

**DRUŠTVO
EKONOMISTA
BEOGRADA**
osnovano 1932

EKONOMSKI VIDICI

ISSN 0354-9135
UDK-33
COBISS.SR-ID 116154887

Godina XX, Broj 1
Beograd, mart, 2015.



EKONOMSKI VIