osigurani hipotekom. Ukoliko država učestvuje u procesu kreditiranja stambenih potreba stanovništva, u pitanju su subvencionisani stambeni krediti.

Kupovina stambene jedinice se može realizovati na nekoliko načina. Prvi podrazumeva kupovinu nekretnine iz sopstvenih sredstava, najčešće iz namenski formirane ušteđevine. Zbog ovog uslova ovakav vid kupovine nekretnine uglavnom je nepristupačan mlađoj populaciji. Kupovina stambene jedinice se može realizovati uz pomoć porodice ili prijatelja. U okviru ovih relacija sredstva se najčešće pružaju u vidu poklona ili različitih vrsta formalnih ili neformalnih zajmova. Treći vid finansiranja je u razvijenim zemljama daleko najrasprostranjeniji i podrazumeva kreditno finansiranje od strane banke ili neke druge finansijske institucije. Ukoliko zajmotražilac ispunjava zahteve kreditne sposobnosti, banka mu daje hipotekarni kredit po definisanim uslovima. Četvrti način finansiranja podrazumeva finansiranje od strane prodavca nekretnine. Prodavac nekretnine kupcu omogućava otplatu nekretnine po ugovorenoj dinamici. Kao osiguranje uzima hipoteku nad predmetnom nekretninom. Država, takođe, može da ima veliki značaj pri finansiranju stambenih jedinica. Ona to može činiti na dva načina, izgradnjom društvenih stanova na čije korišćenje pravo polažu svi punoletni građani zemlje (što je bio slučaj u SFRJ i drugim bivšim socijalističkim zemljama) ili obezbeđivanjem subvencionisanih kredita, koji se plasiraju stanovništvu preko komercijalnih ili državnih banaka po boljim uslovima od tržišnih (najčešće radi smanjenja kamatne stope i smanjenja učešća).

3. Faktori koji utiču na ekonomiju finansiranja kupovine stambenih jedinica

Način funkcionisanja tržišta preko kojih se vrši finansiranje izgradnje i kupovine stambenih jedinica nije jedinstven jer je oblikovan dejstvom skupa faktora, pre svega specifičnih istorijskih, političkih, regulatornih, ekonomskih i finansijskih faktora. U nastavku ćemo pokušati da objasnimo delovanje pomenutih faktora imajući u vidu tržište Srbije.

3.1 Specifični faktori

Najznačajniji specifični faktor je svakako zaostavština bivšeg društvenog sistema. Brojni autori navode da su u zemljama Centralne i Istočne Evrope, stambena naselja koje je država gradila bila dominantan tip stanovanja, te da ova vrsta naselja i danas čini 20-40% stambenog fonda (Enyedi, 1998, Tosics, 2004). Poređenja radi, u razvijenim zemljama Zapadne Evrope, ovaj udio se kreće od 3-7%. U socijalističkom društvenom uređenju, tržište stanova gotovo da nije postojalo, jer stanovi nisu tretirani kao tržišno dobro, već su se smatrali socijalnim dobrom. Rešavanje stambenog pitanja je u najvećoj meri bilo u domenu državne politike, kroz društvenu stambenu izgradnju. U Srbiji, stanovi koje je država gradila nisu bili privatno, već društveno vlasništvo, na koje je kroz društveni stambeni fond pravo polagao svaki punoletan građanin zemlje. U ovakvim okolnostima pravo na rešavanje stambenog pitanja polagao je svaki član zajednice, bez obzira da li on samostalno sebi može da reši stambeno pitanje. Dodelu stanova je propisivao nadležni državni organ po netržišnim principima. Jasno je da u ovakvim okolnostima nema potrebe za stambenim kreditima, te ovo tržište nije ni ni obrazovano. U slučajevima, kada je pojedinac sam rešavao stambeno pitanje (gradnjom privatne stambene jedinice) mogao je da računa na pomoć države u vidu kreditne linije, ili na pomoć preduzeća u kome je bio zaposlen. Ove kreditne linije su davale državne banke po netržišnim uslovima, obično sa fiksnim kamatnim stopama, dugim rokom otplate i bez obaveze uspostavljanja kolaterala.

Stambena izgradnja se finansirala na različite načine. Konkretno, u Srbiji su svi zaposleni bili u obavezi da izdvajaju doprinos za stambenu izgradnju (kao procenat ličnog dohotka) u skladu sa tada važećim Zakonom o izdvajaju sredstava za stambenu izgradnju i Zakonom o finansiranju stambene izgradnje (Službeni glasnik SRS br. 4/86) radi finansiranja solidarne stambene izgradnje. Iz ovih sredstava se finansirala društvena stambena izgradnja, a izgrađeni stanovi su dodeljivani na korišćenje na osnovu prethodno definisanih kriterijuma. Dakle, korisnici stanova nisu imali vlasništvo nad stanovima.

Promenama u društveno-političkom uređenju usledila je privatizacija društvenih stanova, najpre u skladu sa Zakonom o stambenim odnosima iz 1990. (Službeni glasnik SRS, br. 12/90, 47/90, 55/90 i Službeni glasnik RS, br. 3/90 i 7/90), a potom prema Zakonu o stanovanju iz 1992. (Službeni glasnik RS, br. 50/92). Ovo je u roku od pet godina dovelo do izmenjene svojinske strukture, u kojoj je 98% stanova bilo u privatnom vlasništvu (Republička agencija za prostorno planiranje, 2010). Zakonom o stambenim odnosima iz 1990. godine ukinuta je obaveza svih zaposlenih da izdvajaju doprinos za stambenu izgradnju i određeno je da se stambene potrebe stanovništva rešavaju sopstvenim sredstvima: izgradnjom, kupovinom i zakupom stana, a da država obezbeđuje stanove za zadovoljenje stambenih potreba socijalno ugroženih lica (Republička agencija za prostorno planiranje, 2010). Sistem zasnovan na

fondovima stambene izgradnje prestaje da funkcioniše, a Srbija doživljava kolaps stambene izgradnje (Šoškić, Urošević, 2001).

Društvena kriza koja je zahvatila državu u devedesetim godinama prošlog veka, loša ekomska situacija, nepostojanje tržišta stambenih kredita i nepostojanje institucija koje bi ovakve kredite plasirale prouzrokovala je stambenu krizu koja je doprinela porastu broja proširenih domaćinstava (Milić, 2004: 324) sa brojnim slučajevima nerešenog stambenog pitanja kod mlađe populacije. Reformama bankarskog sektora i uvozom kapitala stvorena je osnova za formiranje tržišta stambenih kredita. Bazični način kupovine stambene jedinice u okviru koga kupac mora da posede ceo iznos kupovne cene nekretnine u gotovini dopunjeno je stambenim kreditima, a poslovne banke su postale dominantne institucije za obezbeđivanje sredstava za kupovinu stambenih jedinica.

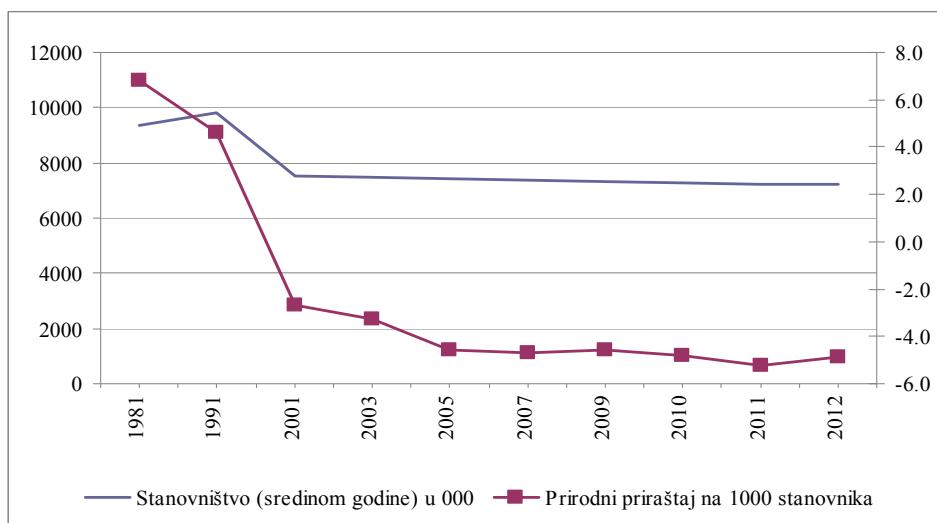
3.2 Faktori tražnje

Faktori koji utiču na tražnju za stambenim jedinicama i stambenim kreditima svrstavaju se u četiri celine: demografski faktori (prirodni priraštaj populacije, efekti migracije i slično), makroekonomski faktori (kretanje BDP, zaposlenosti, inflacije), finansijski faktori (nivo dostupnosti finansijskih resursa) i preferencije kupaca.

3.2.1 Demografski faktori

U klasičnoj analizi tražnje uobičajeno je izdvajati efektivnu, tj. platežno sposobnu tražnju i latentnu tražnju, odnosno vrednosni izraz potreba za nekim dobrom. Saturisanost potreba stanovništva za stambenim prostorom zavisi od odnosa između stanja izgrađenog i funkcionalno opremljenog stambenog prostora na određenoj lokaciji i potrebama, koje su dobrim delom određene demografskim obeležjima populacije koja naseljava ili planira da se dislocira na konkretni prostor (Marinković, 2009, str. 83). Ključna demografska obeležja u ovom smislu su kretanje ukupnog broja stanovnika, njegova struktura, kao i broj i prosečna veličina domaćinstva. U nastavku ćemo analizirati trendove kretanja populacije i promene u strukturi stanovništva.

Rast broja stanovnika, a naročito rast broja zaposlenih, obično stvara dodatnu tražnju za stambenim jedinicama. Analizom kretanja populacije, broja stanovnika i prirodnog priraštaja (grafik 1) zaključuje se da je u Srbiji u poslednje dve decenije prisutan negativan trend kretanja populacije, koji dovodi do smanjenja tražnje za stambenim jedinicama. Na grafiku 1 prikazan je broj stanovnika u hiljadama (leva vertikalna osa) i prirodni priraštaj na 1.000 stanovnika, koji se očitava na desnoj vertikalnoj osi. Imajući u vidu formirane trendove, po ovom osnovu ne može se očekivati dalji rast tražnje za stambenim jedinicama.

Grafik 1: Trend kretanja populacije u Srbiji (broj stanovnika u hiljadama)

Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije

Analiza migracija stanovništva iz ruralnih ka urbanim sredinama i promene u strukturi stanovništva ukazuju na povećanje tražnje za stambenim jedinicama. Podaci Ministarstva regionalnog razvoja i lokalne samouprave pokazuju da 60,7% ukupnog stanovništva živi na 24,3% gradskog prostora (u odnosu na ukupni prostor Republike Srbije). S druge strane, društveno-ekonomske struktura stanovništva pokazuje (tabela 1) stalne transformacije poljoprivrednog u gradsko stanovništvo, odnosno konstantne migracije iz ruralnih u urbane sredine. Ovo prouzrokuje dodatnu tražnju za stambenim jedinicama u gradskim područjima. Poslednji dostupni podaci Republičkog zavoda za statistiku prikazani su u tabeli 1.

Tabela 1: Promene u društveno-ekonomskoj strukturi stanovništva

	1948	1953	1961	1971	1981	1991	1991	2002
Aktivno/ukupno stanovništvo	50,9	48,4	47,3	45,7	45,4	42,7	48,2	45,3
Poljoprivredno/ukupno stanovništvo	72,3	66,7	56,1	44,0	25,4	17,3	17,2	10,9
Gradsko/ukupno stanovništvo	...	22,5	29,8	40,6	46,6	50,7	54,6	56,4

Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije

Dakle, prisutna su dva trenda. S jedne strane, broj stanovnika se smanjuje, ali migracije iz ruralnih ka urbanim sredinama povećavaju broj stanovnika u

urbanim sredinama, dok dodatno smanjuje broj stanovnika u ruralnim. Pri analizi demografskih faktora, ne treba zaboraviti ni da su se potrebe za stambenim jedinicama povećale i usled nekoliko izbegličkih talasa iz susednih zemalja i regionalnih zahvaćenih ratnim dešavanjima (Hrvatska, Bosna i Hercegovina i Kosovo).

3.2.2 Makroekonomski faktori

Makroekonomska stabilnost je jedan od preduslova za razvoj tržišta stambenih jedinica. Pri analizi makroekonomskih faktora koji utiču na tržište stambenih kredita najznačajniji su nivo bruto domaćeg proizvoda, stopa nezaposlenosti, stopa inflacije, kao i aktivnosti u neformalnom sektoru ekonomije. Srbija je u periodu pre ekonomске krize beležila pozitivne trendove kod većine makroekonomskih pokazatelja, pre svega rast bruto domaćeg proizvoda (BDP), značajan priliv stranih direktnih investicija i razvoj finansijskog sektora, prvenstveno kroz rast depozita i plasmana banaka. Međutim, prelivanjem globalne krize na teritoriju Srbije dolazi do nepovoljnih ekonomskih tendencija, koje su započete drugom polovinom 2008. godine i nastavile se sve do danas. Efekti krize preneli su se na sve segmente realnog sektora Srbije, pa i na segment građevinarstva.

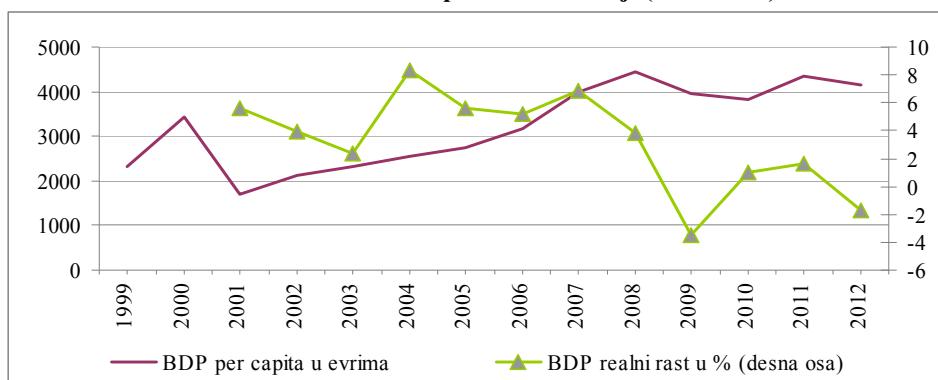
Nesporno je da ekonomski rast stimuliše i povećava tražnju za stanovima. Veza između ova dva faktora je višeslojna. Naime, faktorima koji utiču na tražnju za stambenim prostorom kao trajnim potrošnjim dobrom, odnosno primarno radi rešavanja stambenog pitanja, treba dodati i faktore koji podstiču tražnju za stambenim nekretninama kao investicionom aktivom. Kupovina stambenih nekretnina je često motivisana razlozima koji nisu u direktnoj vezi sa upotrebnom vrednošću koju nekretnina ima za neposrednog kupca. Nekretnina predstavlja investiciono dobro u koje se može ulagati radi zaštite realne vrednosti imovine (hedžing motiv), ostvarenja prinosa od naplate upotrebne vrednosti koju investiciona aktiva ima za potencijalnog zakupca, ili predstavlja aktivan u koju se ulaže radi sticanja dobiti prvenstveno na bazi očekivanog rasta njene cene (spekulativni motiv). Poslednji motiv može biti ključan u pokretanju posebno opasnih spekulativnih mehurova na tržištu nekretnina (Marinković, 2009, str. 84)

Po svim pomenutim osnovama bruto domaći proizvod i rashodi za kupovinu stambenih jedinica trebalo bi da budu u direktnom uzajamnom odnosu. Rast BDP omogućava veće investicije u stambene jedinice, jer potrošačka moć stanovništva raste uporedno sa rastom BDP. Potrebno je uočiti i da rast BDP može biti izražen kroz komponente realnog i nominalnog rasta, što dalje može imati različit uticaj na relativni značaj tražnje za stanovima kao trajnim potrošnjim dobrom, kao aktivom pogodnom za zaštitu od inflacije i spekulaciju. Posebno će važan biti uticaj odnosa inflacije na tržištu nekretnina (engl. asset price inflation) i inflacije merene promenom potrošačkih cena (engl. consumer

price inflation). S druge strane, kupovina stambenih jedinica utiče na BDP na dva načina: investicijom u nekretninu i kasnijim održavanjem te nekretnine.

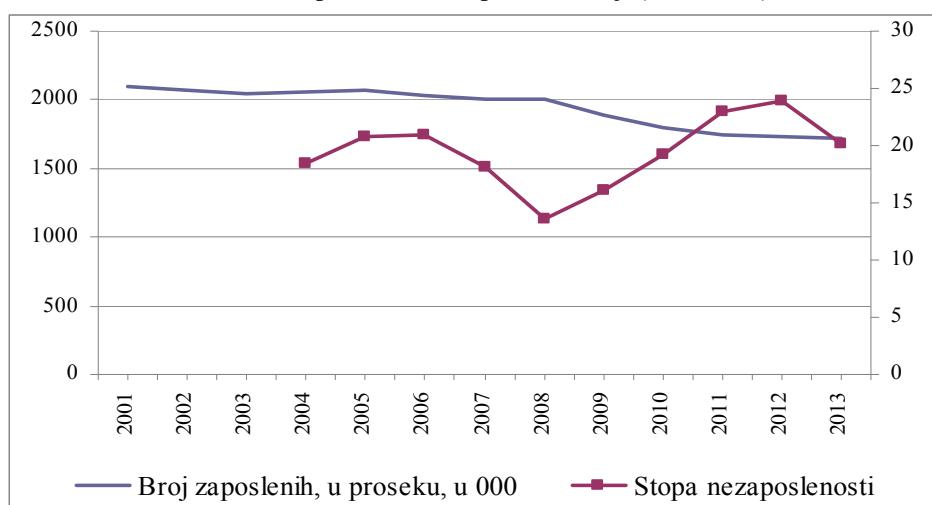
Ako se analizira trend kretanja BDP po glavi stanovnika, pozitivni pomaci se mogu identifikovati do 2008. godine. U ovom periodu rast BDP je bio relativno stabilan i kretao se u rasponu od 2,4% (2003) do 8,3% (2004), što je u proseku davalо 5,2%, za period od 2001. do 2008. godine (grafik 2). Pozitivna kretanja i ekonomski rast po ovom pokazatelju sa sigurnošću se mogu okarakterisati kao stimulans potrošnji stanovništva, od čega će jedan deo sigurno biti uložen u nekretnine radi rešavanja stambenog pitanja ili kao investicija. Nakon ovog perioda BDP po glavi stanovnika ima silazni trend, sa negativnim promenama u 2009. i 2012. godini, što će se odraziti i na tražnju za stambenim jedinicama. Stabilan rast BDP u periodu 2001-2008. godina predstavlja je jak stimulans potrošnji stanovništva, koja se između ostalog manifestovala i kroz kupovinu stambenih objekata.

Grafik 2: Bruto domaći proizvod u Srbiji (1999-2012)



Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije

Analiza zaposlenosti je važna jer status zaposlenog predstavlja osnovni preuslov za stambeni kredit. Rezultati ove analize ne ukazuju na povoljnu perspektivu razvoja tržišta stambenih kredita. Naime, uočljiv je trend smanjenja broja zaposlenih od 2001. godine, dok se procenat nezaposlenosti povećava i to naročito nakon 2008. godine, da bi 2012. dostigao nivo od 24%. Grafik 3 prikazuje zaposlenost u Republici Srbiji u periodu 2001-2013. godina. Na levoj vertikalnoj osi prikazan je broj zaposlenih u hiljadama, a na desnoj stopa nezaposlenosti. Problem visoke nezaposlenosti ukazuje na nestabilnu ekonomsku situaciju u zemlji, ali i na postojanje značajnog neformalnog sektora ekonomije i zaposlene bez formalno-pravnog radnog ugovora, koji ne mogu da se kvalifikuju za korišćenje stambenog kredita. Po ovom osnovu se ne može očekivati povećanje tražnje za stambenim kreditima, jer je status zaposlenog osnovna prepostavka prihvatljive kreditne sposobnosti.

Grafik 3: Zaposlenost u Republici Srbiji (2001-2013)

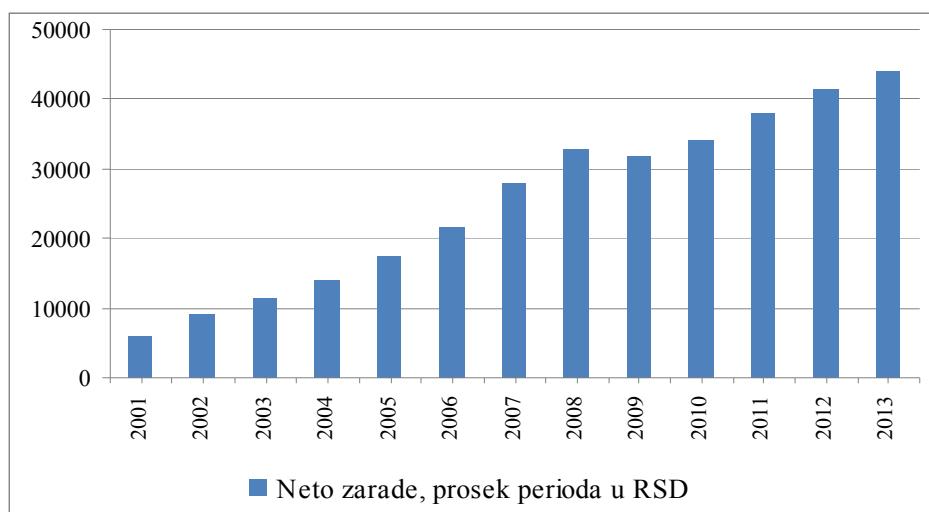
Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije i Ministarstvo finansira RS

Rast populacije i rast broja zaposlenih predstavljaju osnovu za rast tražnje za stambenim jedinicama. Međutim, i rast neto zarada može da doprinese povećanju tražnje. Na grafiku 4 je prikazan nivo neto zarade u Republici Srbiji u periodu 2001-2013. godina. Na osnovu konstantnog rasta neto zarada, može se očekivati i rast potražnje za stambenim jedinicama. Ipak, treba pomenuti problem koji se javlja kada rast neto zarada nije praćen i rastom nivoa zaposlenosti. U ovakvim slučajevima može doći do značajnog socijalnog raslojavanja i diferencijacija kod rešavanja stambenog pitanja.

Smatra se da postojanje neformalne ekonomske aktivnosti predstavlja veliko ograničenje za funkcionisanje finansiranja stambene izgradnje. Što je ovaj sektor ekonomije razvijeniji to su i problemi na tržištu stambenog finansiranja značajniji i učestaliji. Problem takozvane sive ekonomije može da se manifestuje na dva načina. Stanovništvo zaposленo u neformalnom delu ekonomskog sistema automatski će biti eliminisano, jer ih uslov kreditne sposobnosti diskvalifikuje za korišćenje stambenog kredita. Ovaj deo stanovništva je primoran da stambeno pitanje rešava iznajmljivanjem ili kupovinom nekretnine isplatom kupovne cene u gotovini. Različita istraživanja pokazuju različit obim neformalne ekonomije u Srbiji, ali su sva saglasna da je nivo ove aktivnosti izuzetno visok. Krstić i Sanfey (2011) su pokazali da se u Srbiji, uporedno sa sprovodenjem reformi i ubrzanim ekonomskim rastom obim neformalne ekonomije povećao. Broj zaposlenih u sektoru sive ekonomije se popeo sa 28% u toku 2002, na 35% u 2007. godini. Autori u svom istraživanju zaključuju da zaposleni u neformalnom sektoru zarađuju značajno manje od zaposlenih na sličnim poslovima u odgovarajućem sektoru formalne ekonomije.

Još jedno istraživanje, ovog puta o udelu sive ekonomije u BDP pokazuje da siva ekonomija obuhvata 30,1% BDP u 2010. godini (Foundation for the Advancement of Economics, 2013). S druge strane, ako sistem gradnje nije uređen, odnosno ako postoji veliki broj investitora koji ne poseduju adekvatnu dokumentaciju o nekretnini, predmetna nekretnina i svi izgrađeni stanovi se diskvalifikuju za kupovinu na kredit.

Grafik 4: Neto zarade u Republici Srbiji (2001-2013)



Izvor: Ministarstvo finansija, makroekonomski podaci

Veliki broj autora, među kojima i Hegedüs (2002, str. 5) smatra da je niska stopa inflacije neophodna za razvoj tržišta stambenog finansiranja, naročito u zemljama u razvoju i tranziciji. Ipak, u praksi inflacija ne mora da se potvrdi kao značajan, ograničavajući faktor. U zemljama u kojima je prisutan visok nivo inflacije, primenjuje se revalorizacija stambenih kredita, odnosno plasiranje stambenih kredita sa valutnom klauzulom. Konkretno, iako je kredit plasiran u dinarima, njegov nominalni iznos je vezan za neku stranu valutu (najčešće EUR ili CHF).

Razloge smanjene tražnje u zemljama sa visokom inflacijom treba tražiti u činjenici da se zarade isplaćuju u domaćoj valuti (koja je u uslovima visoke inflacije često obezvredena), a rate za kredit su vezane za referentnu valutu. U Srbiji je valutna struktura plasmana dominantno deviznog karaktera, sa deviznim podbilansom od oko 70% ukupno plasiranih kredita (tabela 2). Valutna statistika stambenih kredita nije dostupna, ali čak i jednostavnom pregledom ponude stambenih kredita sa sigurnošću se može tvrditi da je praksa valutne indeksacije stambenih kredita apsolutno dominantna.

Tabela 2: Valutna struktura kredita (% od ukupnih kredita)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013-9
EUR	51.4	55	52.6	57	62.9	61.6
USD	1.9	1.6	1.5	1.7	1.6	1.7
CHF	11.9	8.9	7.9	7.1	6.8	6.2
UKUPNO	65.2	65.5	62	65.8	71.3	69.5

Izvor: NBS, Kvartalni izveštaji

3.2.3 Finansijski faktori

Razvijen finansijski sektor koji može da podrži kupovinu stambenih jedinica i građevinsku delatnost uslov važan kako za tražnju, tako i za ponudu stambenih jedinica. Osnovni finansijski faktori koji su analizirani u ovom radu su reforme bankarskog i finansijskog sektora, odnosno stvaranje osnova za razvoj efikasnog kreditnog tržišta, sa naglaskom na tržište stambenih kredita i državne stambene i građevinske subvencije.

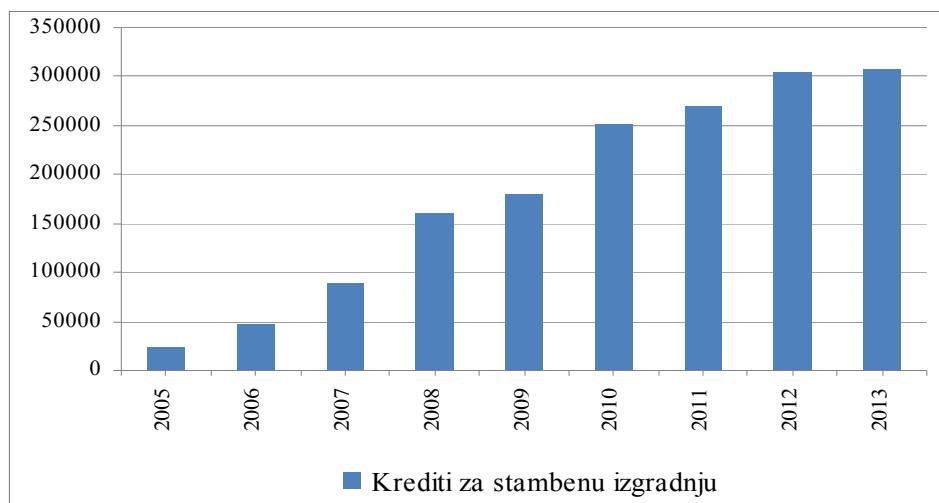
Napominjemo da su finansijski faktori obično ključni za razvoj cikličnih tendencija na tržištu nekretnina. Jednim delom ciklična dinamika je posledica subordinirane prirode stambenih izdataka u kompleksu potrošačkih odluka stanovništva, koje dovode do prirodnog diskontinuiteta u izdacima za stambenu izgradnju. Ipak, na nivou ekonomskog sistema ovaj diskontinuitet je ublažen zbog efekta uprosećavanja individualnih odluka (Marinković, 2009, str. 83). Zbog toga će značajniji strukturni lomovi u vremenskim serijama koje prate aktivnost na tržištu nekretnina uglavnom koincidirati sa značajnijim promenama u obimu i uslovima kreditne aktivnosti.

Trend sveobuhvatnih ekonomskih promena i transformacija bankarskog sektora Srbije započet je 2001. godine. Osnovna karakteristika promena je internacionalizacija bankarskog sektora, te promene u vlasničkoj strukturi u korist stranog vlasništva. U ovom periodu skoro svi ekonomski pokazatelji u bankarskom sektoru beleže povoljan trend. Obim i razvijenost bankarskog sektora, predstavljeni odnosom bilansne sume i bruto domaćeg proizvoda ostvaruje značajan rast ukazujući na dinamičan razvoj bankarskog sektora. Bilansna aktiva, kapital, depoziti i krediti sve do nedavno imali su jasan trend rasta. Povećava se obim kredita stanovništvu, uključujući i stambene kredite. Kategorija stambenih kredita stanovništvu se u izveštajima NBS po prvi put pojavljuje 2005. godine, i od tada je moguće pratiti trend ovog pokazatelja.

Pored značajnih reformi u bankarskom i finansijskom sektoru, banke su i dalje dominantni kreditori na tržištu stambenog kreditiranja. Trenutno u Republici Srbiji posluje 29 banaka, od kojih samo pet nema stambene kredite u ponudi.

Analizu tržišta stambenih kredita moguće je obaviti za period 2005-2013. godina, jer su podaci dostupni samo za navedeni period. U početku analiziranog perioda stope rasta stambenih kredita su bile iznad 100% na godišnjem nivou (grafik 5). Naročito dinamični bio je period 2005-2008. godina. U toku 2008. godine nivo stambene kreditne aktivnosti je značajno usporen, što je direktno pretilo da ugrozi građevinsku delatnost, koja je u prethodnom periodu bila jedna od privrednih grana sa najbržim rastom u Srbiji. Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate za stambene kredite i dugoročno stambeno kreditiranje u 2010. godini, jeste jedno od rešenja kako bi se građevinska industrijia dovela na predkrizni nivo. Efekti krize manifestovani smanjenjem ekonomске aktivnosti i padom BDP odrazili su se i na tražnju stambenih kredita. Pad stranih direktnih investicija i prelivanje križnih tendencija iz država porekla kapitala većine banaka sa stranim kapitalom u Srbiji, pre svega kontrakcija kreditne aktivnosti matične bankarske grupe, odrazile su se na ponudu stambenih kredita u Srbiji. Međutim, sve do 2014. godine, zahvaljujući programima državne subvencije, nije zabeležen pad kreditne aktivnosti u ovoj oblasti.

Grafik 5: Iznos stambenih kredita (u 000 RSD)



Napomena: Podaci za 2013. godinu odnose se na stanje krajem trećeg kvartala.

Izvor: NBS, Kvartalni izveštaji

Kroz istoriju srećemo različita rešenja koja su države primenjivale kako bi pomogle stanovništvu da reši stambeno pitanje. Socijalističke države su redovno gradile stanove i ustupale ih na korišćenje stanovništvu. Slična praksa duge se primenjivala i u kapitalističkim državama, gde su u stambenu izgradnju investirale najčešće lokalne administrativne jedinice, a stanovi iznajmljivani socijalno

ugroženom stanovništvu po preferencijskim uslovima. Društveno-ekonomskim promenama ovakva rešenja postaju sve ređa, ali države i dalje pokazuju interes da intervenišu u ovoj oblasti. Moderne „države blagostanja“ prihvataju intervenciju na ovom tržištu kao svoj zadatka. Napušteni programi direktnе državne intervencije u stanogradnji zamenjuju se intervencijom države u oblasti kreditiranja kupovine i izgradnje stambenih jedinica (Marinković, 2011, str. 132).

Tabela 3: Spisak propisa na osnovu kojih su dodeljivane subvencije

godina	Zakonski akt	Objavljeno
2009.	Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate po kreditima za finansiranje stambene izgradnje	Službeni glasnik RS, br. 77/2009, 78/2009, 96/2009 i 103/2009
2010.	Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate za stambene kredite i dugoročno stambeno kreditiranje u 2010. godini	Službeni glasnik RS, br. 2/2010, 4/2010, 50/2010, 72/2010, 76/2010, 94/2010 i 98/2010
	Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate po kreditima za finansiranje stambene izgradnje u 2010. godini	Službeni glasnik RS, br. 4/2010
2011.	Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz dugoročno stambeno kreditiranje u 2011. godini	Službeni glasnik RS, br. 1/2011, 3/2011, 12/2011 i 87/2011
	Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate po kreditima za finansiranje stambene izgradnje u 2011. godini	Službeni glasnik RS, br. 44/2011, 89/2011 i 93/2011
2012.	Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz dugoročno stambeno kreditiranje u 2012. godini	Službeni glasnik RS, br. 4/2012, 77/12, 98/12, 109/12 i 116/12
	Uredba o utvrđivanju programa podrške građevinskoj industriji u 2012. godini	Službeni glasnik RS, br. 4/2012, 77/12, 98/12, 109/12 i 116/12
2013.	Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz dugoročno stambeno kreditiranje u 2013. godini.	Službeni glasnik RS, br. 124/2012, 2/2013, 71/2013 i 113/2013

Vlada Republike Srbije je u više navrata inicirala programe kojima bi pomogla u rešavanju stambenog pitanja stanovništva. Prva inicijativa u cilju poboljšanja stambenog kreditiranja građana sprovedena je 2005. godine na osnovu Zakona o izmenama i dopunama Zakona o budžetu za 2005. Praksa subvencionisanog kreditiranja se nastavlja sve do 2014. godine (vidi tabelu 2). U toku 2010. godine donet je i Zakon o podsticanju građevinske industrije Republike Srbije u uslovima ekonomske krize (Službeni glasnik RS, br. 45/2010 i 99/2011), sa ciljevima prevazilaženja negativnih efekata ekonomske krize u Republici Srbiji u oblasti građevinarstva, odnosno pomoći domaćoj građevinskoj industriji za izlazak iz krize; podsticanja razvoja i upošljavanja domaćih građevinskih preduzeća i obezbeđivanja likvidnosti ovog sektora; podsticanja razvoja i upošljavanja domaćih preduzeća koja se bave proizvodnjom građevinskog materijala; zadržavanje postojećeg nivoa zaposlenosti i stvaranja preduslova za otvaranje novih radnih mesta i podsticanja privrednog razvoja u Republici Srbiji (član 2).

Dakle, pomoći kupcima stanova i građevinskoj delatnosti realizovana je kroz dve vrste programa. Prva je podrazumevala klasične subvencionisane stambene kredite (kroz Uredbu o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate po kreditima za finansiranje stambene izgradnje – 2009 i Uredbe o dugoročnom stambenom kreditiranju – 2010, 2011, 2012 i 2013), kod kojih je korisnik kredita bio u obavezi da obezbedi 5% učešća, a 20% učešća obezbeđuje se iz budžeta Republike Srbije u vidu dugoročnog stambenog kredita. Preostalih 75% od cene nekretnine, odnosno traženog iznosa kredita obezbeđuje poslovna banka po ograničenoj kamatnoj stopi. Kamatna stopa za deo kredita koji se finansira iz budžeta je 0%. Prioritet u naplati ima banka, nakon čega korisnik kredita vraća sredstva iz budžeta RS, a najkasnije od 25. do 30. godine od puštanja kredita u tečaj. U 2014. godini nije bilo mera podrške za kupovinu stambenih jedinica.

Uredbe iz 2010. i 2011. godine koje se odnose na mere podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate po kreditima za finansiranje stambene izgradnje podrazumevaju kreditiranje investitora od strane poslovnih banaka u okviru kojih država subvencioniše deo kamate, odnosno smanjuje tržišnu kamatnu stopu. Investitor zaključuje ugovor o kreditiranju sa bankom i otplaćuje ga sa kamatom umanjenom za 7%, koje banchi uplaćuje Republika Srbija na ime sredstava za subvencionisanje kamate. U toku 2013. i 2014. Uredbi o subvencionisanju kamate po kreditima za finansiranju stambene izgradnje nije bilo.

Uporedno sa opštim programima subvencija, država je razvijala i programe kako bi rešila stambeno pitanje stanovništva određenih profesija, zaposlenih u javnim službama. Tako su inicirani programi kao što su Program dugoročnog stambenog kreditiranja za zaposlene u zdravstvu (2008. godine) i Program

dugoročnog stambenog kreditiranja profesionalnih vojnih lica Vojske Srbije (ovaj program je realizovan u više navrata).

Nažalost, za 2014. godinu nisu planirani programi subvencije za rešavanje stambenog pitanja. Kao razlog navodi se nedostatak sredstva u budžetu za finansiranje ovakvih aktivnosti. Ovo je problem prisutan kod svih zemalja koje se suočavaju sa istrajnijim budžetskim deficitom.

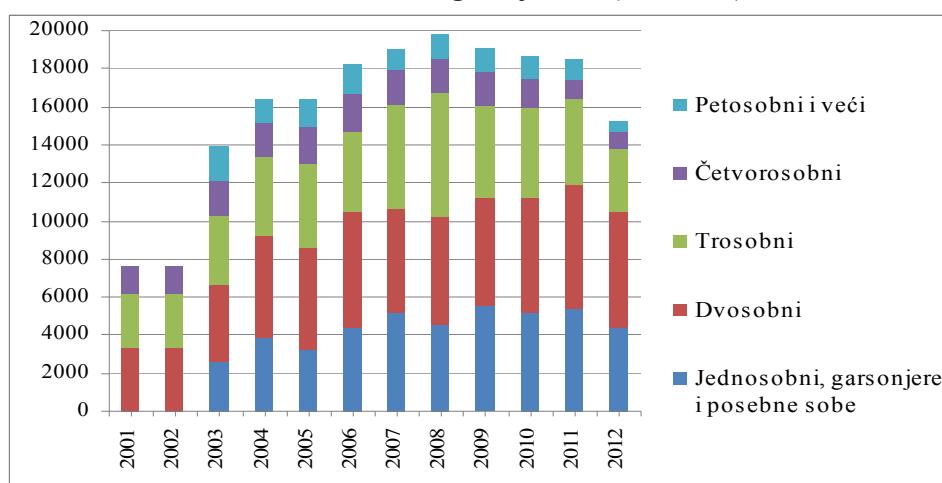
3.3 Faktori ponude

Pojedinac može rešiti svoje stambeno pitanje kupovinom već izgrađene nekretnine, njenom rekonstrukcijom ili proširenjem i kupovinom novog objekta. Izgradnja novih objekata je prioritet kod definisanja nacionalne stambene politike.

3.3.1 Analiza građevinske delatnosti

Analiza građevinske delatnosti u Srbiji vršena je u periodu 2001-2012. godina, kao i kod svih do sada analiziranih pokazatelja. Za razliku od predtranzicionog perioda, kada su građevinsku delatnost sprovodila državna preduzeća, u analiziranom periodu je privatni sektor preuzeo aktivnu ulogu. Značajan porast broja sagrađenih stanova evidentan je u 2003. godini, kada se u odnosu na prethodne dve godine broj sagrađenih stanova udvostručio (grafik 6). Rast aktivnosti u građevinarstvu je pratio povoljne trendove opštih ekonomskih pokazatelja. Sve do 2008. godine evidentan je stabilan rast u ovoj oblasti. Ekonomска kriza, koja se u Srbiju prenela iz razvijenih zemalja, usporila je građevinsku delatnost u periodu nakon 2008. godine.

Grafik 6: Stambena izgradnja u RS (2001-2012)



Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije

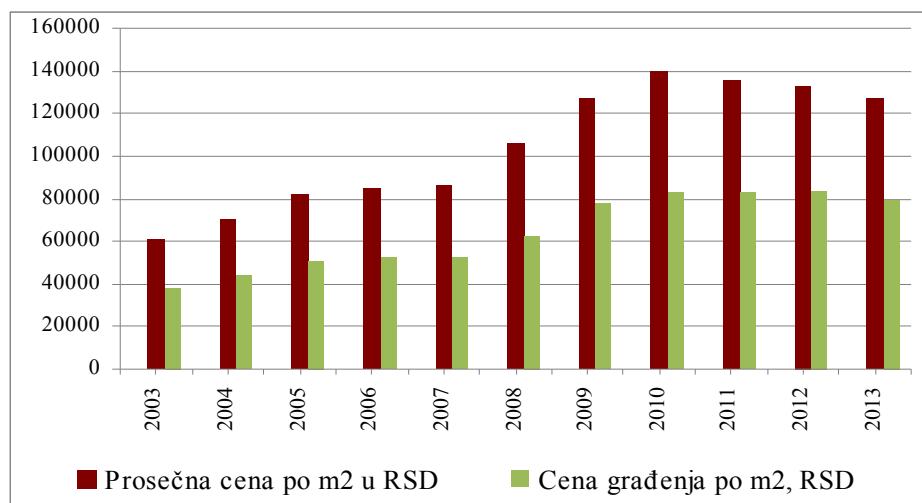
Napomena: za 2012. Godinu su dati prethodni podaci

Ekspanzija građevinske delatnosti nije samo posledica ekonomske stabilizacije i rasta ekonomskih pokazatelja od 2001. godine. Značajniji razlog se može naći u stagnaciji građevinske delatnosti u periodu 1990-2000. godina, kada praktično organizovane građevinske delatnosti nije ni bilo. Milić (2004, p. 324) pominje stambenu krizu devedesetih godina prošlog veka, koja je doprinela porastu broja proširenih domaćinstava, odnosno velikom broju nerešenih stambenih pitanja.

Cene stanova imaju blagu tendenciju kašnjenja za ostalim tržišnim trendovima, jer su vrhunac dostigle u 2010. godini, kada je pad ostalih ekonomskih pokazatelja već bio evidentan. Iako je u ovom periodu došlo do usporavanja građevinske delatnosti, cene stanova su i dalje rasle. U prethodnom periodu ekonomski uslovi u zemlji drastično su se pogoršali, ali ipak zvanična statistika nije zabeležila značajniji pad cena stanova (grafik 7).

Interesantno je porebiti prosečne zarade i cene stanova. Ovako se dolazi do zaključka koliko je prosečnih plata potrebno za kupovinu stambene jedinice u odnosu na prosečnu cenu gradnje. Analizom se uočava da je ovaj odnos zapaženo varirao u periodu 2003-2013. godina. U prvim godinama je bilo potrebno više od pet prosečnih zarada za kupovinu jednog kvadratnog metra stambene jedinice po prosečnoj ceni. Do 2008. godine ovaj iznos je pao na 3,2 prosečne zarade, uglavnom zbog značajnog rasta zarada, koji nije bio praćen tako dramatičnim porastom cena nekretnina. Porast cene nekretnina 2009. godine, opet podiže ovaj pokazatelj na četiri, i tu ostaje i u 2010. godini. Trend opadanja je evidentan od 2011-2013. i iznosi nešto ispod tri.

Grafik 7: Cene izgrađenih stanova u Republici Srbiji



Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije

4. Zaključak

Za neko tržište stambenih kredita se kaže da je funkcionalno ako poseduje sledeće karakteristike: da je efikasno, odnosno da kamatna marža kao razlika između cene koštanja sredstava i cene kredita ne bude veća od 2%, da bude dostupno, odnosno da više od 60% populacije može da priušti stambeni kredit bez državnih subvencija, da bude regulisano i da bude kontrolisano (da se rizici prepoznaaju i njima adekvatno upravlja). U zemljama u tranziciji, pa i u Srbiji, regulatorne reforme nisu dovoljne da bi se izgradilo efikasno tržište stambenih kredita. Pre svega potrebno je izgraditi institucije i mehanizme za efikasno funkcionisanje. Osnovni i neophodni preduslov za razvoj tržišta stambenih kredita je stabilna makroekonomска situacija, koja će omogućiti izgradnju novih stambenih objekata s jedne strane, a s druge povećati potrošačku moć stanovništva. Međutim, tražnju oblikuju i faktori specifični za svako tržište nekretnina, državne subvencije, demografska kretanja stanovništva i ostali činioци pobrojani u radu.

Sa aspekta tražnje tržišta stambenih kredita, kod demografskih faktora rast se može očekivati samo usled migracija stanovništva u gradove. Trend kretanja populacije ukazuje na negativna kretanja i smanjenje tražnje po ovom osnovu. Makroekonomski faktori takođe ne ukazuju na povećanje tražnje za stambenim kreditima. Ne postoji značajniji rast BDP, niti se očekuje u narednom periodu. Trend pada nivoa zaposlenosti je prisutan, a sektor neformalne ekonomije raste. Ni po ovom osnovu se ne može očekivati rast tražnje za stambenim kreditima. Analizirajući finansijske faktore, uočava se da je reforma bankarskog sistema stvorila uslove za povećanje nivoa stambenih kredita. Međutim, nepostojanje subvencija u toku 2014. godine značajno će smanjiti tražnju. Analizom ponude obuhvaćena je gradevinska delatnost. U ovoj oblasti evidentno je usporavanje delatnosti nakon 2008. godine i značajniji pad u 2012. Međutim, prosečna cena gradnje nije pratila pad aktivnosti, kao ni pad opštih ekonomskih pokazatelja u periodu nakon 2008. godine.

Literatura

- Andrusz, G. (1996) „Structural change and boundary instability“, in Andrusz G., M. Harloe, and I. Szelenyi (eds.), *Cities after socialism: Urban and regional change and conflict in post-socialist societies*, Oxford: Blackwell Publishers, pp. 30–69.
- Baturan, L. (2012) „Subvencionisanje kupovine stanova i stanogradnje“, *Zbornik radova Pravnog fakulteta Novi Sad*, 46 (3): 415–427.
- Enyedi, G. (1998) *Social change and urban restructuring in Central Europe*, Budapest: Academia Kiado.
- Foundation for the Advancement of Economics (2013) The shadow economy in Serbia: New findings and recommendations for reform, USAID Business Enabling

- Project, <http://www.fren.org.rs/sites/default/files/articles/attachments/the-shadow-economy-in-serbia-study.pdf>. Pregledano 18. marta 2014.
- Hegedüs, J. (2002) *Housing finance in South Eastern Europe*, Budapest: Metropolitan Research Institute.
- Ignjatović, S. (2009) „Aktuelni problemi u istraživanju tranzicije u odraslost sa osrvtom na Srbiju“, *Stanovništvo*, 47 (1): 7–22.
- Krstić, G. and P. Sanfey (2011) „Earnings inequality and the informal economy“, *Economics of transition*, 19 (1): 179–199.
- Marinković, S. (2009) „Krizni potencijal hipotekarnog tržišta: Istorija kao učitelj bez autoriteta“, *Ekonomske teme*, 47 (3): 73–98.
- Marinković, S. (2011) *Finansijska tržišta*, Niš: Ekonomski fakultet.
- Milić, A. (2004) „Transformacija porodice i domaćinstava – zastoj i strategije preživljavanja“, u Milić A. (urednik) *Društvena transformacija i strategije društvenih grupa*, Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta.
- Ministarstvo regionalnog razvoja i lokalne samouprave (2012) *Gradovi Srbije 2011: Socio-ekonomska analiza*, Beograd: Ministarstvo regionalnog razvoja i lokalne samouprave.
- Ibbotson, R., L. Siegel, and K. Love (1985) “World wealth: Market values and returns”, *Journal of Portfolio Management*, 12 (1): 4–23.
- Republička agencija za prostorno planiranje (2010) *Socijalno stanovanje – Prikaz stambenih politika Srbije i odabranih zemalja Evrope*, Beograd: PALGO centar.
- Šoškić, D. and B. Urošević (2001) „Sekundarna hipotekarna tržišta“, *Ekonomski anali*, 44 (151/152): 5–28.
- Tosics, I. (2004) „Determinants and consequences of spatial change in post-socialist cities“, in *Winds of societal change: Remaking post-communist cities*, Urbana-Champaign: University of Illinois.
- Tosics, I. and J. Hegedus (2003) „Housing in South-Eastern Europe“, in Lowe S. and S. Tsenkova (eds.) *Housing change in East and Central Europe integration or fragmentation*, Ashgate, pp. 21–44.
- Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz dugoročno stambeno kreditiranje u 2011. godini (*Službeni glasnik RS*, br. 1/2011, 3/2011, 12/2011 i 87/2011).
- Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz dugoročno stambeno kreditiranje u 2012. godini (*Službeni glasnik RS*, br. 4/2012, 77/12, 98/12, 109/12 i 116/12).
- Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz dugoročno stambeno kreditiranje u 2013. godini (*Službeni glasnik RS*, br. 124/2012, 2/2013, 71/2013 i 113/2013).
- Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate za stambene kredite i dugoročno stambeno kreditiranje u 2010. godini (*Službeni glasnik RS*, br. 2/2010, 4/2010, 50/2010, 72/2010, 76/2010, 94/2010 i 98/2010).
- Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate po kreditima za finansiranje stambene izgradnje u 2010. godini (*Službeni glasnik RS*, br. 4/2010).

Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate po kreditima za finansiranje stambene izgradnje u 2011. godini (*Službeni glasnik RS*, br. 44/2011, 89/2011 i 93/2011).

Uredba o merama podrške građevinskoj industriji kroz subvencionisanje kamate po kreditima za finansiranje stambene izgradnje (*Službeni glasnik RS*, br. 77/2009, 78/2009, 96/2009 i 103/2009).

Uredba o utvrđivanju programa podrške građevinskoj industriji u 2012. godini (*Službeni glasnik RS*, br. 4/2012, 77/12, 98/12, 109/12 i 116/12).

Zakon o finansiraju stambene izgradnje (*Službeni glasnik SRS*, br. 4/86).

Zakon o stambenim odnosima (*Službeni glasnik SRS*, br. 12/90, 47/90, 55/90 i *Službeni glasnik RS*, br. 3/90 i 7/90).

Zakon o stanovanju (*Službeni glasnik RS*, br. 50/92).

THE ECONOMICS OF HOUSING FINANCE IN SERBIA

Abstract: The paper presents analysis of the achieved development level of the housing market in Serbia. Various factors that have shaped demand and supply are systematized and their impact over the last decade was analysed and monitored. As important ones demographic, macroeconomic and financial factors are singled out and a special importance is given to the analysis of specific historical and socio-political circumstances that have influenced the development of the housing market during the period of analysis.

Keywords: housing market, home loans, construction, subsidized loans, inflation



ANALIZA KRETANJA NEKVALITETNIH KREDITA I PROFITABILNOSTI NA BANKOVNOM TRŽIŠTU U BIH

Almir Alihodžić

Univerzitet u Zenici, Ekonomski fakultet, Zenica, BiH
✉ almir.dr2@gmail.com, almir_alihodzi@yahoo.com

UDK
330.13:347.734
(497.6)
Originalni
naučni rad

Apstrakt: Glavni motiv poslovanja svake banke je ostvarenje što većeg profita kako bi se preko njega povećala dividenda akcionarima, te reinvestiranjem u akcije stvorili uslovi za povećanje sopstvenog finansijskog i kreditnog potencijala. Najvažniji indikator kvaliteta kreditnog portfolija je učešće nekvalitetnih kredita u ukupnim poslovnim sredstvima i plasmanima. U prvom kvartalu 2013. godine u BiH nastavljen je trend rasta nekvalitetnih kredita kod sektora pravnih lica u iznosu od 2,6% dok je kod stanovništva došlo do stagnacije, tj. neznatnog smanjenja. Osnovni cilj ovog rada je da razmotri uticaj globalne finansijske krize te usporenog ekonomskog rasta na tendenciju kretanja nekvalitetnih kredita na bankovnom tržištu u BiH, te međuzavisnost istih na kretanje pokazatelja profitabilnosti putem proste regresione jednačine.

Primljeno:
03.12.2013.

Prihvaćeno:
10.10.2014.

Ključne reči: nekvalitetna aktiva, povrat na prosečni akcionarski kapital, povrat na prosečnu aktivu, regresiona analiza .

1. Uvod

Profitabilnost u obliku zadržane zarade jedan je od ključnih izvora za stvaranje kapitala. Zdrav bankarski sistem je izgrađen na profitabilnim i adekvatno kapitaliziranim bankama. Profitabilnost je pokazatelj koji otkriva konkurenčku poziciju jedne banke na bankarskom tržištu, kao i kvalitet njenog rukovodstva. Dakle, profitabilnost omogućava banci da održi određeni profil rizika te da je pruži sigurnost u pogledu kratkoročnih problema. Bilans uspeha je ključni izvor informacija o profitabilnosti jedne banke, zatim otkriva izvore zarade jedne banke, kao i kvalitet kreditnog portfolija te fokus na ukupne rashode. Takođe, struktura bilansa uspeha banke treba da ukazuje na poslovnu orijentaciju banke. Promene strukturnih kapitalnih zahteva, kao i mere monetarne politike, ponekad mogu imati uticaja na promenu u strukturi i

stabilnosti profita banke. Restriktivna priroda zakonskog minimuma kapitala može uticati da banke promene svoj poslovni mix u korist aktivnosti i imovine koji podrazumevaju niže nivoe kapitala. Međutim, iako takva imovina nosi manji rizik može u konačnici uticati na manje prinose. Prekomerne obavezne rezerve, kao i rezerve likvidnosti, štete profitu i mogu potaknuti posredovanja. Oporezivanje je još jedan važan faktor koji utiče na profitabilnost jedne banke jer utiče na konkurentnost raznih instrumenata kroz različite segmente finansijskih tržišta (Greuning, Bratanović 2009, 101).

Svaki menadžer banke ima četiri glavna zadatka. Prvi zadatak se odnosi na obezbeđenje dovoljne količine gotovog novca, kako bi banka bila u stanju da isplati sve depozite u slučaju povlačenja depozita, odnosno kada banka gubi depozite zbog zahteva za isplatu. Dakle, da bi banka osigurala dovoljno gotovine banka se mora baviti upravljanjem likvidnošću, tj. pribavljanjem dovoljne količine likvidnih sredstava da bi bila u stanju ispuniti obaveze prema vlasnicima depozita. Kao drugi zadatak menadžer banke mora slediti strategiju male izloženosti riziku, na način da pribavi imovinu niskog rizika neplaćanja i da diversifikuje imovinu u vlasništvu banke. Treći zadatak menadžera ogleda se u nabavci sredstava uz minimalni trošak. I kao poslednji korak menadžer mora voditi računa o količini kapitala koju bi banka morala održavati i pribavljati potreban kapital. Naime, banke moraju donositi odluke o iznosu kapitala, koji praktično moraju držati iz najmanje tri razloga. Kao prvo kapital banke služi kao sigurnosna supstanca u sprečavanju propasti banke, odnosno situacija u kojoj banka ne može ispuniti svoje obaveze prema štedišama i drugim poveriocima pa stoga odlazi u stečaj. Drugi razlog ogleda se u tome da kapital banke utiče na zaradu vlasnika, tj. akcionare banke. I na kraju, minimalni iznos kapitala banke (propisani minimalni bankovni kapital) određuje regulatorno telo (Mishkin 2010, 231).

Rad je strukturiran iz tri dela. U prvom delu se opisuju teorijske osnove upravljanja likvidnošću i profitabilnošću banke. U drugom delu se elaborira trenutno stanje na bankovnom tržištu u BiH u pogledu tendencije kretanja osnovnih indikatora finansijskog zdravlja. I poslednjem delu se analizira mogućnost aplikativne primene prostog regresionog modela u pogledu utvrđivanja jačine i smera veze između varijabli profitabilnosti poslovanja banke i nekvalitetnih plasmana. Na kraju se daju zaključci kao rezultati provedenog istraživanja.

2. Upravljanje likvidnošću i adekvatnošću kapitala

Likvidnost banke predstavlja njenu sposobnost kao dužnika da novčane obaveze izmiri o roku njihovog dospeća. Na sposobnost banke za izmirenje svojih obaveza, imaju uticaja, kako eksterni, tako i interni faktori. Najznačajniji faktori koji imaju uticaja na sposobnost banke su pre svega faktori ulaganja i

plasiranja sredstava, kao i konzervativni način ulaganja i plasiranja sredstava. Metod ulaganja i plasiranja sredstava polazi od činjenice da se dugoročna ulaganja i plasmani realizuju isključivo iz dugoročnih izvora sredstava, a kratkoročna ulaganja i plasmani jednim delom iz dugoročnih izvora i preostalim delom iz kratkoročnih izvora sredstava. Za razliku od metoda ulaganja i plasiranja sredstava, konzervativni metod ulaganja i plasiranja sredstava polazi od prepostavke da se ukupna ulaganja i plasmani pokrivaju iz dugoročnih izvora, dok se novčana sredstva i prenosive hartije od vrednosti pokrivaju iz kratkoročnih izvora sredstava. Likvidnost banke zavisi od stepena sinhronizovanosti novčanih tokova primanja i izdavanja novčanih sredstava. Dakle, ukoliko je dinamika priliva gotovine usklađena s dinamikom odliva sredstava radi izmirenja dospelih novčanih obaveza, onda je u bankama problem održavanja likvidnosti mnogo lakše rešiv. Cilj svake banke je dugoročno da uspostavi optimalni odnos salda gotovine u svrhu optimalnog zadovoljenja principa likvidnosti i rentabilnosti. U savremenoj bankarskoj praksi, najznačajniji modeli za optimiziranje salda gotovine su: (1) Baumolov model; (2) Miller – Orr model; (3) Beranu model; (4) Vajt (White) i Normal model. Prvi signal da je banka likvidna ogleda se u sposobnosti da svoje obaveze prema građanima na vreme izmiruje. Također, banka može da održi svoju likvidnost i preko kreditne funkcije, ali pod uslovom da sinhronizuje rokove vraćanja kredita s rokovima vraćanja depozitnog novca, te da obezbedi veće kamate po datim kreditima od kamata na deponovana novana sredstva (Vunjak, Kovačević 2011, 354 – 355).

Dogovorom bankarskih predstavnika razvijenih zemalja osnovan je Bazelski odbor za nadzor banaka (engl. *Basel Committee on Banking Supervision*).¹ Bazelskim sporazumom se zahteva da kapital banaka iznosi bar 8% njihove ponderisane rizične aktive. Usvojilo ga je 100 zemalja, uključujući i SAD. Aktiva i vanbilansne aktivnosti podeljene su u četiri kategorije, svaka sa različitim ponderom koji odražava određeni nivo kreditnog rizika. Prva kategorija nosi ponder jednak nuli i uključuje stavke za koje postoji mali rizik neplaćanja, kao što su rezerve ili državne hartije od vrednosti (razvijenih) zemalja članica Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (engl. *Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD*). Druga kategorija ima ponder od 20% i uključuje potraživanja od banaka zemalja članica *OECD*-a. Treća kategorija ima ponder od 50% i uključuje municipalne obveznice i hipoteke na nekretnine. Četvrta kategorija ima najveći ponder od 100% i uključuje ostale plasmane individualnim klijentima i poslovnim subjektima. Godine 1996. Amandmanom o tržišnom riziku određen je minimalni propisani nivo kapitala u skladu sa rizicima kojima su banke izložene po osnovu trgovanja. Sa vremenom su se pokazala ograničenja Bazelskog

¹ Ime je dobio jer se sastaje pod pokroviteljstvom Banke za međunarodna poravnanja u gradu Bazelu, u Švajcarskoj, koja je uvela tzv. Bazelski sporazum o propisanom nivou obveznog kapitala.

sporazuma jer se potencijalni rizik za banke, kako je navedeno različitim ponderima, može umnogome razlikovati od stvarnog rizika sa kojim se suočava neka banka. Rezultat svega toga je poznat kao regulacijska arbitraža. Banke u svojim knjigama drže imovinu za koju je određen isti nivo propisanog kapitala, ali je relativno riskantna, kao npr. kredit preduzeća sa slabim kreditnim rejtingom, dok izvan poslovnih knjiga drže imovinu niskog rizika, kao što je npr. kredit preduzeća sa vrlo visokim kreditnim rejtingom. Bazelski sporazum tako može dovesti do porasta izlaganja riziku, što je sasvim suprotno od njegove početne namjere. Da bi eliminisao spomenuta ograničenja, Bazelski odbor za nadzor banaka izdao je prijedloge za novi sporazum koji se često naziva Bazel II i koji se prije svega odnosi na međunarodno bankarstvo.

Evropska komisija je odredbe Bazela II prilagodila domaćim kreditnim institucijama i investicionim kompanijama u obliku Direktive o kapitalnoj adekvatnosti (engl. *Capital Adequacy Directive – CAD3*), a ostale evropske zemlje (računajući Srbiju i BiH) pokušavaju to da urade kroz svoje zakone i odluke. Evropska unija je otpočela primjenu *CAD3* u 2007., odnosno 2008. godini. U celom svetu prilagođavanje odredbama Bazela II je u toku, ili su pripreme u toku.² Donošenje Bazela II svakako predstavlja jedan od najvažnijih, ako ne i najvažniji događaj ove decenije u svjetskom bankarstvu. Najvažniji doprinosi koje Bazel II treba da omogući su: snižavanje potrebnog nivoa kapitala (ali kroz snižavanje kapitala manje rizičnih banaka, a rast kapitala rizičnih banaka), bolje upravljanje rizicima, veća finansijska stabilnost ali i bolji uslovi finansiranja za kvalitetnije klijente, a lošiji za manje kvalitetne. Glavna karakteristika Bazela II je njegova struktura koja se zasniva na tri osnovna stuba:

- I minimalni zahtev za kapitalom,*
- II proces kontrole za adekvatnošću kapitala i*
- III tržišna disciplina.*

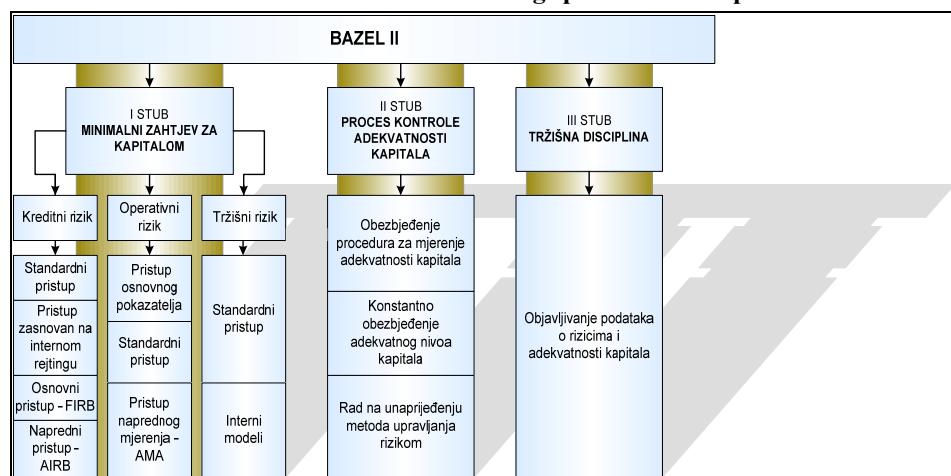
$$\frac{\text{Osnovni} + \text{Dodatni kapital}}{\text{Kreditni} + \text{Tržišni} + \text{Operativni rizik}} = \text{Kvota vlasničkog kapitala (minimalno 8%)}$$

Minimalnim zahtevom za kapitalom definisano je izračunavanje adekvatnosti kapitala, koja predstavlja odnos sopstvenog kapitala i visine rizika kojima je banka izložena, odnosno ponderisane aktive. Gornji deo razlomka ostao je isti, kao i kod Bazele I, dok je kod donjeg dela razlomka novina uvođenje operativnog rizika u kalkulaciju, kao i to da su bankama na raspolaganju sledeći modeli za izračunavanje kreditnog rizika:

² SAD su se prvo bitno odlučile za odlaganje uvođenja novog sporazuma o kapitalu, a zatim za otpočinjanje implementacije u 2007. godini uz određene modifikacije Bazele II.

- 1) Standardni pristup.
- 2) Pristup zasnovan na internom rejtingu (engl. *Internal ratings based approach – IRB*):
 - osnovni pristup (engl. *Foundations internal ratings based approach – FIRB*) i
 - napredni pristup (engl. *Advanced internal ratings based approach – AIRB*)

Slika 1 : Struktura Bazelskog sporazuma o kapitalu



Izvor: Milaković, 2004

Regulatorni okvir Bazel II koncipiran je s ciljem da spreči posledice krize. Globalna finansijska kriza iznala je na videlo nedostatke u njegovoj koncepciji, s obzirom da nije pomogao u njenom sprečavanju. Dve godine nakon kolapsa *Lehman Brothers* – a Bazelski komitet za superviziju banaka izdaje nove smernice u pogledu Bazele III – regulatornog okvira s ciljem unapređenja sposobnosti bankarskog sektora da apsorbuje šokove koji proizilaze iz finansijskih bankarskih pritisaka i uopšte upravljanja u bankama te da poveća transparentnost banaka. U cilju da kompletira principe i dodatno ojača okvir za upravljanje rizikom likvidnosti u banci, Komitet je razvio dva minimalna standarda za finansiranje likvidnosti, i to: racio pokrića likvidnosti (engl. *Liquidity Coverage Ratio – LCR*), i racio stabilnog neto finansiranja (engl. *Net Stable Funding Ratio – NSFR*). Racio pokrića likvidnosti (*LCR*) bi trebalo da obezbjedi otpornost banke na poremećaje u likvidnosti u periodu dužem od 30 dana, u pogledu visoko kvalitetne likvidne aktive koja se drži u rezervi u cilju kompenzacije neto gotovinskih odliva. Racio se utvrđuje na osnovu rezultata kratkoročnog stres scenarija koji se kreira na osnovu uslova definisanih Dokumentom o Bazel III pravilima. Racio stabilnog neto finansiranja (*NSFR*) zahtjeva minimalni iznos stabilnih izvora finansiranja u banci u odnosu na

likvidni profil sredstava, te potencijal za kontigent likvidnih sredstava po osnovu vanbilansnih obaveza u periodu dužem od godinu dana. Ovaj racio je kreiran da obezbjedi održivu ročnu strukturu sredstava i obaveza u bilansu banke (Matić, 2011a).

Ukupni regulatorni kapital po Bazelu III trebao bi da se sastoji od zbira sledećih elemenata: (1) **Nivoa 1 kapitala - Tier 1** (*engl. Going concern Capital*) koji se sastoji iz: Zajedničkog akcionarskog kapitala - Nivo 1 (engl. *Common Equity Tier 1*) i Dodatnog kapitala - Nivo 1 (engl. *Additional Tier 1 Capital*); (2) **Nivo 2 kapitala – Tier 2 Capital** (*engl. Gone concern Capital*). Naime, bitna promena u konceptu Nivoa 1 kapitala je promena u strukturi, s obzirom da Bazel III umesto koncepta osnovni kapital - Nivo 1 (Bazel II), jasna razgraničeva kategoriju Zajedničkog akcionarskog kapitala od Dodatnog kapitala u okviru Nivoa 1 kao važnost u strukturi za pokriće gubitaka u poslovanju. Zemlje članice Bazelskog komiteta počeće primenu novih standarda od 1. januara 2013. godine uz dodatak da pre toga ugrade izmenjene standarde u nacionalnu regulativu. Kapitalna adekvatnost njihovih banaka mora ispunjavati minimum na sledećim nivoima: (1) 3,5% - zajednički akcionarski kapital Nivo 1/rizikom ponderisana aktiva; (2) 4,5% - nivo 1 kapitala/rizikom ponderisana aktiva, tj. 8% ukupni kapital /rizikom ponderisana aktiva. Propisani minimum za Nivo 1 i Nivo 2 kapitala ispunjavaće će se fazno od 1. januara 2013. do 1. januara 2015. godine (Matić, 2011b). Dakle, Bazel III ističe promene, tj. nova pravila u sledeće ključne oblasti, i to: kvalitet kapitala, *leverage* odnosa i zahtjeva za likvidnošću. Bazel III predstavlja globalno jačanje kapitalnih standarda u određenim slučajevima.

3. Pokazatelji profitabilnosti i nekvalitetna aktiva

Ciljna funkcija banaka u tržišnoj ekonomiji predstavlja formiranje adekvatne stope prinosa po jedinici akcionarskog kapitala. Alternativna formulacija ciljne funkcije banaka odnosi se na to da ona nastoji da maksimizira tržišnu vrednost firme. Ako se anticipirani tokovi neto prinosa, odnosno profita banke iz budućih perioda diskontuju dobija se sadašnja tržišna vrednost banke. Dakle, ukoliko neka banka ne ostvari dovoljnu količinu profita uz primenu diskontne stope dobija se niska sadašnja tržišna vrednost, gde u konačnici dolazi do pada cene akcija posmatrane banke na sekundarnom tržištu, a što negativno utiče na ulaganje kapitala u takvu banku. Važi i obrnuto, porast tržišne cene akcija banke na tržištu kapitala deluje pozitivno na tražnju tih akcija na sekundarnom tržištu te na apsorbovanje novih kvantuma akcija na primarnom tržištu. Ostvarivanje zadovoljavajuće stope profita po jedinici akcionarskog kapitala je osnova za dalju ekspanziju banke u tržišnoj privredi. Naime, profitabilna banka povećava akcionarski kapital bilo kroz zadržavanje dela ostvarenog profita, ili kroz emisiju dodatnih akcija na primarnom tržištu. Povećanje akcionarskog kapitala neophodno je kako za rast banke, tako i zbog

institucionalnih propisanih minimalnih odnosa između visine bankarskog kapitala i visine aktive u bilansu banke (Ćirović 2001, 63).

Da bi vlasnici banke znali upravlja li se bankom dobro, potrebni su im dobri pokazatelji profitabilnosti banke. Osnovno merilo profitabilnosti banke predstavlja povrat na imovinu (engl. *return on assets – ROA*), tj. neto dobit posle oporezivanja po svakom RSD imovine:

$$ROA = \frac{\text{Neto dobit posle oporezivanja}}{\text{imovina}} \quad (1)$$

ROA nam daje informaciju o tome koliko se efikasno upravlja bankom, jer prikazuje koliko dobiti u proseku generiše svaki RSD imovine. Akcionare banke (vlasnike) najviše zanima kolika je dobit banke na njihov uloženi kapital. Ova informacija se može dobiti putem još jednog pokazatelja profitabilnosti banke, koji nosi naziv povrat na kapital (engl. *return on equity – ROE*), tj. neto dobit posle oporezivanja po svakom RSD vlasničkog kapitala banke (Mishkin 2010, 232):

$$ROE = \frac{\text{Neto dobit poslije oporezivanja}}{\text{vlasnički kapital}} \quad (2)$$

Između povrata na imovinu i povrata na uloženi kapital postoji direktna veza koja se izražava preko multiplikatora glavnice (engl. *earnings multiplier – EM*) koji predstavlja iznos imovine po jednom RSD vlasničkog kapitala:

$$EM = \frac{\text{Imovina}}{\text{Vlasnički kapital}} \quad (3)$$

U uslovima prisustva visokog bankarskog rizika, tradicionalne metode utvrđivanja profitabilnosti banke se proširuju putem metoda rizično prilagođenog povrata na kapital (engl. *Risk Adjusted Return on Capital – RAROC*), kao i putem metode dodate vrijednosti za dioničare (engl. *Shareholders Value Added – SVA*). Metod *RAROC* predstavlja prinos kapitala korigovan za rizik, dok metod *SVA* predstavlja dodatu vrijednost dioničkog kapitala. I jedan i drugi metod se zasnivaju na korištenju *CAR* modela kao merila ekonomskog nivoa kapitala banke koji se nalazi pod rizikom. Dakle, model *CAR* predstavlja poslednje utočište banke od moguće nesolventnosti. Metode *RAROC* i *SVA* u principu primenjuju skoro sve veće poslovne banke u SAD-u i Evropi. Metod *RAROC* se izračunava pomoću sledeće formule:

$$RAROC = \frac{\text{Kamatna marža} - \text{Očekivani gubici}}{\text{CAR (Ekonomski kapital banke)}} \quad (4)$$

Kamatna marža predstavlja očekivani prinos od plasiranih kredita. Ako se od kamatne marže oduzmu očekivani gubici dobija se neto kamatna margina. U praksi se obično stopa *RAROC* za konkretnе kredite uspoređuje s graničnom stopom prinosa.³ Primenom metode *RAROC* banka donosi odluku da li da odobri ili da ne odobri kreditni plasman. Uglavnom banka odobrava kreditni plasman ako je kamatna marža koja je uvećana za proviziju jednaka ili veća od stope *RAROC*. Metoda *SVA* koja pokazuje neto profit banke nakon odbitka svih troškova banke te odbitka granične stope prinosa kapitala izračunava se na sledeći način (Vunjak, Kovačević 2011, 390 – 391):

$$SVA = \text{Kamatna marža} - \text{Očekivani gubici} - CAR (25\%) \quad (5)$$

Metod *SVA* pokazuje koliki je neto porast kapitala banke iznad porasta ekonomskog kapitala (*CAR*) koji ima funkciju pokrića neočekivanih gubitaka banke. Da bi poslovna banka odobrila kreditni plasman potrebno je da pokazatelj *SVA* ima pozitivnu vrednost predstavljenu u apsolutnom iznosu. U cilju što efikasnijeg praćenja performansi i donošenja kvalitetnih odluka, menadžment banke treba da komparira svoje pokazatelje profitabilnosti s određenim pokazateljima kontrolne grupe banaka, te sa pokazateljima koje je banka ostvarila u prethodnim vremenskim periodima od 3 do 5 godina. Poređenje tekućih pokazatelja profitabilnosti s pokazateljima iz prethodnog vremenskog perioda vrši se s ciljem utvrđivanja razvojnog trenda banke, tj. utvrđivanja razvojnih banke u određenom vremenskom periodu.

Stopu rizičnosti aktive banke po njenim pojedinim elementima i elementima vanbilansne evidencije propisuje centralna banka. Prvi uslov usklađenog obima poslovanja banke, odnosi se na usklađen odnos između kapitala banke i iznosa rizične aktive banke. Ukupna aktiva predstavlja broj svih bilansnih pozicija aktive iz propisanog obrasca bilansa stanja (BS) i prikazana je na neto osnovi, što znači da je umanjena za rezerve za potencijalne gubitke.⁴ Za razliku od ukupne aktive prosečna aktiva je prosečno stanje aktive u posmatranom periodu. Prosječna aktiva u prvom tromesečju predstavlja prosek mesečnih stavki aktive za prva tri meseca, u drugom tromesečju za prvih šest meseci u trećem tromesečju za prvi devet meseci i u četvrtom tromesečju za prosek mesečnih stanja aktive za celu godinu. Rizikom ponderisana aktiva predstavlja zbir množenja odgovarajućih stopa (pondera) rizika i stavki aktive, odnosno kreditnih ekvivalenta izvanbilansnih stavki izloženih riziku.

Nekvalitetnom aktivom smatraju se stavke aktive kada su glavnica i/ili kamata dospele i nisu naplaćene duže od 90 dana od dana njihovog inicijalnog

³ Predstavlja najnižu stopu prinosa za akcionarski kapital koju traže akcionari banke.

⁴ Rezerve za potencijalne gubitke sastoje se od opštih i posebnih rezervi za kreditne gubitke, gubitke po poslovima lizinga i gubitke po dospelim potraživanjima i od opštih i od posebnih rezervi za ostale stavke aktive bilansa.

ugovorenog dospeća, odnosno kada su klasifikovane u kategorije C, D i E, ili kada su obaveze korisnika po kamati za koje je dužnik, tj. korisnik zakasnio sa plaćanjem duže od 90 dana od njihovog inicijalnog ugovorenog roka. Aktivu banke izloženu kreditnom riziku, čine sledeće stavke: 1) u bilansu banke: krediti, pozajmice, avansi, ulaganja, odnosno investicije, dužničke hartije od vrednosti, potraživanja po međubankarskim saldima i sve druge stavke kod kojih je banka izložena riziku nemogućnosti naplate i 2) u izvanbilansi banke: izdate garancije, izdata ostala jemstva, akreditivi, neopozivo odobreni još neiskorišteni krediti, i sve druge stavke koje predstavljaju potencijalne obaveze banke (Alihodžić, 2012).

Za opšti kreditni rizik (OKR) i potencijalne kreditne gubitke (PKG), banka formira rezerve za kreditne gubitke (RKG), koje kada se za to steknu uslovi služe za otpis loše klasifikovane aktive, delimično ili pak u celini. Rezerve za kreditne gubitke formirane za stavke aktive klasifikovane kao kategorija "A" čine opšte rezerve za kreditne gubitke (ORKG), a rezerve za kreditne gubitke formirane za stavke aktive klasifikovane kao kategorija B, C, D i E čine posebne rezerve za kreditne gubitke (PRKG). Banke vrše klasifikaciju aktive u pet kategorija i u skladu s tim rezervisanja za svaku kategoriju, što ilustruje sledeća tabela.

Tabela 1: Klasifikacija bilansnih pozicija aktive

Kategorija aktive	Vrsta aktive	% rezervi
Kategorija "A"	Dobra aktiva	2% ORKG za OKG
Kategorija "B"	Aktiva sa posebnom napomenom	5% - 15% PPKG za PKG
Kategorija "C"	Poststandardna aktiva	16% - 40% PRKG za PKG
Kategorija "D"	Sumnjiva aktiva	40% - 60% PRKG za PKG
Kategorija "E"	Gubitak	100% PRKG za PKG

Izvor:http://www.cbbh.ba/files/obrasci/sfsi/fsi_instruction_bs.pdf (Pristup: 4.8.2013.)

U skladu sa Odlukom o izmjeni Odluke o minimalnim standardima za upravljanje kreditnim rizikom banke u Republici Srpskoj su od 31.12.2010. godine dužne da redovno obračunavaju RKG za procenjene gubitke koji mogu nastati prema osnovu stavki aktive koje se klasifikuju. Nekvalitetni krediti su krediti koji su klasifikovani u kategorije C, D i E, odnosno krediti čija dospela glavnica i/ili kamata nije naplaćena duže od 90 dana od dana njihovog ugovorenog dospjeća ili krediti kod kojih su obaveze po kamati koja nije naplaćena u tom periodu kapitalizirane. U skladu sa Odlukom o izmjeni Odluke o minimalnim standardima za upravljanje kreditnim rizikom banke u Republici Srpskoj su sa 31.12.2010. godine dužne da kredite klasificirane u E kategoriju iskazuju u bilansu stanja sve do konačnog otpisa ili naplate.

3.1. Tendencija kretanja indikatora finansijskog zdravlja na bankarskom tržištu u BiH

Stanje u bankarskom sektoru je znatno izmjenjeno u odnosu na prethodne periode. Slaba domaća potražnja u 2012. godini, kao i dosta nizak očekivani rast u narednim periodima uzrokovali su niz lančanih reakcija koje su u konačnici uticale na povećanje sistematskog rizika. Promene u bankarskom sektoru u odnosu na raniji period su pre svega posledica: trendova u makroekonomskom okruženju, reakcije banaka na promene u okruženju u pogledu promena u politikama banaka u vezi s načinom finansiranja, kao i regulatornih izmena. Naime, na osnovu kombinacije učinaka svih pomenutih faktora, standardni set pokazatelja zdravlja bankarskog sistema ukazuje na veći nivo kapitaliziranosti i niži sistematski rizik. Slaba ekonomska aktivnost u zemlji od polovine 2009. godine u velikoj meri je smanjila raspoloživi dohodak stanovništva, gde su se direktnе posledice po bankarski sistem odrazile na slabljenje potražnje za dugoročnim kreditima, te pogoršanja u kvaliteti portfolija banaka (Centralna banka BiH 2012, 52). Tabela u nastavku teksta ilustrije tendenciju kretanja finansijskih indikatora stabilnosti bankarskog sistema u BiH (osnovni kapital prema rizikom ponderisanoj aktivi, neto kapital prema rizikom ponderisanoj aktivi, nekvalitetna aktiva prema ukupnoj aktivi, povrat na prosečnu aktivu i povrat na prosečni akcionarski kapital) za period: 2006 – Q1/2013.

Tabela 2 : Finansijski indikatori stabilnosti bankarskog sektora u BiH za period: 2006. Q1/2013.

Godine	Osnovni kapital prema rizikom ponderisanoj aktivi	Neto kapital prema rizikom ponderisanoj aktivi	Nekvalitetna aktiva prema ukupnoj aktivi	Povrat na prosečnu aktivu (ROAA)	Povrat na prosečni akcionarski kapital (ROAE)
2006.	13,62	17,68	2,47	0,87	8,42
2007.	12,60	17,14	1,82	0,87	8,95
2008.	12,01	16,26	2,16	0,41	4,34
2009.	12,39	16,07	3,90	0,08	0,84
2010.	n/a	16,17	8,10	-0,60	-5,49
2011.	13,57	17,07	8,79	0,70	5,90
2012.	n/a	16,41	10,26	0,86	6,99
Q1/2013.	14,58	17,24	10,60	0,26	2,01

Izvor: <http://www.cbbh.ba/index.php?id=618&lang=hr> (Pristup: 2.8.2013.)

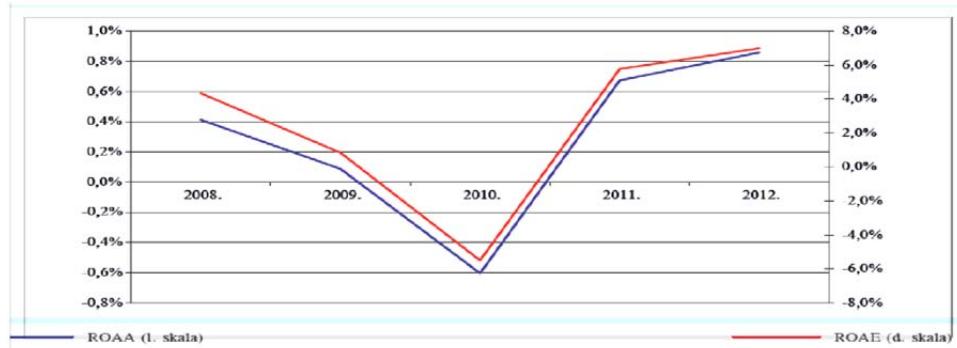
Iz prethodne tabele se jasno vidi da je najniža vrednost povrata na prosečnu aktivu (ROAA) ostvarena u 2010. godini (-0,60%) što predstavlja relativno smanjenje za oko 0,7 procenatnih poena u odnosu na kraj prethodne godine.

Takođe, i povrat na prosečni akcionarski kapital (ROAE) je u 2010. godini za celokupni bankarski sistem iznosio (-5,5%) što predstavlja relativno smanjenje za 6,3 procentna poena u odnosu na kraj 2009. godine. Naime, bankarski sektor u BiH je bio pod uticajem ekonomске krize i recesije, što se u konačnici reflektovalo i na pad profitabilnosti u 2010. godini. Takođe, i nekvalitetna aktiva prema ukupnoj aktivi je u 2010. godini imala linearnu tendenciju kretanja s pokazateljima profitabilnosti te naglo povećanje vrijednosti u odnosu na 2006. godinu kada je iznosila 2,47%. Dakle, kvalitet aktive banaka u 2010. godini je nastavio da se pogoršava pre svega zbog rasta nenaplativih potraživanja, kao i zbog izmene regulative u Republici Srpskoj po kojoj sa 31.12.2010. u bilansu stanja je prenešena ranije otpisana aktiva kvalificirana kao „E“ - gubitak u poslovnim bankama u Republici Srpskoj.⁵ Udeo nekvalitetne aktive u ukupnoj aktivi porastao je sa 3,90% na kraju 2009. godine na 8,10% na kraju 2010. godine. Pokazatelji profitabilnosti u 2011. godini ukazuju na vidno poboljšanje u odnosu na isti period u 2010. Povrat na prosečni akcionarski kapital je sa (-5,5%) u 2010. godini povećan na 5,9% na kraju 2011. godine, gde su najveće vrednosti ovog koeficijenta zabeležene kod banaka u stranom vlasništvu (6,4%), dok je kod banaka u domaćem vlasništvu iznosio (2,1%). Za razliku od povrata na prosečni akcionarski kapital, pokazatelj ROAA je povećan sa (-0,60%) na kraju prethodne godine na 0,70% na kraju 2011. Vrednost pokazatelja ROAA za banke u stranom vlasništvu je iznosila 0,70%, dok je za banke u većinskom domaćem vlasništvu iznosila 0,40%.

Ovo poboljšanje u rezultatima poslovanja u poređenju s prethodnom godinom je pre svega posledica veće kreditne aktivnosti, te delimično prevaziđenih problema iz perioda recesije. Za razliku od pokazatelja profitabilnosti, nekvalitetna aktiva klasifikovana u kategorije rizika C, D i E povećala se za 10,9% u odnosu na kraj 2010. godine. S obzirom da je najznačajnija stavka ukupne aktive kreditni portfolio, onda najznačajniji dio nekvalitetne aktive čine nekvalitetni krediti čiji je udeo iznosio 93,6% u nekvalitetnoj aktivi na kraju 2011. godine. U 2012. godini pokazatelj ROAE je također povećan sa 5,90% u 2011. na 6,99% na kraju 2012. godine, gde je najveća vrednost ovog koeficijenta zabeležena kod banaka u stranom vlasništvu (7,64%), dok je kod banaka u domaćem vlasništvu iznosio 2,53%. Za razliku od ROAE pokazatelja, povrat na prosječnu aktivu povećan je sa 0,70% na kraju prethodne godine, na 0,86% na kraju 2012. godine. U prvom kvartalu 2013. godine rast nekvalitetnih kredita je kod dva sektora s najvećim učešćem, i to kod sektora proizvodnje (4%) ili 10 miliona KM, tj. povećanje učešća sa 15,9% na 16,6% te kod trgovine za 1%, odnosno 4 miliona KM, što predstavlja povećanje učešća za 0,3 procentna poena. Grafikon u nastavku ilustruje kretanje pokazatelja profitabilnosti - ROAE i ROAA za period: 2008 – 2012.

⁵ Nekvalitetna aktiva se najvećim delom sastoji od nekvalitetnih kredita koji imaju kašnjenje u otplati i negativno utiču na kreditni portfolio banaka.

Grafikon 1: Kretanje pokazatelja profitabilnosti bankarskog sektora u BiH za period: 2008 – 2012.



Izvor: http://www.cbbh.ba/files/godisnji_izvjestaji/2012/GI_2012_hr.pdf, Godišnje izvještaj, 2012, str. 91 (Pristup: 4.8.2013.)

3.2. Podaci i regresiona analiza

Kvaliteta aktive u zadnjem kvartalu 2012. godine počela se pogoršavati, gde je rezultat za celu godinu zabeležio relativno povećanje nekvalitetne aktive za 1,4% u odnosu na prethodnu godinu. Pre svega, na pogoršanje kvaliteta aktive je uticalo povećanje nekvalitetnih kredita u kreditnom portfoliju, a što ilustruje tabela u nastavku.

Tabela 3: Struktura kredita prema kvaliteti aktive

Godina	A	B	C	D	E	Nekvalitetni krediti (C – E)
2011.	76,6%	11,6%	3,3%	3,4%	5,1%	11,8%
2012.	76,8%	10,0%	3,5%	4,0%	5,6%	13,2%

Izvor: http://www.dep.gov.ba/dep_publikacije/ekonomski_trendovi/Archive.aspx?langTag=bs-BA&template_id=140&pageIndex=1, Godišnji izvještaj, 2012, str. 30.

Plasirani krediti u 2012. godini činili su 66,7% ukupne aktive bankarskog sektora, što ukazuje na činjenicu da se BiH banke skoro pa isključivo bave tradicionalnim bankarskim poslovima ne ulazeći preterano u druge poslove modernog bankarstva, kao što je trgovanje hartijama od vrednosti te investicijskim bankarstvom. Odnos bankarskih kredita i BDP-a privatnom sektoru u 2012. godini iznosio je 51,8%, dok je odnos ukupne bankarske aktive i BDP-a iznosio 80,4%, te su skoro slični pokazatelji iz 2011. godine (DEP 2012, 30).

U regresionom modelu koji će biti predmet analize pratićemo uzajamnu povezanost i uslovljenošću kretanja nekvalitetnih kredita prema ukupnoj aktivi i povrata na prosečnu aktivu u bankovnom sektoru BiH, za period: 2006 –

Q1/2013. Pomoću modela jednostavne linearne regresije analizira se veza između samo dva parametra. Jednačina datog modela ima sledeći oblik:

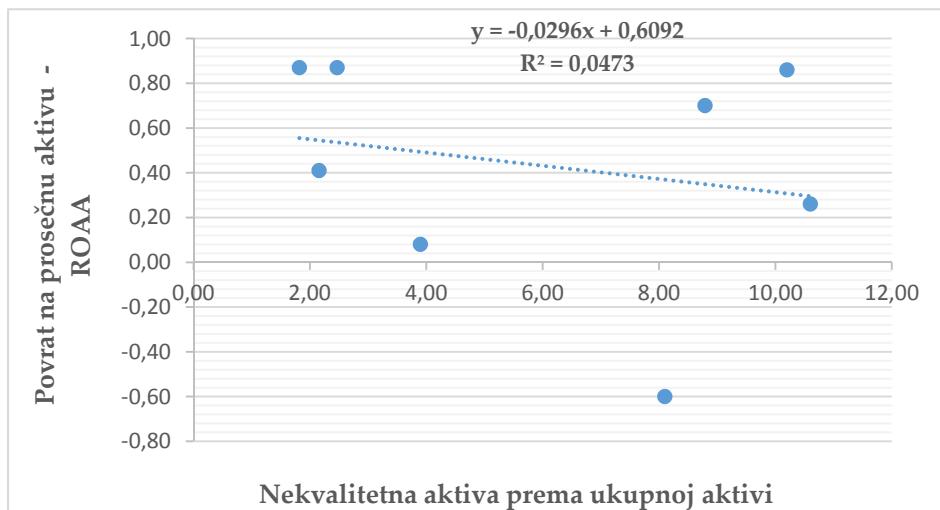
$$Y_i = \alpha + \beta X_i + \varepsilon_i \quad (6)$$

gde je: Y – zavisna varijabla, u našem slučaju povrat na prosečnu aktivu/povrat na prosečni akcionarski kapital, X – nezavisna varijabla, tj. nekvalitetni aktiva/krediti prema ukupnoj aktivi, α i β su nepoznati parametri koje je potrebno proceniti, i ε – predstavlja stohastičku varijablu koja se odnosi na nesistematske uticaje na zavisnu varijablu i naziva se greškom relacije.

3.3. Rezultati istraživanja

Regresiona jednačina se bazira na empirijskim podacima, gde rešenjem jednačine možemo zaključiti kako će promena u kretanju nekvalitetnih kredita prema ukupnoj aktivi imati implikacije na povrat na prosečnu aktiju u smislu njenog povećanja ili smanjenja. Grafikon u nastavku ilustruje linearni regresioni pravac između nekvalitetne aktive i povrata na prosečnu aktivu za period: 2006 – Q1/2013.

Grafikon 2: Prosti linearni regresioni pravac između nekvalitetne aktive i povrata na prosečnu aktivu na bankovnom tržištu u BiH za period: 2006 – Q1/2013.



Izvor: Proračun autora

Na osnovu dijagrama rasipanja, tj. koeficijenta korelacije ($r=-0,2175$) da se zaključiti da između navedenih varijabli postoji statistička povezanost negativnog smera, tj. da će povećanje iznosa nekvalitetnih kredita uticati na

smanjenje povrata na prosečnu aktivu (ROAA). Empirijski odnos $F = 52,39$ (tabela 4) svakako pokazuje da je regresioni model statistički značajan. Koeficijent determinacije iznosi $r^2 = 0,04372$ odnosno modelom je protumačeno 4,37 % odstupanja. Na osnovu navedenih parametara, kao i pokazatelja regresione analize može se zaključiti da je primjenjeni model s statističkog gledišta poprilično dobrih svojstava.

Tabela 4 : Pearsonov koeficijent korelacije između nekvalitetne aktive i povrata na prosječnu aktivu na bankovnom tržištu u BiH za period: 2006 – Q1/2013.

	<i>Parametar 1</i>	<i>Parametar 2</i>
Srednja vrednost	6,510	0,368571
Varijansa	14,30023	0,272948
Broj opservacija	7	7
Df pokazatelj	6	6
Pearson koeficijent korelacije	-0,21755	
Kovarijansa	-0,37079375	
Korelacija	-0,2175486	
Determinacija	0,04732740	
T – Test	4,015917	

Jednostavna linearna regresija - Negrupisani podaci

	Vrednost	Standardna greška	T – Test
Beta	0,459148482	0,45437523	1,010505
Elastičnost	-0,013913526	0,061470885	-0,22634

Jednostavna linearna regresija - Analiza varijanse

ANOVA	DF	Suma najmanjih kvadrata	Srednja vrednost najmanjih kvadrata
Regresija	1	0,016609967	0,01661
Rezidualna vrednost	5	1,621075747	0,324215
Ukupno	6	1,637685714	
F – Test	52,39186		

Izvor: Proračun autora

Regresiona jednačina je jednaka:

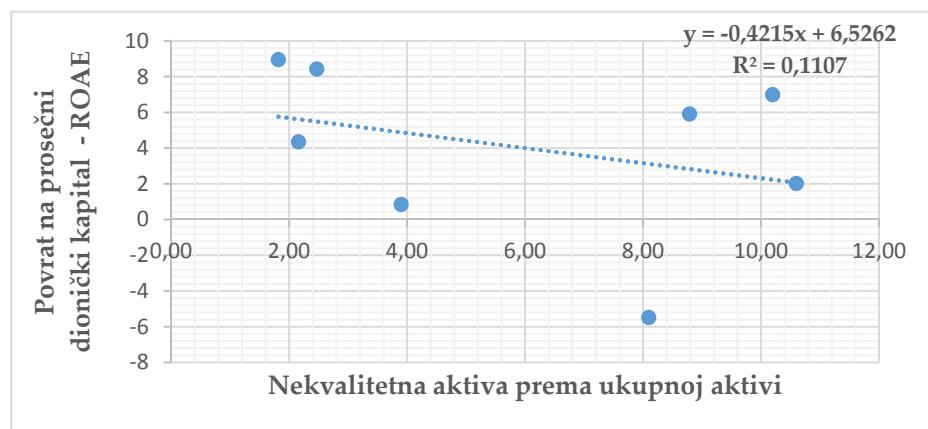
$$Y = -0,0296 X + 0,6092$$

$$R^2 = 0,0473$$

Prema prethodnoj jednačini, ako se poveća parametar nekvalitetnih kredita za 1%, parametar povrat na prosečnu aktivu će se smanjiti u proseku za oko 0,03 procentna poena. Procena parametra je statistički precizna. Dakle, analiza odnosa parametara nekvalitetne aktive i povrata na prosečnu aktivu na bankovnom tržištu u BiH, i na osnovu primjenjenog modela i datih podataka pokazala je da između navedenih parametara postoji čvrsta statistička nelinearna povezanost u negativnom smjeru.

U nastavku teksta sledi regresioni model gde analiziramo međuzavisnost nekvalitetne aktive i povrata na prosečni akcionarski kapital na bankovnom tržištu u BiH. Cilj je da se utvrdi u kojoj meri nekvalitetni krediti utiču na pad povrata na prosečni akcionarski kapital na bankovnom tržištu u BiH. Dakle, analizira se odnos zavisne varijable povrata na prosečni akcionarski kapital (Y) i nezavisne varijable nekvalitetne aktive (X). U analizi se primjenjuje model jednostavne regresije, gdje u nastavku slijedi dijagram rasipanja s ucrtanim regresionim pravcem.

Grafikon 3: Prosti linearni regresioni pravac između nekvalitetne aktive i povrata na prosečni akcionarski kapital na bankovnom tržištu u BiH za period: 2006 – Q1/2013.



Izvor: Proračun autora

Empirijski odnos $F = 1,61$ (tabela 5) svakako pokazuje da je regresioni model statistički značajan. Koeficijent determinacije iznosi $r^2 = 0,11065$ odnosno modelom je protumačeno 11,06 % odstupanja. Na osnovu navedenih parametara, kao i pokazatelja regresione analize može se zaključiti da je primjenjeni model s statističkog gledišta poprilično dobrih svojstava.

Tabela 5: Pearsonov koeficijent korelacije između nekvalitetne aktive i povrata na prosečni akcionarski kapital (ROAE) na bankovnom tržištu u BiH za period: 2006 – Q1/2013.

	<i>Parametar 1</i>	<i>Parametar 2</i>
Srednja vrednost	3,362857	6,51
Varijansa	23,05539	14,30023
Broj opservacija	7	7
Df pokazatelj	6	6
Pearson koeficijent korelacije	-0,22314	
Kovarijansa	-5,273375	
Korelacija	-0,332642088	
Determinacija	0,110650759	
T – Test	1,234968	

Jednostavna linearna regresija - Negrupisani podaci

	Vrednost	Standardna greška	T – Test
Beta	5,207327	4,091517	1,272713
Elastičnost	-0,28333	0,553528	-0,51186

Jednostavna linearna regresija - Analiza varijanse

ANOVA	DF	Suma najmanjih kvadrata	Srednja vrednost najmanjih kvadrata
Regresija	1	6,887721	6,887721
Rezidualna vrednost	5	131,4446	26,28892
Ukupno	6	138,3323	
F – Test		1,612239	

Izvor: Proračun autora

Regresiona jednačina je jednaka:

$$Y = -0,4215 X + 6,5262$$

$$R^2 = 0,1107$$

Prema prethodnoj jednačini, ako se poveća parametar nekvalitetnih kredita za 1%, parametar povrat na prosečni akcionarski kapital će se smanjiti u proseku za oko 0,41 procenata poena. Takođe, analiza odnosa parametara nekvalitetne aktive i povrata na prosečni akcionarski kapital na bankovnom tržištu u BiH, pokazala je da između navedenih parametara postoji čvrsta statistička negativna veza nelinearnog smera.

4. Zaključak

Najznačajniji zadatak banke je da ublaži nepredvidive gubitke u poslovanju banke te da time stvori poverenje najšire javnosti u vezi poslovne sposobnosti i efikasnosti banke. Mogućnost banke da se efikasno suprostavi nepredviđenim poslovnim gubicima zavisi pre svega od obima i strukture kapitala banke, kao i profitabilnosti. Ukoliko se uporedi koliki je značaj kapitala banke za klijenta banke, a koliki za samu banku, onda se dolazi do zaključka da je taj značaj mnogo veći za banku iz prostog razloga što je kapital više izložen rizičnom poslovanju. Takođe, ne treba ispustiti izvida da između pokazatelja stope profitabilnosti i stope kapitala postoji uska povezanost. Adekvatna stopa kapitala banke u svakom slučaju podržava stopu profitabilnosti, kao i obrnuto. Ukoliko se banka opredeli na rast stope kapitala, u tom slučaju ona široj javnosti prezentira svoju finansijsku snagu, mobilnost, kredibilitet, te efektuiranje uz rast stope profitabilnosti.

Kako je poslovanje bankarskog sektora u poslednje četiri godine pod jakim uticajem ekonomске krize, tj. nepovoljnih makroekonomskih i finansijskih kretanja, kako u zemljama evrozone, tako i u zemljama u neposrednom okruženju, dato stanje se reflektiralo i na ukupan realan sektor BiH ekonomije. Adekvatnost kapitala bankarskog sektora održana je kontinuirano iznad 16%, gdje je poslednje dve godine iznosila 17%, odnosno 17,4%. Naime, glavni razlog datog stanja je s jedne strane stagnacija kreditnog rasta, te pad ukupnih ponderisanih rizika, a s druge strane banke su zadržale najveći deo ostvarene dobiti u prethodnim godinama u kapitalu, te je stoga nekoliko banaka dodatnim kapitalnim injekcijama poboljšalo nivo kapitaliziranosti.

U ovom radu se razmatrao uticaj, odnosno međuzavisnost u kretanju nekvalitetne aktive s pokazateljima profitabilnosti za period: 2006 - Q1/2013. Rezultati analize su pokazateli da između pokazatelja nekvalitetnih kredita i prosečnog povrata na aktivu postoji nelinearno kretanje suprotnog predznaka, odnosno da povećanje nekvalitetnih kredita direktno utiče na pad povrata na prosečnu aktivu, kao i na pad povrata na prosečni akcionarski kapital. Kao što je i rečeno na pogoršanje kvaliteta aktive je uticalo povećanje nekvalitetnih kredita u kreditnom portfoliju. Dakle, problemi vezani za porast nekvalitetnih plasmana, kao i deo koji nije pokriven rezervama za kreditne gubitke u narednom periodu može značajno uticati na slabljenje kapitalne osnove kod određenog broja banaka ukoliko se nastave negativni trendovi u kvaliteti aktive te pogorša rast nenaplativih plasmana.

Literatura

- Alihodžić, A. (2012) *Chesserov credit scoring model*, Časopis: Banke u BiH, Sarajevo, broj: 136., str. 44 – 45.
- Agencija za bankarstvo Federacije BiH, (2012) *Informacija o bankarskom sistemu FBiH*, Dostupnona:http://www.fba.ba/images/Publikacije_Banke/INFORAMCIJA_BA_NKARSKI_SISTEM_31_12_2012_bos.pdf
- Croxford, H.Abramson F. Jablonowski, A.,(2005) *The Art of Better Retail Banking*, John Wiley&Sons LTD, Chichester UK.
- Centralna banka BiH, (2012) *Izvještaj o finansijskoj stabilnosti*, Dostupno na: http://www.cbbh.ba/files/financial_stability_report/fsr_2011_hr.pdf
- Ćirović, M. (2001) *Bankarstvo*, Bridge Company, Beograd.
- Direkcija za ekonomsko planiranje BiH, (2012) *Ekonomski trendovi, Godišnji izvještaj, 2012*,Dostupnona:http://www.dep.gov.ba/dep_publikacije/ekonomski_trendovi/Archive.aspx?langTag=bsBA&template_id=140&pageIndex=113.
- Erić , D., Đukić, M. (2012) *Finansijska tržišta u uslovima krize*, Institut ekonomskih nauka, Beogradska bankarska akademija – Fakultet za bankarstvo, osiguranje i finansije, Beograd.
- Greuning, H. V., Bratanović, S. B. (2009) *Analyzing Banking Risk: A Framework for Assessing Corporate Governance and Risk Management*, The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, Washington.
- Matić, V. (2011a) *Bazel III - Uvođenje standarda opšte likvidnosti*,Beograd, Časopis: Bankarstvo, broj: 3-4., str. 160. Dostupno na: http://www.ubs-asb.com/Portals/0/Casopis/2011/3_4/B03-04-2011-Ekoleks.pdf.
- Matić, V. (2011b) *Bazel II Izmenjeni koncept kapitala*,Beograd, Časopis: Bankarstvo, broj: 7-8., str. 174-176. Dostupno na: http://www.ubs-asb.com/Portals/0/Casopis/2011/7_8/UBS-Bankarstvo-07-08-2011-Ekoleks.pdf.
- Mishkin, F. S. (2010) *Ekonomija novca, bankarstva i financijskih tržišta*, MATE doo Zagreb.
- Milaković, N. (2004) *Bazel II aktuelan i pored odlaganja – Projekat međunarodnog sporazuma o vlastitom kapitalu banke*, Paragraf Press, broj 197. str. 45.
- Newbold, P., Carlson, L.W., Thorne, B. (2010) *Statistika za poslovanje i ekonomiju*, MATE – Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, šesto izdanje.
- Vunjak, N., Kovačević, Lj. (2011) *Bankarstvo: Bankarski menadžment*, Ekonomski fakultet Subotica – Internacionalni Univerzitet Travnik – Proleter ad Bečeј.
- Vunjak, N., Ćurčić, U., Kovačević, Lj. (2008) *Korporativno i investiciono bankarstvo*, Proleter ad Bečeј – Ekonomski fakultet Subotica - BLC Banja Luka Colege.

ANALYSIS OF NON-PERFORMING LOANS MOVEMENT AND PROFITABILITY OF THE BANKING MARKET IN BH

Abstract: The main motive of business operations of any bank is to achieve the highest profit possible and utilise it to increase dividends to shareholders, as well as to create conditions to increase their financial and credit potential by reinvesting in shares. The most important quality indicator of a loan portfolio is the share of non-performing loans to total operating assets and liabilities. In the first quarter of 2013, a trend of increasing non-performing loans in the legal entities sector increased by 2.6%, while there was stagnation with the population, i.e. slight decrease. The main objective of this paper is to examine the impact of the global financial crisis on the movement tendency of non-performing loans in the banking market in B&H, and their interdependence with the movement of profitability indicators by a simple regression equation.

Keywords: non-performing assets, return on average equity, return on average assets, regression analysis.



TRGOVINSKI MENADŽMENT U SAVLAĐIVANJU TAJNI ODRŽIVOOG RAZVOJA

Svetlana Sokolov Mladenović

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Srbija

svetlana.sokolov@eknfak.ni.ac.rs

Sreten Ćuzović

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Srbija

sreten.cuzovic@eknfak.ni.ac.rs

UDK

005:339:

502.131.1

Pregledni rad

Apstrakt: Trgovina, posebno maloprodaja, ima važnu ulogu u povezivanju proizvođača, potrošača, ali i zaposlenih i društvene zajednice u celini. U razvijenim tržišnim privredama, trgovina preuzima lidersku poziciju u kanalima marketinga. Sa te pozicije, trgovina ima dobar uvid u promene koje se javljaju u proizvodnji, potrebama potrošača i zahtevima društva. Imajući u vidu ove promene trgovina ide u pravcu kreiranje konkurenatske prednosti u skladu s načelima održivog razvoja, što otvara mogućnosti primene ovog koncepta u trgovini. Cilj ovog rada jeste da istraži mogućnosti implementacije koncepta održivog razvoja u trgovini i trgovinskom menadžmentu. Polazna hipoteza u radu jeste da trgovinske kompanije posluju u skladu sa načelima održivog razvoja. Testiranje hipoteze vršiće se iz tri ugla. Istraživanje ćemo započeti analizom koncepta održivog razvoja. Drugo, predmet posebne analize u radu biće sadržaj koncepta održivog razvoja u trgovini i maloprodaji, kao i elementi od uticaja na održivost poslovanja trgovinskih kompanija. Pri tome, predmet analize biće prvih deset trgovinskih kompanija sa liste 250 najvećih trgovinskih kompanija na svetu i njihov sadržaj koncepta održivog razvoja. Imajući u vidu dobijene rezultate istraživanja koncepta održivog razvoja u ovim kompanijama, može se očekivati da će trgovina svoju poslovnu filozofiju bazirati na eko-marketingu uz prihvatanje eko-menadžmenta. To znači da će opstanak na tržištu osigurati one kompanije koje su u mogućnosti ponuditi proizvodi koji ne zagadjuju okolinu i koji nose oznaku „eko“, „bio“ ili „prirodno“. Treće, predmet istraživanja biće i instrumenti koje trgovinske kompanije koriste za ostvarivanje ciljeva održivog poslovanja. Svi ovi aspekti istraživanja koncipirani su na način da se realizuje postavljeni cilj i testira polazna hipoteza u radu.

Primljenio:

20.06.2014.

Prihvaćeno:

10.10.2014.

Ključne reči: trgovina, održivi razvoj, trgovinske kompanije, ekološka, ekonomska, društvena dimenzija.

¹ Rad predstavlja deo istraživanja na Projektu br. 179081 koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije

Uvod

Koncept održivog razvoja na značaju dobija poslednjih deset do petnaest godina, posebno kada problemi okruženja postaju ozbiljniji, a potrošači sve probirljiviji i usmereni na eko-proizvode. Brojni faktori, kao što su povećanje svesnosti potrošača, donošenje nove zakonsko-pravne regulative, razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija i povećana pažnja od strane medija, uticali su da trgovinske kompanije povećaju interes za okruženje, kao i ekonomski i socijalni uticaj svojih aktivnosti. Praksa pokazuje da vodeće trgovinske kompanije imaju ključnu ulogu u promovisanju koncepta održivog razvoja, posebno zbog njihove uloge intermedijatora između proizvođača i potrošača. S druge strane, teorijsko-empirijska istraživanja govore da trgovina ima mogućnost da utiče na proces proizvodnje i obrazac potrošnje, ali i da podstiče proizvođače u favorizovanju potreba potrošača koje u prvi plan stavljaju koncept održivosti. Sve je to uslovilo da mnoge liderske trgovinske kompanije pokažu spremnost da redovno izveštavaju javnost o održivosti svog poslovanja, da demonstriraju svoje interesovanje za zaštitu životne sredine, zaposlene i društvo u celini, da promovišu transparentnost svojih poslovnih aktivnosti, bolje upravljuju rizikom i povećaju vrednost brenda i svoje tržišno učešće. Prekretnicu u razvoju ovih aktivnosti čini strategija „Ka održivosti u maloprodaji“ usvojena od strane Britanskog konzorcijuma maloprodaje (British Retail Consortium-BRC), a koja ističe da trgovinski sektor igra aktivnu ulogu u nacionalnoj i međunarodnoj inicijativi o održivosti. Osim toga, vizija ove institucije je održivost trgovinskog sektora koji se promoviše kao konkurenčni sektor koji brine o svojim zaposlenima i društву u celini, povećava ekološke performanse i obazrivo koristi prirodne resurse. Sam koncept održivog razvoja dobija na značaju kada svet postaje svestan štetnih konsekvenci ljudskih aktivnosti na budućnost planete. Nažalost, mnoge kompanije postaju svesne koncepta održivog razvoja kada je njihova reputacija dovedena u pitanje usled poslovanja suprotno ovom konceptu. Imajući u vidu ove činjenice, cilj rada je da ukaže na značaj primene koncepta održivog razvoja u trgovini. U skladu sa ovako postavljenim ciljem istraživanja, u radu će biti testirana hipoteza da trgovinske kompanije svoje poslovanje baziraju na principima održivog razvoja. Druga hipoteza koja će biti testirana jeste da koncept održivog razvoja ima pozitivan uticaj na uspeh u poslovanju trgovinskih kompanija, posmatrano na određenom uzorku istraživanja. Iz tog razloga, predmet analize biće deset vodećih kompanija sa liste 250 najvećih trgovinskih kompanija na svetu, posmatrano po obimu prodaje, odnosno njihove aktivnosti u implementaciji koncepta održivog razvoja.

1. Teorijski aspekti koncepta održivog razvoja

Hronološki posmatrano, koncept održivog razvoja može se pratiti od trinaestog veka. Međutim, u literaturi iz oblasti zaštite životne sredine pojavio se sedamdesetih godina prošlog veka, i od tada do danas permanentno privlači pažnju velikog broja istraživača (Jones, Comfort, Hillier, 2011, str. 257). Definisanje koncepta održivog razvoja predmet je brojnih teorijsko-empirijskih istraživanja, pre svega, zbog činjenice da je veliki broj istraživača radio na definisanju ovog fenomena, što je dovelo do toga da postoji onoliki broj definicija koliki je i broj istraživača koji se bavio ovom problematikom.

Najčešće navodena definicija koncepta održivog razvoja je ona koja je data od strane Svetske komisije za životnu sredinu i razvoj (1987, str. 43), po kojoj je to „razvoj koji omogućava zadovoljavanje potrebe sadašnjih bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe“. Uočava se da ova definicija naglašava dugoročni aspekt koncepta održivosti i uvođenje etičkih principa u postizanju jednakosti između sadašnjih i budućih generacija.

Sa implementacijom koncepta održivog razvoja u praksi, javila se potreba da se ovom konceptu pristupi na sveobuhvatniji način. Tako su se razvili pristupi koji održivi razvoj posmatraju s aspekta realizacije socijalnih i ekoloških ciljeva. Jedan od ovih pristupa razvili su istraživači Callicott i Mumford (1997, str. 32) po kojima „održivi razvoj podrazumeva zadovoljavanje ljudskih potreba bez ugrožavanja zdravlja ekosistema“. Sličan pristup, uvođenjem ekološke komponente, uočava se i u definiciji Suttona (2004, str. 1) po kome je „održivi razvoj sposobnost da se održe stvari ili osobine koje se vrednuju u fizičkom okruženju“. S druge strane, fokus na socijalnu komponentu održivog razvoja preovladava u stavovima istraživača Daunceya (2009, str. 1) koji ističe da „održivi razvoj treba da omogući generacijama ljudi da ostvaruju socijalnu dobrobit, dinamičnu privredu i zdravu životnu sredinu bez ugrožavanja potreba budućih generacija da ove potrebe ostvaruju na isti način“.

Ovakav pristup definisanju koncepta održivog razvoja uticao je i na to da se napravi distinkcija između tzv. „slabog“ i „jakog“ koncepta održivog razvoja. Tako „slab“ koncept održivog razvoja akcenat stavlja na razvoj obnovljivih resursa, traženje zamene za neobnovljive resurse, efikasnije korišćenje postojećih resursa i traganje za tehnološkim rešenjima koji će omogućiti rešavanje problema iscrpljivanja resursa i zagodenja životne i radne sredine (Williams and Millington, 2004, str. 100). S druge strane, „jak“ koncept održivog razvoja zasnovan je na verovanju da potrebe ljudi treba da budu revidirane u smislu da se konzumira manje i da značajno bude smanjen nivo potrošnje (Fuchs and Lorek, 2004, str. 4).

Polazeći od prethodnih interpretacija održivog razvoja, u nastavku istraživanja daćemo pregled najčeće citiranih definicija održivog razvoja, što se može videti iz tabele br. 1.

Tabela br. 1: Definicije koncepta održivog razvoja

Autor(i)	Definicija
Constanza i Patern (1995, str. 193)	„Osnovna ideja održivost je jednostavna: održiv sistem je onaj koji preživljava i opstaje“
Ujedinjene Nacije-Program finansijske inicijative za okruženje (1997)	„Održivi razvoj zavisi od pozitivne interakcije između ekonomskog i socijalnog razvoja i zaštite okruženja, odnosno ravnoteže interesa sadašnjih i budućih generacija“
Parris i Kates (2003, str. 581)	„Održivi razvoj uključuje zadovoljavanje ljudskih potreba, uz smanjenje gladi i siromaštva i očuvanje eko-sistema“
Ehrenfeld (2005, str. 24-25)	„Održivost pruža mogućnost svim oblicima života. Za ljude, to je opstanak i održavanje, kao i osećaj dostojanstva...Konačno, održivost zahteva odgovorne, etičke izvore svuda u svakodnevnom životu“
Generalna skupština Ujedinjenih nacija (2005, str. 2)	„Održivi razvoj sa svojom ekonomskom, ekološkom i socijalnom komponentom predstavlja ključan element aktivnosti Ujedinjenih nacija“
Lozano (2008, str. 8)	„Kako bi se postigao održivi razvoj neophodan je holistički, kontinuirani i interaktivni odnos između ekonomskog, ekološkog i socijalnog aspekta i da svaka odluka ima svojih implikacija na sve ove aspekte danas i u budućnosti“

Ovako brojne i raznovrsne definicije koncepta održivog razvoja se u mnogim elementima međusobno dopunjaju. Takvom orijentacijom izoštravala se naučna misao o konceptu održivog razvoja. Nove definicije akcenat stavljuju na ekonomsku, ekološku i socijalnu odrednicu koncepta održivog razvoja. Savremena literatura prihvatiла је ове definicije. Međutim, ovim raspravama pitanje definicije koncepta održivog razvoja nije skinuto sa dnevnog reda. O tome govorи i tzv. Venov dijagram koji koncept održivosti ilustruje kroz tri kruga koja se međusobno preklapaju.

Slika br. 1: Venov dijagram održivog razvoja

Izvor: Jones, Comfort, Hillier, 2011, str. 259.

Dakle, održivi razvoj se može posmatrati kao razvojni proces koji povezuje ekonomski, ekološki i socijalni aspekt, uspostavljajući krug između sva tri pola. Ovo je ekonomski održiv razvoj koji je socijalno pravedan, ali i ekološki izvodljiv. Drugim rečima, glavni ciljevi kompanija i dalje mogu biti smanjenje rizika i povećanje prinosa za akcionare. Iz toga proističe da se kompanije više fokusiraju na radnike, a manje na profit. Ovako definisan, održivi razvoj ne odnosi se samo na jedan segment kompanije, on treba da bude multifunkcionalan, odnosno sve funkcije kompanije treba da budu obuhvaćene i da daju svoj doprinos ukupnoj politici društvene odgovornosti.

Ovako sagledan koncept održivog razvoja nalazi svoju teorijsku i praktičnu primenu u mnogim segmentima privrede. Zbog činjenice da je u direktnom kontaktu sa potrošačima, ali i da ima ključnu ulogu u povezivanju proizvođača i potražača i društvene zajednice u celini, otvara se pitanje primene koncepta održivog razvoja u trgovini. U narednim izlaganjima, pokušaćemo da odgovorimo na postavljeno pitanje, najpre iz teorijskog ugla, a zatim i kroz sprovedeno istraživanje o strukturi i sadržaju koncepta održivog razvoja u deset vodećih trgovinskih kompanija.

2. Koncept održivog razvoja u trgovini

Zahtevi za očuvanjem nepromjenjenih uslova prirodne i životne sredine su relativno novijeg datuma. Nastali su onda kada je uočeno da brzi tehnološki napredak, koji je neosporno korak više u odnosu na prethodni, ima i negativnu stranu koja ugrožava čoveka i njegovu okolinu. O zahtevima za očuvanje čovekove okoline institucije na državnom nivou i ti zahtevi se pojavljuju u vidu zakona, standarda i propisa uskladištenih na nacionalnom i međunarodnom nivou, koje preduzeća moraju da ispunе, bilo da se bave proizvodnjom ili trgovinom (Ćuzović, Ivanović, 2010, str. 345).

Ekološki problemi postaju izazov trgovinskom menadžmentu stavljujući u prvi plan aktivnosti na postizanju eko-satisfakcije potrošača. Vrednost za potrošača nisu samo funkcionalne i strukturalne odrednice kvalitativnog uobličavanja „paketa ponude“ (asortimana), kao ni kvalitet usluživanja. Kupčeva vrednost proizvoda i usluga iz ponuđenog asortimana proširuje se na oblast eko-kvaliteta. To znači da kupčev koncept vrednosti „paketa ponude“ trgovinskog preduzeća podrazumeva jedinstvo kvaliteta asortimana sa aspekta tehničko-tehnoloških odrednica (definisanih standardom ISO 9000) i ekoloških (definisanih standardom ISO 14000), uz kvalitet usluživanja kao dodatni marketinški instrument. Po ovom shvatanju, ekologija postaje ne samo norma za postizanje kupčeve vrednosti asortimana proizvoda u pogledu eko kvaliteta, već i kulturni obrazac ponašanja ekološki obrazovanih građana, preduzetnika i menadžera. Ekološka racionalnost kao što se može uočiti, u poslednje vreme, postaje važan instrument u marketing strategiji trgovinskog preduzeća (Ćuzović, Sokolov-Mladenović, 2013, str. 33).

Primena koncepta održivog razvoja u trgovini, posebno u maloprodaji je relativno novijeg datuma. Njegova primena, pored ekološke, uključuje i ekonomsku i u socijalnu dimenziju, o čemu smo već govorili. Za mnoge trgovinske kompanije, ovaj koncept se posmatra kao zasebna strategija poslovnog uspeha (Lukić, 2012, str. 575).

Iako nedovoljno istražena odrednica konkurentske prepoznatljivosti i poslovnih performansi trgovinskih kompanija, u literaturi se iskristalisao stav da se koncept održivog razvoja u trgovini može sagledati kroz sledeće atribute (Yudelson, 2010, str. 50): zeleni prodajni objekti, zeleni procesi, zeleni transport, zeleni proizvod, zelena cena, zelena tehnologija, zelena špedicija, zaposlenost, zarada, bolji uslovi rada za zaposlene, kontinuirano poboljšanje znanja zaposlenih, inovacije, razvoj brenda organskih proizvoda, upravljanje odnosima sa potrošačima, smanjenje troškova okruženja (voda, vazduh, energija) i sl. Moderne tehnologije, posebno one koje nose epitet zelene, pružaju podršku u efikasnoj primeni koncepta održivog razvoja u trgovini, sa svim ovim atributima. U konačnom, to se pozitivno reflektuje na ekonomске, ekološke i socijalne

performanse trgovinskih kompanija, što pokazuju i finansijski izveštaji vodećih trgovinskih kompanija, koje su predmet istraživanja (Deloitte, 2014).

Iz prethodnog se može uočiti da je koncept održivog razvoja u trgovini funkcija više promenljivih od kojih mnoge predstavljaju „nematerijalnu“ odrednicu poslovnog uspeha preduzeća. S druge strane, otvara se i pitanje kako meriti doprinos ovih „atributa“ koncepta održivog razvoja. Reč je o svojevrsnom marketing miksu ekonomski merljivih performansi, „zelenih-ekoloških“ i „etičkih“ koje se ne mogu egzaktno izmeriti.

Ovim se ne iscrpljuje lista nepoznanica koje nam nameće istraživanje razvoja i primene koncepta održivog razvoja u trgovini. Primera radi, otvara se pitanje merenja efikasnosti implementacije koncepta održivog razvoja u trgovini. Odgovor na ovo pitanje potražili smo s osloncem na model faktorske uslovjenosti implementacije koncepta održivog razvoja u trgovini (slika br. 2)

Slika br. 2: Model faktorske uslovjenosti implementacije koncepta održivog razvoja u trgovini



Izvor: Gleason, D. (2010) *Sustainable Retail Consortium-Introduction to Environmental Sustainability*, the National Retail Federation, raspoloživo na: <http://dkganalytics.com> (pristupljeno 13. Maja 2014)

Da koncept održivog razvoja predstavlja suštinski element poslovanja trgovinskih kompanija, pokazuju i inicijative brojnih trgovinskih udruženja.

Primera radi, Asocijacija lidera u oblasti trgovine (RILA-Retail Industry Leader Association), koja predstavlja trgovinsku asocijaciju svetski najvećih i najinovativnijih trgovinskih kompanija i broji preko 200 članica, 2007. godine pokrenula je tzv. Inicijativu o održivosti. Ova incijativa je pretočena u godišnje izveštaje o održivosti koje objavljuje RILA, a čiji je cilj da se markiraju ključni elementi primene koncepta održivog razvoja u trgovinskim kompanijama, uz sveobuhvatnu analizu ključnih tačaka uspeha, ali i problema u implementaciji ovog koncepta u kompanijama koje su članice asocijacije RILA (Retail Sustainability Report, 2013, str. 4-5).

3. Metodologija istraživanja

U skladu sa definisanim ciljem istraživanja o mogućnostima implementacije koncepta održivog razvoja u trgovini, u radu, kao što smo već istakli, testiramo dve hipoteze:

H1: Trgovinske kompanije posluju u skladu sa načelima održivog razvoja

H2: Primena koncepta održivog razvoja pozitivno utiče na uspeh poslovanja trgovinskih kompanija.

Postavljene hipoteze testiraćemo na bazi podataka o 250 najvećih trgovinskih kompanija na svetu koje, u formi Izveštaja, jednom godišnje objavljuje konsultantska kuća Deloitte Touche (www.deloittetouche.com), kao i na bazi godišnjih Izveštaja o održivosti deset najvećih trgovinskih kompanija na svetu.

**Tabela br. 2. Pokazatelji poslovnih performansi
250 najvećih trgovinskih kompanija 2012. godine**

Poslovne performanse	Vrednost
Agregatni obim prodaje	429 mlrd. dolara
Prosečan obim prodaje	17,15 mlrd. dolara
Minimalni obim prodaje neophodan da bi se jedna kompanija našla na listi 250 najvećih	3,8 mlrd. dolara
Povećanje obima prodaje u 2012. u odnosu na 2011.	4,9%
Godišnja stopa rasta obima prodaje u periodu 2007-2012	4,6%
Neto profitna marža (u 2011. iznosila je 3,0%)	3,1%
Prinos na imovinu (u 2011. godini iznosio je 4,9%)	5,0%
Obim prodaje sa internacionalnog tržišta (u 2011. godini iznosio je 23,8%)	24,3%

Izvor: Delloite Touche, 2014

Shodno metodologiji naučnoistraživačkog rada, u razvijanju teme, pošli smo od sagledavanja poslovnih performansi trgovinskog sektora, 250 trgovinskih kompanija-lidera na globalnom tržištu. Kao relevantan izvor za ekonomsku objektivizaciju poslovnih performansi internacionalnih trgovinskih kompanija poslužio nam je izveštaj konsultatske kuće *Deloitte*. Poslovne performanse 250 najvećih trgovinskih kompanija prikazane su brojčano („zbirno“) u tabeli br. 2.

Iz tabele uočavamo da su najveće trgovinske kompanije imale relativno stabilan rast u godinama krize, posmatran po obimu prometa, neto profitnoj marži, prinosu na imovinu, koeficijentu obrta, ali i obimu prodaje izvan nacionalnog tržišta. To nam daje povoda da konstatujemo, da trgovinski sektor u uslovima globalne ekonomске krize karakteriše relativno brzo reagovanje na promene u okruženju i „konsolidovanje“ poslovnih kapaciteta (Sands & Ferraro, 2010, p. 569).

Poslovne performance deset najvećih trgovinskih kompanija, koje su i predmet analize, mogu se videti iz tabele br. 3.

**Tabela br. 3: Deset najvećih trgovinskih kompanija na svetu
i njihove poslovne performanse 2012. godine**

R. b.	Kompanija	Zemlja	Obim prodaje u mil. \$	Prosečan rast obima prodaje	Neto profitna marža	Prinos na imovinu	Broj zemalja u kojima posluje	Obim prodaje sa internationalnog tržišta
1.	Wal-Mart	SAD	469.162	5%	3,8%	8,7%	28	29,1%
2.	Tesco	V.Britanija	101.269	0,5%	0,2%	0,2%	13	33,5%
3.	Costco	SAD	99.137	11,5%	1,8%	6,5%	9	27,6%
4.	Carrefour	Francuska	98.757	-5,5%	1,7%	2,9%	31	54%
5.	Kroger	SAD	96.751	7,1%	1,6%	6,1%	1	0%
6.	Schwarz	Nemačka	87.236	6,6%	-	-	26	57,7%
7.	Metro	Nemačka	85.832	0,1%	0,2%	0,3%	32	61,6%
8.	Home Depot	SAD	74.754	6,2%	6,1%	11%	5	11,2%
9.	Aldi	Nemačka	73.035	7,5%	-	-	17	59,2%
10.	Target	SAD	71.960	5,1%	4,1%	6,2%	1	0%
Top 10			1.257.892	4,2%	2,8%	5,8%	16,3	32,3%
Top 250			4.287.587	4,9%	3,1%	5%	10	24,3%
Učešće obima prodaje Top 10 u obimu prodaje Top 250					29,3%			

Izvor: Delloite Touche, 2014

U kojoj meri ove kompanije primenjuju koncept održivog razvoja, analizirali smo na osnovu njihovih redovnih godišnjih izveštaja o održivosti (održivom razvoju). Rezultati ove analize mogu se videti iz tabele br. 4 i br. 5.

Tabela br. 4: Primena koncepta održivog razvoja u Top 10 trgovinskih kompanija

R.b.	Kompanija	Održivi razvoj		
		Ekološka dimenzija	Društvena dimenzija	Ekonomski dimenzija
1.	Wal-Mart	✓	✓	✓
2.	Tesco	✓	✓	✓
3.	Costco	✓	✓	✓
4.	Carrefour	✓	✓	✓
5.	Kroger	✓	✓	✓
6.	Schwarz	✓	✓	✓
7.	Metro	✓	✓	✓
8.	Home Depot	✓	✓	✓
9.	Aldi	✓	✓	✓
10.	Target	✓	✓	✓

Izvor: Analiza autora na osnovu Wal-Mart 2013 Global Responsibility Report, Tesco and Society Report 2013, Costco Corporate Sustainability Report 2013, Carrefour 2013 Annual Activity and Sustainability Report, Kroger 2013 Sustainability Report 2013, Corporate Responsibility Lidl 2013, Metro Group Sustainability Report 2013, Home Depot Sustainability Report 2013, ALDI Corporate Responsibility Policy 2013, Target Corporate Responsibility Report 2013.

Rezultati istraživanja prikazani u tabeli br. 4. i 5. predstavljaju važan, ali ne i dovoljan element u traženju odgovora na pitanje: u kojoj meri implementacija koncepta održivog razvoja utiče na konkurentsku prepoznatljivost i poslovne performanse analiziranih trgovinskih kompanija. S druge strane, relevantnost našeg istraživanja bila bi dovedena u pitanje ukoliko bi izostala istraživačka „niša“ koja treba da dâ odgovor na pitanje: koje su to komponente koncepta održivog razvoja i u kojoj meri (ne)doprinose konkurentskoj prepoznatljivosti i poslovnim performansama deset najvećih trgovinskih kompanija. Načelo istraživačke radoznalosti nas opominje da hipoteze koje smo postavili ostaju mrtvo slovo na papiru ukoliko ih ne potvrdimo ili opovrgnemo. Rukovodeći se ovim naučnoistraživačkim principom, naša je obaveza da s osloncem na raspoloživu teorijsko-empirijsku gradu sagledamo u kojoj meri implementacija koncepta održivog razvoja u marketing strategiji analiziranih trgovinskih kompanija utiče na njihove poslovne performanse.

Pre nego odgovorimo na ovo pitanje, akademski bonton i metodologija naučnoistraživačkog rada nas opominju da uvek nismo u mogućnosti da na „poligonu“ u praksi prikupimo sve podatke na bazi direktnog kontakta (intervjui, ankete) i tako strukturiramo marketing informacioni sistem koji bi nam poslužio kao platforma za ekonomsku objektivizaciju istraživanog problema i donošenju relevantnih odluka. I pored toga, savremena teorija i praksa su se pobrinule za pronalaženje adekvatnog pristupa prikupljanju, obradi i ekonomskoj objektivizaciji određenih pojava. Tako je i u ovom istraživanju. Kao što smo već istakli, odgovor na pitanje u kojoj meri pojedine komponente koncepta održivog razvoja utiču na konkurentsku prepoznatljivost i poslovne performanse deset najvećih trgovinskih kompanija potražili smo s osloncem na godišnje izveštaje kompanija o održivom razvoju.

Tabela br. 5: Dimenzije održivog razvoja u Top 10 trgovinskih kompanija

Dimenzije održivog razvoja	Wal-Mart	Tesco	Costco	Carrefour	Kroger	Schwarz	Metro	Home Depot	Aldi	Target
Ekološka dimenzija										
Klimatske promene i emisija ugljenika	√	√	√	√	√	√	√	x	√	√
Potrošnja energije	√	√	√	√	√	√	√	x	√	√
Upravljanje vodom	√	√	√	√	x	x	x	x	x	√
Upravljanje otpadom	√	√	x	√	√	√	√	√	√	√
Logistika	√	√	x	√	x	√	√	x	x	√
Očuvanje prirodnih resursa	√	√	x	√	√	x	x	√	√	√
Ekološki proizvodi	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Fond zemlje i imovine	√	√	√	√	√	x	x	x	x	√
Društvena dimenzija										
Odgovorno snabdevanje	√	√	x	√	√	√	x	x	√	√
Bezbednost hrane	x	√	x	√	√	√	x	x	√	√
Uslovi rada sa dobavljačima	√	√	√	√	√	x	√	x	√	√
Različite i jednake mogućnosti	√	√	√	√	√	√	√	x	x	√
Trening i razvoj	√	√	√	√	√	x	√	x	√	√
Zdravlje i bezbednost	√	√	√	√	√	√	x	√	√	√
Veza sa lokalnim zajednicama	√	√	√	√	√	x	x	√	x	√
Dobrotvorni prilozi	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Ekonomска dimenzija										
Kreiranje zaposlenosti	√	√	√	√	x	√	x	x	√	√
Vrednost za potrošače	√	√	x	√	x	x	x	x	x	√
Odnosi sa dobavljačima	√	√	x	√	x	x	x	√	√	√
Izgradnja vrednosti za stejkholdere	x	√	√	√	x	x	x	x	x	√
Korporativno upravljanje	x	√	x	√	√	x	x	√	x	√

Izvor: Analiza autora na osnovu Wal-Mart 2013 Global Responsibility Report, Tesco and Society Report 2013, Costco Corporate Sustainability Report 2013, Carrefour 2013 Annual Activity and Sustainability Report, Kroger 2013 Sustainability Report 2013, Corporate Responsibility Lidl 2013, Metro Group Sustainability Report 2013, Home Depot Sustainability Report 2013, ALDI Corporate Responsibility Policy 2013, Target Corporate Responsibility Report 2013.

4. Rezultati istraživanja i diskusija

Rezultati istraživanja prikazani u tabeli br. 4 i br. 5 ukazuju da marketing menadžment trgovinskih kompanija svoju viziju, misiju i strategiju poslovanja zasniva na konceptu održivog razvoja. Analitički posmatrano, u prvi plan izbija ekološka, društvena i ekomska odrednica koncepta održivog razvoja. Pri tome, rezultati istraživanja pokazuju da se sve tri dimenzije održivog razvoja ne primenjuju istim intenzitetom, odnosno ne primenjuju se u svim elementima kod analiziranih kompanija.

Ekološka dimenzija održivog razvoja, prema podacima iz tabele br. 4, prisutna je u svim kompanijama. Pri tome, ona je sagledana kroz prisustvo nekoliko elemenata: klimatske promene i emisija ugljenika, potrošnja energije, upravljanje vodom, upravljanje otpadom, logistika, očuvanje prirodnih resursa, ekološki proizvodi, fond zemlje i imovine. Kao što se iz tabele br. 5 može uočiti svi ovi elementi prisutni su kod kompanija Wal-Mart, Carrefour, Tesco i Target, dok kod ostalih kompanija nedostaje neki od elemenata. Primera radi, kompanija Wal-Mart, svetski lider, kao prepoznatljiv element njihovog uspešnog poslovanja ističe ekološku odgovornost (Wal-Mart 2013 Global Responsibility Report). U prilog ovoj činjenici navodi se i podatak da je ova kompanija do kraja 2012. godine imala 280 projekata u vezi sa obnovljivim izvorima energije, na tržištima na kojima je prisutna. Zahvaljujući tome, kompanija je uspela da 21% potreba za električnom energijom obezbedi iz obnovljivih izvora. Osim toga, kompanija je u periodu od 2005. do 2012. godine uspela da za 20% smanji emisiju štetnih gasova. Ovim se ne iscrpljuje lista noviteta kojim ova kompanija obogaćuje ekološku dimenziju održivog razvoja. Kada je reč o upravljanju otpadom, Wal-Mart je uspeo da u 2012. ostvari rekord, tako što je 80% otpada iz svojih prodajnih objekata i distributivnih centara preusmerio ka reciklaži i smanjio upotrebu plastičnih kesa za 38,1% na nivou svih prodajnih objekata širom sveta. Važan segment ekološke dimenzije za ovu kompaniju jesu i ekološki proizvodi u koje je Wal-Mart u toku 2012. godine investirao 300 miliona dolara u saradnji sa svojim dobavljačima.

Britanska kompanija Tesco, kao drugi trgovinski lanac u svetu, takođe primenjuje sve elemente ekološke dimenzije koncepta održivog razvoja (Tesco and Society Report 2013). Na osnovu analize njihovog Izveštaja o održivosti, posebno ističemo njihovu aktivnost u domenu emisije štetnih gasova, s obzirom da su u periodu od 2006. do 2012. godine za 25% smanjili emisiju štetnih gasova. Upravljanje otpadom i vodom je, takodje, nešto što predstavlja suštinski element njihove strategije poslovanja.

Analiza Izveštaja o održivosti kompanije Carrefour (Carrefour 2013 Annual Activity and Sustainability Report) pokazuje da je reč o odgovornoj kompaniji. To svedoči i činjenica da u svojim prodajnim objektima nudi preko 2.300 ekoloških proizvoda koje je razvila kroz marketing partnerstvo sa dobavljačima.

Od 1996. godine kompanija primenjuje preventivni pristup u kreiranju asortimana sa genetski modifikovanim proizvodima. Takođe, ono što ovu kompaniju čini prepoznatljivom je i saradnja sa preko 6.000 poljoprivrednih proizvođača u razvoju ekoloških proizvoda.

Primena svih elemenata ekološke dimenzije održivosti zastupljena je i kod kompanije Target (Target Corporate Responsibility Report 2013). Posebno ističemo aktivnosti kompanije u smanjenju korišćenja plastičnih kesa, smanjenju emisije štetnih otpada i povećanju efikasnosti električne energije za 50% u periodu od 2007. do 2012. godine.

Društvena dimenzija održivog razvoja, na osnovu podataka iz tabele br. 4, prisutna je u svim analiziranim kompanijama. Pri tome, njeno prisustvo sagledano je kroz nekoliko elemenata: odgovorno snabdevanje, bezbednost hrane, uslovi rada sa dobavljačima, različite i jednake mogućnosti, trening i razvoj, zdravlje i bezbednost, veza sa lokalnim zajednicama i dobrotvorni prilozi. Ono što se posebno uočava iz tabele br. 5, a na osnovu analize Izveštaja održivosti ovih kompanija, jeste da svi navedeni elementi nisu podjednako prisutni u svim kompanijama. Njihova potpuna primena beleži se kod kompanije Tesco, Carrefour, Kroger i Target, dok kod ostalih kompanija nedostaje po neki od elemenata. Primera radi, kompanija Tesco, kao druga najveća trgovinska kompanija na svetu, primenjuje sve elemente društvene dimenzije održivog razvoja. Jedan od tih elemenata putem koga se kompanija diferencira od svoje konkurencije jeste i ponuda bezbednih i zdravih proizvoda. Primer za to jeste i da je još 1984. godine kompanija Tesco otvorila prvi supermarket u kome su 30% asortimana proizvoda činili ekološki zdravi proizvodi. Osim toga, kompanija u svom Izveštaju o održivosti (Tesco and Society Report 2013) ističe i čvrstu i dugoročnu saradnju sa svojim dobavljačima i lokalnim zajednicama. Kao dokaz za to jeste ukupna donacija kompanije u 2012. godini od 78 miliona evra, što predstavlja izdvajanje 4% profita pre oporezivanja, za dobrotvorne svrhe.

Francuski trgovinski lanac Carrefour takođe primenjuje sve elemente društvene dimenzije održivog razvoja (Carrefour 2013 Annual Activity and Sustainability Report). U prilog ovoj konstataciji govor i podatak da je u 2012. godini povećao prodaju za 9,3% organskih i ekoloških proizvoda u odnosu na 2011. godinu. U svom asortimanu kompanija nudi više od 1700 tzv. Fair trade proizvoda, u prodajnim objektima širom sveta, kao i preko 600 linija proizvoda sa oznakom eko, prirodan, bio.

Primenu društvene dimenzije održivog razvoja u američkoj kompaniji Kroger ilustruju statistički podaci (Kroger 2013 Sustainability Report 2013). Ova kompanija je u 2012. godini donirala 200 miliona obroka za najugroženije širom SAD, s obzirom da kompanija posluje samo na američkom tržištu. Ilustrativan je i podatak da je kompanija u toku 2012. godine podržala više od

30.000 školskih i lokalnih organizacija, donirala 5,9 miliona dolara za poboljšanje zdravlja žena i sprečavanje kancera i 3,3 miliona dolara najugroženijim porodicama. Dakle, ono što izdvaja Kroger u odnosu na ostale kompanije jeste intenzivna politika donatorstva lokalnoj i društvenoj zajednici.

Američka kompanija Target primenjuje sve elemente društvene dimenzije održivog razvoja i u svom Izveštaju o održivosti (Target Corporate Responsibility Report 2013) ističe čvrstu saradnju sa lokalnom zajednicom i odgovorno snabdevanje. Ilustrativno je da kompanija sarađuje sa preko 3.500 proizvođača u više od 50 zemalja sveta, pri čemu insistira na tome da se u proizvodnji proizvoda poštuju ljudska i dečja prava, odnosno proizvodnja tzv. Fair trade proizvoda. Da bi se zaštitila od eko „nesavesnih“ dobavljača, kompanija je usvojila interne standarde za odabir dobavljača, kako bi u potpunosti ispoštovala princip odgovornog snabdevanja. U cilju strukturiranja eko „paketa“ ponude sa aspekta sigurnih i zdravih proizvoda, u kompaniji se vrši rigorozna kontrola više od 132.000 proizvoda koji čine strukturu njenog asortimana.

Ekonomski dimenzija održivog razvoja, na osnovu podataka iz tabele br. 4, prisutna je u svim analiziranim kompanijama. Pri tome, njeno prisustvo može se sagledati kroz sledeće elemente: kreiranje zaposlenosti, vrednost za potrošače, odnosi sa dobavljačima, izgradnja vrednosti za stejkholdere i korporativno upravljanje. Ukoliko se posmatraju svi ovi elementi, uočava se (tabela br. 5) da su u potpunosti prisutni kod kompanija Tesco, Carrefour i Target, dok kod ostalih kompanija izostaje po neki od navedenih elemenata. Tesco, kao druga najveća trgovinska kompanija na svetu, u svom Izveštaju o održivosti (Tesco and Society Report 2013) navodi da u ekonomskoj dimenziji održivog razvoja akcenat stavlja na rešavanje problema nezaposlenosti. Tako, ova kompanija zapošljava preko 500.000 ljudi širom sveta, nastojeći da napravi podjednako učešće muške i ženske populacije. Dobar epitet kompaniji daje i njena saradnja sa dobavljačima, ali i korporativno upravljanje, kao važan element ekonomске dimenzije održivog razvoja.

Francuska trgovinska kompanija Carrefour, ekonomsku dimenziju održivog razvoja, realizuje kroz permanentnu politiku kreiranja novih radnih mesta i povećanja učešća žena u menadžmentu. Tako ova kompanija zapošljava preko 400.000 radnika širom sveta i od 2006. do 2012. godine je za 3,4% povećala učešće žena u svom menadžment timu (Carrefour 2013 Annual Activity and Sustainability Report).

Američka trgovinska kompanija Target kod ekonomске dimenzije održivog razvoja, značajan akcenat stavlja na svoje zaposlene, njihovo obrazovanje, ali i njihovo zdravlje. Kao dokaz za to su permanentni trening programi, ali i preventivne aktivnosti očuvanja zdravlja zaposlenih (Target Corporate Responsibility Report 2013).

Privodeći kraju raspravu na temu ekoloških, ekonomskih i društvenih odrednica održivog razvoja u trgovini, metodologija naučnoistraživačkog rada nas obavezuje da, s osloncem na dobijene rezultate istraživanja, potvrdimo ili opovrgnemo hipoteze koje smo postavili u istraživanju.

Prethodna analiza ekološke, društvene i ekonomске dimenzije održivog razvoja ukazuje na njenu prisutnost u analiziranim kompanijama, posmatrano po različitim elementima. Time smo i dokazali prvu hipotezu o poslovanju trgovinskih kompanija u skladu sa načelima održivog razvoja. Pri tome, kao što smo već istakli, posmatrali smo prvih deset trgovinskih kompanija na listi 250 najvećih, posmatrano po obimu prodaje, u 2012. godini.

S druge strane, ukoliko posmatrano prisustvo elemenata ekološke, društvene i ekonomске dimenzije održivog razvoja, istraživanja su pokazala različit intenzitet njihove primene. Kompanije Tesco i Carrefour primenjuju sve elemente ekološke, društvene i ekonomске dimenzije održivog razvoja. Pri tome, treba istaći da je Tesco drugi, a Carrefour četvrti trgovinski lanac na svetu, posmatrano po obimu prodaje. Nesporno je da je ovakva njihova pozicija jednim delom i rezultat primene koncepta održivog razvoja, što se posebno navodi u njihovim izveštajima o održivosti. Time smo i dokazali drugu hipotezu postavljenu u ovom istraživanju, o tome da koncept održivog razvoja pozitivno utiče na konkurenčku prepoznatljivost i poslovne performanse trgovinskih kompanija. Dodatno ovu hipotezu potvrđuje i prisustvo koncepta održivog razvoja u ostalim trgovinskim kompanijama, koje se nalaze na listi od deset najvećih trgovinskih kompanija na svetu, posmatrano po obimu prodaje, u 2012. godini.

Zaključak

Koncept održivog razvoja postaje imperativ savremenih uslova poslovanja. Kako problemi zaštite i očuvanja životne i radne sredine postaju izraženiji, to ovaj koncept posebno dobija na značaju. Trgovinske kompanije, kao intermedijator između proizvođača i potrošača, dobijaju odgovornu ulogu u primeni i promovisanju koncepta održivog razvoja. Pri tome, savremena teorija i progresivna praksa iz oblasti trgovinskog menadžmenta iskristalisala je različite pristupe u primeni koncepta održivog razvoja. Problem u njegovom definisanju postaje izraženiji sa pojavom različitih definicija, pa se u radu uočava da postoji onoliko definicija koncepta održivog razvoja koliko i autora koji su se bavili ovom problematikom. Ono što je zajedničko svim tim definicijama i stavovima jeste da koncept održivog razvoja uključuje tri dimenzije: ekološku, društvenu i ekonomsku. Da li i u kojoj meri je ovaj koncept prisutan u trgovini i trgovinskom menadžmentu, pokušali smo da istražimo na primeru deset najvećih trgovinskih kompanija na svetu, posmatrano po obimu prodaje, a na bazi njihovih godišnjih Izveštaja o održivosti. Rezultati istraživanja su pokazali da su u ovim kompanijama

prisutne sve tri dimenzije koncepta održivog razvoja, čime smo i dokazali prvi hipotezu o poslovanju trgovinskih kompanija u skladu sa načelima održivog razvoja. Nadalje, istraživanje je išlo u pravcu da se detaljnije sagledaju dimenzije održivog razvoja. Svaka od ovih dimenzija može se posmatrati kroz različite elemente, koji su u manjoj ili većoj meri prisutni u trgovinskim kompanijama. Ovakva analiza i dobijeni rezultati istraživanja ukazuju da jedino kompanije Carrefour i Tesco beleže sve elemente ekološke, društvene i ekonomski dimenzije održivog razvoja. S obzirom da se ove kompanije nalaze na vrhu liste najuspešnijih trgovinskih kompanija na svetu, potvrdili smo i drugu hipotezu da koncept održivog razvoja pozitivno utiče na uspešnost poslovanja. To dokazuje i prisustvo ovih elemenata u ostalim kompanijama koje se nalaze na listi deset najuspešnijih trgovinskih kompanija na svetu. U dokazivanju postavljenih hipoteza analizirali smo praksi deset najvećih trgovinskih kompanija na svetu, posmatrano po obimu prodaje u 2012. godini.

Literatura

- ALDI Corporate Responsibility Policy 2013, raspoloživo na: www.aldi-corporate-responsibility-policy.me-digital.co.uk/aldi_PDFs.pdf (pristupljeno 17.05.2014)
- Callicott, J.B. and Mumford, K. (1997) „Ecological susstainability as a conservation concept“, *Biological Conservation*, 11 (1): 32-40.
- Carrefour 2013 Annual Activity and Sustainability Report, raspoloživo na: www.carrefour.com/site/default/files/RADDEN2013.pdf (pristupljeno 17.05.2014)
- Constanza, R. and Pattern, B.C. (1995) „Defining and predicting sustainability“, *Ecological Economics*, 15 (3): 192-196.
- Corporate Responsibility Lidl 2013, raspoloživo na: www.lidl.co.uk (pristupljeno 17.05.2014)
- Costco Corporate Sustainability Report 2013, raspoloživo na: <http://corporate-ir.net/External.File> (pristupljeno 14.05.2014)
- Ćuzović, S., Ivanović, P. (2010) *Inovacije u trgovinskom menadžmentu*, Niš: Ekonomski fakultet.
- Ćuzović, S., Sokolov-Mladenović, S. (2013) „Trade in Terms of Ecological Economics“, The volume *Challenges for the trade of Central and Southeast Europe*, International Business&Management, United Kingdom: Emerald, 29-37.
- Dauncey, G. (2009) „Towards sustainability“, raspoloživo na: www.towards-sustainability.co.uk/infodir/susquote.html (pristupljeno 10. Maja 2014)
- Deloitte (2014) *Global Power of Retailing 2014*, raspoloživo na: www.deloittetouche/consumerbusiness (pristupljeno 13. maja 2014)
- Ehrenfeld, J.R. (2005) „The roots of sustainability“, *MIT Sloan Management Review*, 46 (2): 23-25.

- Fuchs, D. and Lorek, S. (2004) „Sustainable consumption“, raspoloživo na: <http://web205.vbox01.inode.at/Data/seri/publications/documents/SERI%20Background%20Paper%204.pdf> (pristupljeno 11. Maja 2014)
- Gleason, D. (2010) *Sustainable Retail Consortium-Introduction to Environmental Sustainability*, the National Retail Federation, raspoloživo na: <http://dkganalytics.com> (pristupljeno 13. Maja 2014)
- Home Depot Sustainability Report 2013, raspoloživo na: https://corporate.homedepot.com/CorporateResponsibility/Environment/Documents/Sustainability_Brochure_pages.pdf (pristupljeno 17.05.2014)
- Jones, P., Comfort, D., Hillier, D. (2011) „Sustainability in the global shop window“, *International Journal of Retail&Distribution Management*, 39 (4): 256-271.
- Kroger 2013 Sustainability Report 2013, raspoloživo na: <http://sustainability.kroger.com/pdf/kroger-2013-CSR.pdf> (pristupljeno 17.05.2014)
- Lozano, R. (2008) „Envisioning sustainability three-dimensionally“, *Journal of Cleaner Production*, 16(17): 1838-1846.
- Lukić, R. (2012) „Sustainable Development of Retail in Serbia“, *Review of International Comparative Management*, 13(4): 574-585.
- Metro Group Sustainability Report 2013, raspoloživo na: www.metrogroup.de/internet/site/metrogroup/get/documents/metrogroup_international/corpsite/80_globall/publications/SR2013-en.pdf (pristupljeno 17.05.2014)
- Parris, T.M. and Kates, R.W. (2003) „Characterizing and measuring sustainable development“, *Annual Review of Environment and Resources*, 28 (1): 559-586.
- Retail Sustainability Report (2013) *Retail Industry Leader Association*, raspoloživo na <http://www.rila.org/sustainability/sustreport2013/sustainability-report-landing-page/Pages/default.aspx> (pristupljeno 13. maja 2014)
- Sands, S., & Ferraro, C. (2010) „Retailers' strategic responses to economic downturn: insights from down under“, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38 (8), 567-575.
- Sutton, P. (2004) „A perspective on environmental sustainability“, raspoloživo na : www.ces.vic.gov.au (pristupljeno 10. maja 2014)
- Target Corporate Responsibility Report 2013, raspoloživo na: https://corporate.target.com/_media/TargetCorp/csr/pdf/2013-corporate-responsibility-report.pdf (17.05.2014)
- Tesco and Society Report 2013, raspoloživo na: www.igd.com/our-expertise/Sustainability/CSR/3151/Tesco-CSR-reports (pristupljeno 14.05.2014)
- United Nations Environment Programme Finance Initiative (1997), *UNEP Statement by Financial Institutions on the Environment&Sustainable Development*, raspoloživona:unepfi.org/fileadmin/statements/fi/fi_statement_en.pdf (pristupljeno 12. maja 2014)
- United Nations General Assembly (2005) *2005 World Summit Outcome*, raspoloživo na: www.who.int/hiv/universalaccess2010/worldsummit.pdf (pristupljeno 12. maja 2014)

- Wal-Mart 2013 Global Responsibility Report, raspoloživo na:
<http://corporate.walmart.com/global-responsibility/environment-sustainability/global-responsibility-report> (pristupljeno 14.05.2014)
- Williams, C.C. and Millington, A.C. (2004) „The diverse and contested meanings of sustainable development“, *The Geographical Journal*, 170 (2): 99-104.
- World Commission on Environment and Development (1987) *Our Common Future*, New York: Oxford University Press.
- [www.deloittetouche](http://www.deloittetouche.com) (pristupljeno 14. maja 2014)
- Yudelson, J. (2010) *Sustainable Retail Development: New Success Strategies*, New York: Springer.

THE ROLE OF TRADE MANAGEMENT IN THE PROCESS OF OVERCOMING THE SECRETS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract: Trade, especially retail, plays an important role in linking producers, consumers, as well as employees and the social community at large. In developed market economies, the trade takes the leading position in marketing channels. In that regard, the trade has a good insight into the changes that occur in the production processes, consumer needs, and demands of the society. Given these changes, trade is heading in the direction of creating a competitive advantage in accordance with the principles of sustainable development, which opens up possibilities for application of this concept in trade. The aim of this paper is to explore the possibilities of implementing the concept of sustainable development in trade and trade management. The starting hypothesis of the work is that the trading companies operate in accordance with the principles of sustainable development. The testing of the hypothesis will be carried out from three angles. The research will start with an analysis of the concept of sustainable development. Second, the subject of a separate analysis in this paper will be the content of the concept of sustainable development in trade and retail, as well as the elements affecting the operational viability of trading companies. In that regard, the subject of the analysis will be the top ten trading companies from the list of 250 largest trading companies in the world and their content of the concept of sustainable development. Bearing in mind the results of the research on the concept of sustainable development in these companies, it can be expected that the trade will base its business philosophy on eco-marketing, with parallel acceptance of eco-management. This means that the companies capable of offering products that do not pollute the environment and that are labeled “eco”, “bio”, or “natural” will ensure their survival in the market. Third, the subject of the research will be the instruments that the trading companies use to achieve the objectives of sustainable business. All these aspects of the research are designed in a way to realize the defined goal and test the initial hypothesis in the paper.

Keywords: trade, sustainable development, trading companies, environmental, economic, social dimension.



UPRAVLJANJE ZADOVOLJSTVOM GOSTIJU U RESTORATERSTVU - REČ MENADŽERA

Milan Ivković

Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Srbija
✉ ivkov.milan@gmail.com

Ivana Blešić

Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Srbija
✉ ivana.blesic@gmail.com

Vidoje Stefanović

Univerzitet u Nišu, Prirodno-matematički fakultet, Srbija
✉ widmil@pmf.ni.ac.rs

Jovanka Popov Raljić

Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Srbija
✉ jovankaraljicpopov@gmail.com

UDK
316.343-057.
177:656.075
Pregledni rad

Apstrakt: Rad istražuje percepciju menadžera o faktorima koji utiču na zadovoljstvo gostiju u restoraterstvu i njihove stavove o sprovođenju istraživanja o potrebama gostiju. Posebno je istraživana percepcija menadžera o važnosti elemenata restoranskog doživljaja za zadovoljstvo gosta. Istraživanje je obuhvatilo 50 menadžera restorana u Srbiji. Kroz deskriptivnu i ANOVA analizu, diferencirana su dva glavna profila menadžera restorana prema starosti i stručnom obrazovanju. Takođe, putem LSD Post hoc testa ustanovljena je statistički značajna razlika između menadžera prema orientaciji ka prikupljanju informacija o potrebama gostiju. Menadžeri restorana moraju stići ugostiteljsko obrazovanje i obratiti više pažnje na potrebe gostiju u cilju pružanja kvalitetne usluge.

Primljeno:
28.03.2014.
Prihvaćeno:
24.10.2014.

Ključne reči: zadovoljstvo gosta, restorani, kvalitet usluge, SERVQUAL, menadžment

1. Uvod

Zadovoljstvo gosta je verovatno jedna od najinteresantnijih i najvažnijih tema u naučnim radovima koji se odnose na menadžment, očekivanja gosta i kvalitet usluge. Svakako, zadovoljstvo gosta predstavlja glavnu težnju i cilj svake kompanije. Kako se tržišta stalno smanjuju, restorani se trude da povećaju zadovoljstvo gostiju i da zadrže svoje redovne goste. Razvoj strategija za privlačenje novih gostiju u velikoj meri zavisi od obrazovanja, iskustva i posvećenosti menadžera. Tvrđnja da pridobijanje novih potrošača košta pet do osam puta više nego zadržavanje trenutnih/redovnih, može biti još jedan razlog zbog kog restorani retko investiraju u marketinške aktivnosti. Osim toga, istraživači su otkrili da su ukupni troškovi dovođenja novih gostiju u poređenju sa gubitkom stalnih, približno šesnaest puta veći (Lindgreen et al., 2000).

Restorani koji shvataju važnost poznavanja očekivanja gostiju, njihove potrebe i želje stavlaju u centar marketinških istraživanja i svojih poslovnih aktivnosti. Sprovođenje istraživanja, u cilju prikupljanja neophodnih informacija, je imperativ u visoko konkurenčnom tržišnom okruženju. Sve veća konkurenca u restoraterstvu i važnost brige o gostu, utiče na potrebu za pružanjem bolje usluge i obezbeđivanjem zadovoljstva gostiju (Ladhari et al., 2008).

Ukoliko restorani uspeju da prikupe relevantne informacije o svojim gostima, biće u mogućnosti da pruže gostima kvalitetnu uslugu i samim tim doprinesu većem zadovoljstvu gostiju. Drugim rečima, upravljanje zadovoljstvom gostiju je zasnovano na poznavanju njihovih očekivanja. Pored toga, balansiranje između percepcije i očekivanja gosta je ključni faktor u upravljanju zadovoljstvom.

Ova studija uključuje istraživanje percepcije menadžera o važnosti elemenata restoranskog doživljaja na zadovoljstvo gosta.

2. Pregled literature

Brojne studije su pokazale da mnoge odrednice igraju važnu ulogu u upravljanju zadovoljstvom gosta. Studije koje su sproveli Lee (2004) i Qu (1997), pokazale su da su neke od tih odrednica kvalitet hrane, kvalitet usluge, čistoća, atmosfera/ambijent u restoranu, adekvatna lokacija, brza usluga i prihvatljiva cena i vrednos, što takođe implicira ponovnu posetu.

Prema drugim objavljenim radovima (Addis i Sala, 2007; Wall i Berry, 2007), okruženje restorana i njegov vizuelni izgled utiču na nivo prihvatljivosti cena, generalno zadovoljstvo i lojalnost. Boshoff i Gray (2004) su istraživali u svojoj studiji da li superiorni kvalitet usluge i zadovoljstvo gosta utiču na lojalnost. Rezultati su pokazali da kvalitet usluge pozitivno utiče na lojalnost i generalno zadovoljstvo gosta. Wakefield i Blodgett (1996) su testirali uticaj

dostupnosti restorana, estetiku, udobnost i čistoću stolica i zaključili da percepcija fizičkog okruženja značajno utiče na zadovoljstvo gosta. Pored toga, Kotler (1973) ističe da zadovoljstvo gosta ne zavisi samo od opipljivih determinanti, nego i od neopipljivih kao što je prijatna atmosfera.

Iako je poznato da je u ugostiteljstvu ljudski faktor najznačajniji element kvaliteta usluge, uvođenje tehnoloških inovacija znatno olakšava rad osoblja i doprinosi boljem kvalitetu usluge i zadovoljstvu gosta. Ansel i Dyer (1999) su otkrili u svojoj studiji da korišćenje informacione tehnologije u restoranima ima četiri važne uloge: smanjenje troškova, bolje upravljanje zaposlenima i prihodima i kao najvažnije, unapređuje konkurentnost i sposobnost prilagođavanja specifičnim zahtevima gostiju. Druge studije pokazuju da su zadovoljni gosti skloniji ponovnoj kupovini, što povećava prihode preduzeća (Gupta et al., 2007), postaju ponovni/redovni potrošači proizvoda i usluga i prenose porodicu i prijateljima pozitivnu povrtnu informaciju na osnovu sopstvenog iskustva (Gibson, 2005). Takođe, zadovoljstvo gosta može uticati na lojalnost gosta, organizaciju i profit, sklonost upućivanju žalbi i word of mouth komunikaciju (Stevens et al., 1995; Soriano, 2002). Soriano (2002, p. 1065) je takođe istakao da: „Neuspeh restorana je delimično rezultat nedostatka strateške orientacije menadžmenta ka merenju i usmeravanju na zadovoljstvo gosta“. Stoga, uloga menadžera restorana može se opisati kao osnovni element za uspešno poslovanje. Jaz između onoga što menadžer misli da je važno za goste i onoga šta gosti misle, može biti promošćen korišćenjem upitnika za istraživanje. Koristan instrument (SERVQUAL), je stvoren u te svrhe od strane grupe autora i detaljno je objašnjena upotreba (Zeithaml et al., 1990). Još jedan instrument, posebno konstruisan za restoraterstvo, od strane Stevens et al. (1995) je DINESERV. Pomenuti instrumenti predstavljaju moćan instrument za menadžere koji mogu da ih koriste u istraživanju očekivanja i percepcije gostiju.

Analizirajući objavljene studije, primećen je određeni nedostatak istraživanja veze između profila menadžera restorana i njihove percepcije očekivanja gostiju.

3. Metodologija

Osnovni material studije su podaci dobijeni anketnim istraživanjem sprovedenim u avgustu 2013. godine u Novom Sadu, u Srbiji. Pedeset menadžera restorana je intervjuisano i zatraženo je da popune upitnike. Dobijeni podaci su analizirani uz pomoć programskog paketa SPSS 17.0. Menadžeri su prvenstveno pitani da raspodele 100 bodova na pet dimenzija kvaliteta prema važnosti koju one imaju za potrošače (ukoliko menadžer smatra da je dimenzija značajnija za potrošače dodeljuje joj više bodova). Za ovo istraživanje je korišćen originalni instrument za raspodelu bodova (Zeithaml et al., 1990). Takođe, menadžeri su zamoljeni da izraze stepen slaganja sa svakom od četiri

tvrđnje koje se odnose na orijentisanost ka marketinškim istraživanjima, pomoću petostepene Likertove skale (1 – uopšte se ne slažem, 5 – u potpunosti se slažem). Ove četiri tvrdnje predstavljaju deo originalnog SERVQUAL upitnika za menadžere čiji su tvorci Zeithaml el al. (1990). Pouzdanost mernog instrumenta je određena na osnovu koeficijenta Cronbach's alpha koji iznosi 0,610. Dobijena vrednost koeficijenta ukazuje na prihvatljivost instrumenta (Nunnally, 1978).

Na osnovu cilja istraživanja, formulisane su sledeće hipoteze:

Hipoteza 1: (a) Menadžeri restorana su nedovoljno obrazovani za posao u ugostiteljstvu i samim tim (b) nisu sposobni i spremni da budu menadžeri.

Hipoteza 2: Menadžeri restorana ne prepoznaju personalizaciju usluge kao osnov za diferenciranje na tržištu.

Hipoteza 3: Menadžeri restorana su više posvećeni da saznaju šta gosti očekuju umesto koji nivo kvaliteta usluge očekuju.

4. Rezultati rada i diskusija

U cilju istraživanja razlike u stavovima menadžera, izvršena je analiza socijalno-demografskih karakteristika (tabela 1). Rezultati prikazuju tri važne činjenice: (1) menadžeri restorana su uglavnom mlađi od 40 godina (70%), (2) 44% menadžera ima samo srednjoškolsko obrazovanje, (3) 60% menadžera nema stručno ugostiteljsko obrazovanje. Drugim rečima, menadžeri su mlađi ljudi sa nedovoljno stručnim ili opštim obrazovanjem, što potvrđuje hipotezu 1a.

Tabela 1. Profil menadžera

Starost	Frekvencija	Procenat	Iskustvo u ugostiteljstvu		Frekvencija	Procenat
			1-5	6-10		
21-30	7	14			4	8
31-40	28	56	6-10	16	32	
41-50	15	30	11-15	14	28	
			16-20	12	24	
			>20	4	8	
Obrazovanje	Frekvencija	Procenat	Profesionalno obrazovanje u ugostiteljstvu		Frekvencija	Procenat
			Da	Ne		
Srednja škola	22	44			20	40
Fakultet	27	54			30	60
Master	1	2				

Prema tome, Lolli (2013) ističe da su mlađi menadžeri uglavnom nepripremljeni za svoj rad u vidu komunikacionih sposobnosti, pogotovo kad je u pitanju subordinacija (vertikalna komunikacija). Većina mlađih menadžera (početnika) nema dobre komunikacione sposobnosti (English et al., 2007), a isto važi za one koji su tek završili fakultet. Na osnovu toga, može se zaključiti da mlađi, i ljudi sa neadekvatnim obrazovanjem, nisu najbolji izbor za posao menadžera restorana. Samim tim, hipoteza 1b može biti prihvaćena.

Nedostatak neophodnog stručnog obrazovanja i iskustva iz ugostiteljske oblasti, dovodi do očekivanih rezultata prikazanih u tabeli 2. Dimenzija kvaliteta usluge „Izgled restorana, restoranske opreme, osoblja, materijala“ dobila je najviše bodova od svih pet ponuđenih. Na osnovu toga, moguće je zaključiti da menadžeri posvećuju znatno veću pažnju fizičkom izgledu (23,5) nego personalizovanoj pažnji (16,36). Nasuprot ovim rezultatima, druge studije (Soriano, 2002) pokazuju da su gosti restorana ocenili ambijent restorana kao najmanje važnu dimenziju posle kvaliteta hrane (kao najvažnije), kvaliteta usluge i cene/vrednosti jela. Brojne studije su potvratile značaj estetskih elemenata i prijatne atmosfere u restoraterstvu (Liu i Jang, 2009; Wall i Berry, 2007), njihov uticaj na potrošnju gostiju (Baker et al., 1992), dužinu boravka (Gueguen i Petr, 2006), međutim, lična pažnja od strane osoblja je ključni faktor u pružanju visoko kvalitetne usluge. Po mišljenju menadžera, znanje i ljubaznost osoblja i njihova spremnost da pomognu gostima je manje važno od prethodno pomenutih fizičkih osobina.

Tabela 2. Raspodela bodova

Tvrdnje (dimenzije)	Dodeljeni bodovi (\bar{X})	Minimum dodeljenih bodova	Maksimum dodeljenih bodova
Izgled restorana, restoranske opreme, osoblja, materijala	23,5	10	50
Sposobnost restorana da pouzdano i precizno pruži obećanu uslugu	22,3	10	70
Spremnost restorana da se pomogne gostima i pruži brza usluga	18,24	5	30
Znanje i ljubaznost restoranskog osoblja i njihova sposobnost ulivanja poverenja	19,61	5	35
Personalizovana pažnja koju restoran pruža svojim gostima	16,36	5	30

n=50

U namjeri da se postigne zadovoljstvo potrošača, menadžeri bi morali poznavati njihove potrebe, što uključuje obezbeđivanje personalizovane usluge (ljubazno osoblje koje poznaje preferencije gostiju). S tim u vezi, Maričić

(2006) navodi da je stvaranje vrednosti i zadovoljstvo gosta srž moderne marketinške prakse. Ostvarivanje čvrsih kontakata sa potrošačima, na osnovu ispunjavanja njihovih očekivanja i obezbeđivanje personalizovane usluge, čini model za pridobijanje lojalnih gostiju. To znači da restoran može/treba da ponudi uslugu koja je jedinstvena i u isto vreme percipirana od strane potrošača kao najbolja opcija. Na osnovu ovoga i rezultata prikazanih u tabeli 2, hipoteza 2 može biti prihvaćena.

Standardizacija u ugostiteljstvu je jedan od novih trendova, ali pružanje personalizovane usluge, kao suprotnog trenda, je od suštinske važnosti za diferenciranje, superiorni kvalitet usluge i zadovoljstvo i lojalnost gostiju. Stoga, ova dva različita (suprotna) procesa se moraju odvijati istovremeno. Na osnovu ANOVA analize (tabela 3) istraživano je postojanje statistički značajnih korelacija između zavisnih varijabli (aktivnosti ka prikupljanju informacija od potrošača) i nezavisnih varijabli (sociodemografske karakteristike ispitanika).

Tabela 3. Analiza varijanse ANOVA prema starosnoj strukturi ispitanika

Orijentisanost ka marketinškim istraživanjima (tvrdnje)	\bar{X}			F-value	LSD Post hoc test
	starosna grupa 1 21-30	starosna grupa 2 31 - 40	starosna grupa 3 41-50		
Redovno prikupljamo informacije o potrebama naših gostiju	4,4286	4,3571	3,8000	5,586*	3 < 1, 2
Retko koristimo informacije o našim gostima koje su prikupljene istraživanjem tržišta (-)**	4,8571	4,5357	4,2000	2,625	-
Redovno prikupljamo informacije o očekivanjima gostiju povodom kvaliteta usluge	4,1429	4,4286	4,0667	1,630	-
Menadžeri u našem restoranu retko komuniciraju sa gostima (-)**	4,5714	4,5714	4,3333	0,585	-

* $p < 0,01$

** Pitanja su navedena u negaciji u upitniku i kod unosa u matricu je izvršena inverzija

Rezultati analize varijanse ukazuju da postoje statistički značajne razlike ($p<0,01$) između starosnih kategorija po snovu prve tvrdnje (tabela 3). S tim u vezi, LSD Post-hoc test je primenjen da bi se uočene razlike bliže ispitale. Rezultati LSD Post-hoc testa pokazuju da su najstariji ispitanici (starosna grupa 3) manje skloni istraživanju potreba potrošača nego mlađi ispitanici. Drugim rečima, mlađi menadžeri (starosne grupe 2 i 3) prepoznaju značaj poznavanja potreba potrošača kao dinamične varijable.

Menadžeri ne sprovode marketinška istraživanja dovoljno često i na adekvatan način (odgovarajući upitnici). Prema tome, nisu u stanju da pretvore podatke prikupljene u istraživanju u instrument za marketinški nastup i unapređenje kvaliteta usluga. Prema nekim autorima (Narver i Slater, 1990, Han et al., 1998), kompanije koje su marketinški orijentisane trebalo bi da su u poziciji da „oseće“ tržište (preferencije potrošača) i da na osnovu toga inoviraju uslugu koja bi obezbedila superiorni kvalitet potrošaču. Povodom značaja orijentisanosti ka marketinškim istraživanjima, pojedini autori naglašavaju da rezultati istraživanja imaju pozitivan uticaj na kvalitet usluge, zadovoljstvo gosta, zadovoljstvo osoblja i ideo na tržištu (Agarwal et al., 2003) i finansijsko poslovanje, odnosno profit.

Na osnovu rezultata prikazanih u tabeli 3, može se zaključiti da je sprovođenje marketinških istraživanja u restoranima više bazirano na potrebama potrošača nego na kvalitetu koji se očekuje od usluge. Ovi rezultati potvrđuju hipotezu 3.

Prilikom inoviranja usluge, menadžeri bi trebalo da uzmu u obzir, bez obzira da li je reč o novoj usluzi u restoranu ili novoj usluzi na tržištu, da jedino usluge koje su nove na tržištu imaju pozitivni uticaj na poslovni uspeh (Leskiewicz Sandvik i Sandvik, 2003).

5. Zaključak

Sprovedeno istraživanje omogućilo je identifikaciju profila menadžera i determinaciju značajnih razlika u njihovim stavovima prema istraživanju tržišta. Na osnovu dobijenih rezultata, može se zaključiti da se na menadžerskim pozicijama uglavnom nalaze mlađi ljudi, sa nedovoljnim ugostiteljskim obrazovanjem. Budući da su menadžeri najviše odgovorni za uspešno poslovanje, trebalo bi da su najiskusniji i najobrazovaniji, što nije slučaj u obuhvaćenom uzorku.

Davanje većeg značaja dizajnu i enterijeru restorana u poređenju sa ljudskim faktorom (koji je ključni element u stvaranju visoko kvalitetnih usluga) i personalizovanom uslugom, može se povezati sa nedostatkom odgovarajućeg obrazovanja menadžera, nedostatkom redovnog istraživanja i nepraćenjem trendova u ugostiteljskoj oblasti. Savremeni gosti nisu više

zadovoljni sa estetskim komponentama i ponudom tržišta, oni žele personalizovanu uslugu po kojoj su pojedini restorani prepoznatljivi i uspešni na tržištu. Stoga, neprihvatljivo je da menadžeri ovom faktoru dodele niske ocene, odnosno da ga nedovoljno vrednuju.

Posebno se ističe iznenađujuća činjenica da stariji i iskusniji menadžeri retko sprovode istraživanja o potrebama gostiju. Kao konačan zaključak može se reći da istraživanje potreba gostiju nije na zadovoljavajućem nivou i da se prikupljeni podaci retko koriste radi unapređenja poslovnih aktivnosti, što je direktno povezano sa neadekvatnim obrazovanjem većine menadžera i njihovom lošom percepcijom potreba gostiju. Prema tome, unapređenje kvaliteta usluge i povećanje zadovoljstva gostiju ne može biti ostvareno u odgovarajućoj meri.

Literatura

- Addis, M. and G. Sala (2007) "Buying a book as a Christmas gift: two routes to customer immersion", *The Service Industries Journal*, 27 (8): 991-1006.
- Agarwal, S., M. K. Erramilli, and C. S. Dev (2003) "Market orientation and performance in service firms: role of innovation", *Journal of Services Marketing*, 17 (1): 68-82.
- Ansel, D. and C. Dyer (1999) "A framework for restaurant information technology", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40 (3): 74-84.
- Baker, J., M. Levy, and D. Grewal (1992) "An experimental approach to making retail store environment decisions". *Journal of Retailing*, 68: 445-460.
- Boshoff, C. and B. Gray (2004) "The relationships between service quality, customer satisfaction and buying intentions in the private hospital industry", *South African Journal of Business Management*, 35 (4): 27-37.
- English, D. E., E. J. Manton, and J. Walker (2007) "Human resource perceptions of selected communication competencies", *Education*, 127: 410–418.
- Gibson, H. (2005) "Towards an understanding of why sport tourists do what they do", *Sport in Society Special Issue: Sport Tourism: Concepts and Theories* 8 (2): 198–217.
- Gueguen, N. and C. Petr (2006) "Odors and consumer behavior in a restaurant", *International Journal of Hospitality Management*, 25: 335–339.
- Gupta, S., E. McLaughlin, and M. Gomez (2007) "Guest satisfaction and restaurant performance", *Cornell Hotel and Restaurant and Restaurant Administration Quarterly*, 48 (3): 284–298.
- Han, J. K., N. Kim, and R. Srivastava (1998) "Market orientation and organizational performance: is innovation a missing link?", *Journal of Marketing*, 62: 30-45.
- Kotler, P. (1973) "Atmospherics as a marketing tool". *Journal of Retailing*, 49 (4): 48-64.
- Ladhari, R., I. Brun, and M. Morales (2008) "Determinants of dining satisfaction and post-dining behavioral intentions", *International Journal of Hospitality Management*, 27: 563-573.

- Lee, S. S. (2004) "College student's perception and preference of brand name foodservice in university dining operations", Oklahoma State University, Stillwater, United States.
- Leskiewicz Sandvik, I. and K. Sandvik (2003) "The impact of market orientation on product innovativeness and business performance", *International Journal of Research in Marketing*, 20: 355-376.
- Lindgreen, A., R. Davis, R. J. Brodie, and M. Buchanan-Oliver (2000) "Pluralism in contemporary marketing practices", *International Journal of Bank Marketing* 18 (6): 294-308.
- Liu, Y. and S. C. S. Jang (2009) "Perceptions of Chinese restaurants in the U.S.: what affects customer satisfaction and behavioral intentions?", *International Journal of Hospitality Management*, 28 (3): 338-348.
- Lolli, J. C (2013) "Interpersonal communication skills and the young hospitality leader: Are they prepared?", *International Journal of Hospitality Management*, 32: 295-298.
- Maričić, B (2006) *Ponašanje potrošača*. Ekonomski fakultet, Beograd.
- Narver, J. C. and S. F. Slater (1990) "The effects of a market orientation on business profitability", *Journal of Marketing*, 54: 20-35.
- Nunnally, J. C. (1978) *Psychometric theory*, 2nd ed., New York: McGraw-Hill.
- Qu, H (1997) "Determinant factors and choice intention for Chinese restaurant dining: A multivariate approach", *Journal of Restaurant and Foodservice Marketing*, 2 (2): 35-49.
- Soriano, R. D. (2002) "Customers' expectations factors in restaurants: The situation in Spain", *International Journal of Quality and Reliability Management*, 19 (8-9): 1055-1067.
- Stevens, P., B. Knutson, and M. Patton (1995) "DINESERV: a tool for measuring service quality in restaurant", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36 (2): 56-60.
- Wakefield, K. L. and J. G. Blodgett (1996) "The effect of the servicescape on customers' behavioral intentions in leisure service settings", *The Journal of Services Marketing*, 10 (6): 45-61.
- Wall, E. A. and L. L. Berry (2007) "The combined effects of the physical environment and employee behavior on customer perception of restaurant service quality", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48 (1): 59-69.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, and L. L. Berry (1990) *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.

MANAGING CUSTOMER SATISFACTION IN THE RESTAURANT INDUSTRY: A WORD FROM MANAGERS

Abstract: The present paper studies managers' perception of factors that influence customer satisfaction in the restaurant industry and their attitudes towards conducting a research on customer needs. In particular, we studied the managers' perception of the importance of restaurant experience elements of customer satisfaction. The research involved 50 restaurant managers in Serbia. Through descriptive and ANOVA analysis, we differentiated two main profiles of restaurant managers in terms of age and professional education. Also, we found through LSD Post hoc test statistically significant difference among managers in regards to customers' needs data collection. Restaurant managers need to obtain education in the hospitality industry and to pay more attention to customer needs in order to provide quality service.

Keywords: customer satisfaction, restaurants, service quality, SERVQUAL, management

Uputstvo za pripremu radova naučnog časopisa

EKONOMSKE TEME

U časopisu objavljujemo originalne (istraživačke) naučne radove, prethodna saopštenja (originalne naučne radove punog formata, ali manjeg obima ili preliminarnog karaktera), pregledne radove, ali i prikaze knjiga. Ekonomske teme je časopis sa ekonomskom tematikom, međutim, autori koji istražuju u drugim disciplinama iz polja društvenih nauka, pišu na inovativan način o temama koje mogu interesovati naše čitaocе, takođe, mogu slati svoje rukopise. Naučni časopis Ekonomske teme je dvojezična publikacija koja izlazi četiri puta godišnje. Autori dostavljaju rukopise na srpskom ili engleskom jeziku, a nakon obaveštenja o uspešno okončanom procesu recenzije, dužni su da dostave verzije rada na oba jezika.

1. Autorska prava

Rukopis koji se predaje uredništvu časopisa ne sme biti prethodno objavljen u datom obliku, sa manjim razlikama u pogledu sadržine, niti razmatran za objavljivanje u drugim časopisima. Nakon što je rad odabran za objavljivanje, autori moraju dati pisanu izjavu o originalnosti rukopisa u kojoj, takođe, navode da časopisu predaju autorska prava.

Ukoliko vaš rukopis sadrži delove radova zaštićenih autorskim pravima (uključujući i internet sadržaje) kao što su ilustracije, tabele, grafički sadržaji ili citati teksta (duži od 150 slovnih znakova), molimo vas da prethodno pribavite pisanu dozvolu od vlasnika autorskih prava (obično izdavač). U cilju prevencije pojave plagijata časopis koristi podršku sistema za proveru preklapanja teksta.

2. Postupak recenziranja i objavljivanje

Svoje rukopise šaljite na adresu elektronske pošte ekonomsteme@eknfak.ni.ac.rs. Svi primljeni rukopisi moraju imati dve bezuslovno pozitivne anonimne recenzije da bi bili objavljeni. Konačnu odluku o svakom pristiglom rukopisu donosi glavni i odgovorni urednik. Na nama je da obezbedimo uredan proces recenziranja pristiglih radova. Trudimo se da redosled pristiglih radova određuje dinamiku objavljivanja. Svakom autoru omogućuje se da objavi jedan rad u svakom godištu časopisa (izuzetno dva).

3. Struktura rukopisa

3.1 Obavezni i neobavezni elementi

Rukopis obavezno sadrži naslov rada, imena i prezimena autora, podatke o institucijama kod kojih su autori zaposleni (tzv. afilijacija), detalji za kontakt (redovna poštanska adresa i adresa elektronske pošte), apstrakt, spisak pet ključnih reči, uvod, glavni deo teksta, zaključak i spisak referenci. Rukopis može, ali ne mora, sadržati i zahvalnicu, dodatke, opis korišćenih podataka, matematičke dokaze i slično.

Naslov rukopisa treba biti kratak (ne više od 10 reči) i jasan. Naslov može biti praćen i jednim podnaslovom, u kom slučaju se podnaslov odvaja crticom ili korišćenjem interpunkcijskog znaka dve tačke. Formatirati naslov na sledeći način: **BOLD**, velika slova, 12 pt.

Nakon imena i prezimena autora slede podaci o afilijaciji (univerzitet, fakultet/departman), naučna titula, akademsko zvanje, poštanska i adresa elektronske pošte.

Apstrakt (sažetak) ne bi trebalo da bude duži od dve stotine reči. Apstrakt treba da sadrži naznake o svrsi, primjenenoj metodologiji ili pristupu, glavnim nalazima i eventualno ograničenja samog istraživanja. Ne uključujte pozive na literaturu ili neuobičajene skraćenice u apstrakt. Pet ključnih reči treba navesti neposredno nakon apstrakta.

U časopisu objavljujemo rukopise obima od pet do deset hiljada reči. Neophodna su sledeća tehnička podešavanja: *Margine*: Page Setup - Margins - top, bottom - 5cm, left, right - 4cm, header, footer - 4.3cm; *Paper size*: A4; *Font*: Times New Roman (latinica) - 11pt. *Prored*: Paragraph - Indents and spacing: *Indentation*: Left, Right 0; *Special*: First line 0.6; *Spacing*: Before 6pt, After 0pt; *Line spacing*: Single. Kurzivom (*italic*) treba naglašavati reči i fraze unutar teksta, ali ne i čitave paragrafe. Kurziv treba koristiti da bi se naglasile reči i fraze koje se preuzimaju iz drugih jezika (npr. latinskog). Zadebljana slova (**bold**) se mogu koristiti isključivo za naslov i određene podnaslove. Uvek koristite fusnote umesto endnota, ali nikada fusnote kao zamenu za spisak referenci. Tabele i dijagrami moraju se dati u kvalitetu pogodnom za jasnu reprodukciju, a možemo ih vratiti autoru na ponovnu izradu ukoliko kvalitet ne zadovoljava.

3.2 Podnaslovi

Svi podnaslovi moraju biti numerisani arapskim brojevima, po redosledu pojavljivanja. Izbegavajte korišćenje više od tri nivoa podnaslova. Sledi instrukcije za formatiranje:

Podnaslov prvog nivoa: **bold**, mala slova, 11 pt.

Podnaslov drugog nivoa: ***kurziv bold***, mala slova, 11 pt.

Podnaslov trećeg nivoa: *kurziv*, mala slova, 11 pt.

3.3 Pozivi na literaturu u tekstu (referenciranje i citiranje)

U časopisu primenjujemo tzv. Harvard stil (sistem) referenciranja. Molimo vas da kada se pozivate na publikaciju koja ima dva autora obavezno navedete prezimena jednog i drugog autora, dok ako ih ima više od dva navedete prezime prvonavedenog autora i nakon toga skraćenicu **et al.** Po potrebi iza tačke sledi i zarez.

Kada se prezime autora pominje u tekstu, neposredno nakon prezimena mora da sledi godina objavljivanja publikacije, data u malim zagradama:

Primer: ... po Fisheru (1933)

U ostalim slučajevima prezime i godina stoje u zagradama:

Primer: (Fisher, 1933)

Broj stranice obavezno treba navesti ukoliko citirate određeni tekst (izvorni tekst mora biti dat kao i u originalu, tj. *in extenso*), ili kada se ne osvrćete na glavni zaključak, već na konkretnu ideju ili tvrdnju (**npr. Fisher, 1933, p. 58**). Citat se mora jasno izdvojiti od ostalog teksta upotrebom znaka navoda na početku i kraju citata.

3.4 Spisak referenci

3.4.1 Kompletност

Pozivi na literaturu (citati) u tekstu rada moraju se u potpunosti poklapati sa spiskom referenci. Reference u spisku treba poređati abecednim redom (po prezimenu prvog autora) i ne numerisati.

3.4.2 Opšte napomene o stilu navođenja referenci u spisku

Ako se isti autor(i) navodi dva ili više puta, prvo treba navesti stariju publikaciju. Ako se isti autor(i) navodi više puta sa radovima objavljenim u istoj godini, uz godinu objavljivanja treba kao sufiks navesti (**a, b** i tako redom), dodavanjem iza godine, na primer (**2010a**). Zapazite da se reference objavljene u istoj godini od istih autora redaju po abecednom redu imajući u vidu naslov rada. Spisak referenci treba tako formatirati da se drugi red kod svakog unosa uvuče pet karaktera. Cenićemo ako su u spisku referenci imena i prezimena autora data u celini, ali ćemo prihvatići i ukoliko se umesto imena autora unese samo inicijal.

3.4.3 Poseban stil za određene tipove referenci

Knjiga sa navedenim autorima:

Model: Prezime, inicijali. (godina) naslov knjige, mesto izdanja: izdavač.

*Primer: O'Hara, M. (2004) *Market microstructure theory*, Cambridge: Blackwell Publishers.*

Knjiga sa navedenim autorima i rednim brojem izdanja:

Model: Prezime, inicijali. (godina) *naslov knjige*, broj izdanja, mesto izdanja: izdavač.

Primer: O'Hara, M. (1998) *Market microstructure theory*, 2nd ed., New York: John Wiley & Sons.

Zbornik radova sa navedenim urednicima:

Model: Prezime, inicijali. (eds.) (godina) *naslov knjige*, mesto izdanja: izdavač.

Primer: Bisignano, J. and W. Hunter (eds.) (2000) *Global financial crises: Lessons from recent events*, Boston: Kluwer Academic Publishers.

Savremeno izdanje starije knjige:

Model: Prezime, inicijali. (originalna godina objavljanja) godina savremenog izdanja, *naslov knjige*, mesto izdanja: izdavač.

Primer: Keynes, J. M. (1936) 1973, *The general theory of employment, interest and money*, London: The Royal Economic Society.

Rad (odeljak) u zborniku radova ili drugoj kolektivnoj publikaciji:

Model: Prezime, inicijali. (godina) "naslov odeljka", prezime i inicijal urednika (ed.), *naslov publikacije*, mesto izdanja: izdavač, stranice.

Primer: McKinnon, R. (2000) "Limiting moral hazard and reducing risk in international capital flows: The choice of an exchange rate regime", in Bisignano J. and W. Hunter (eds.), *Global financial crises: Lessons from recent events*, Boston: Kluwer Academic Publishers, pp. 159–176.

Napomena: Ako publikacija ima dva ili više urednika, umesto (ed.) navesti (eds.).

Knjiga (publikacija) u kojoj je institucija navedena kao autor:

Model: Institucija (godina) "naslov", mesto izdanja: izdavač.

Primer: OECD (2013) "OECD Economic Surveys: China 2013", Paris: OECD Publishing.

Rad u časopisu, sa jednim autorom:

Model: Prezime, inicijali. (godina) "naslov rada", *naziv časopisa*, redni broj godišta (broj sveske): stranice.

Primer: Haggard, S. (1985) „The politics of adjustment: Lessons from the IMF's Extended Fund Facility“, *International Organization*, 39 (3): 505–534.

Rad u časopisu, sa dva autora:

Model: Prezime prvog autora, inicijal. and inicijal drugog autora. prezime drugog autora (godina) "naslov rada", *naziv časopisa*, redni broj godišta (broj sveske): stranice.

Primer: Frenkel, A. J. and R. M. Levich (1975) "Covered interest arbitrage: Unexploited profits?", *Journal of Political Economy*, 83 (2): 325–338.

Rad u časopisu, sa više od dva autora, i primer navođenje više radova istih autora:

*Primer: Josifidis, K., J. Allegret, and E. Beker Pucar (2009) “Monetary and exchange rate regimes changes: The cases of Poland, Czech Republic, Slovakia and Republic of Serbia”, *Panoeconomicus*, 56 (2): 199–226.*

*_____ (2011) “Inflation targeting and exchange rate regime in Serbia and selected transition economies”, *Eastern European Economics*, 49 (4): 88–105.*

Rad u časopisu, još uvek neobjavljen (npr. u štampi):

Model: Prezime, inicijali. (forthcoming) “naslov rada”, naziv časopisa.

*Primer: Marinković, S. and O. Radović (forthcoming) “Bank net interest margin related to risk, ownership and size: An exploratory study of the Serbian banking industry”, *Economic Research*.*

Rad u časopisu, sa DOI:

Model: Prezime, inicijali. (godina) “naslov rada”, naziv časopisa, doi: adresa

*Primer: Fungáčová, Z. and T. Poghosyan (2011) “Determinants of bank interest margins in Russia: Does bank ownership matter?” *Economic Systems*, doi: 10.1016/j.ecosys.2010.10.007*

Radna dokumenta/Dokumenta za diskusiju:

Model: Prezime, inicijali (godina), “naslov rada”, naziv radnog dokumenta, broj, izdavač, mesto izdanja, mesec izdanja.

Primer: Gordon, J. R. (2012) “Is U.S. economic growth over? Faltering innovation confronts the six headwinds”, NBER Working Paper, No. 18315, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, August.

Napomena: Molimo vas da uočite razliku između ovih i dokumenata dostupnih na internetu. Radna, tj. dokumenta za diskusiju ne moraju biti isključivo dostupna na internetu, niti uopšte dostupna na internetu. Ovo su periodične, obično redom numerisane publikacije izvesnih institucija.

Članak u novinama sa navedenim autorom:

*Primer: Krugman, P. (2011) “Killing the Euro”, *The New York Times*, 1 December.*

Članak u novinama bez navedenog autora:

Primer: Financial Times (2012) “Siemens to pay €170m to Greece over alleged bribery of officials”, 9 March.

Neobjavljen materijal:

Primer: Arsić, M., Z. Mladenović, A. Nojković, and P. Petrović (2005) “Makroekonometrijsko modeliranje privrede Srbije: Teorijske osnove i rezultati”, CES MECON, mimeo.

Dokumenta ili baze podataka sa interneta, privatne ili zvanične internet stranice:

Primer: Jelašić, R. (2010) Ključne determinante kretanja cena u Srbiji: Empirijski pregled devet godina tranzicije, http://www.nbs.rs/internet/latinica/15/konferencije_guvernera/prilozi/20100309_kopaonik.pdf. Accessed 15 August 2012.

Publikacije objavljene na drugim jezicima ili pisane nelatiničnim pismima:

Napomena: Naslov publikacije ili rada na drugim jezicima, ali u latiničnom pismu, kada se navodi u verziji časopisa Ekonomski teme koja izlazi na engleskom jeziku treba ostaviti na izvornom jeziku. Ako je pak naslov izvorno zapisan nelatiničnim pismom može se navesti izvornim ili latiničnim pismom, pri čemu autor može, ali ne mora, navesti i prevod naslova na engleski jezik.

*Primer 1: Schmidt, G., J. Allouche, P. Bardelli, and R. Beaujolin-Bellet (2012) "Restructurations d'enterprises", *Revue française de gestion*, 38 (220): 73–74.*

*Primer 2: Капелюшников, Р. (2013) „Сколько стоит человеческий капитал России?“ (Russia's human capital: What is it worth?) *Войросы Экономики*, 2, 24–46.*

Indirektni izvori:

Napomena: Ovakav način citiranja je prihvatljiv isključivo ako niste u stanju uz normalnu istrajanost doći do primarnog izvora. Ako je to slučaj, primarni izvor uvek prvo navodite, a u nastavku, u zagradama i indirektni izvor.

*Primer: Israel, G. and B. Ingrau (1990) *The invisible hand*, Cambridge: MIT Press. (quoted in Minsky, P. Hyman (1995) "Financial factors in the economics of capitalism", *Journal of Financial Services Research*, 9, 197–208).*

Naslov i podnaslov:

Napomena: Kod nekih knjiga, ređe i kod radova u časopisima, pojavljuje se naslov iza kojeg sledi podnaslov. Ako je opravdano, podnaslov se takođe može navesti, izdvojen od naslova znakom dve tačke, čak i ako na koricama ili naslovnoj strani rada ovakva interpunkcija nije upotrebljena. Prva reč u podnaslovu uvek treba biti napisana velikim slovom.

*Primer: Harris, Larry (2003) *Trading and exchanges: Market microstructure for practitioners*, Oxford: Oxford University Press.*

4. Lektura

Pre objavljinjanja autorima šaljemo lektorisan tekst za eventualnim korekcijama, koji nakon provere autori treba da vrate uredništvu u roku od deset radnih dana.

5. Finansijski detalji i pravo na besplatan primerak

Svakom autoru šalje se po jedan primerak sveske u kojoj je rad objavljen. Časopis autorima ne naplaćuje naknadu za recenziranje niti objavljinjanje radova, ali takođe i ne honorariše radove.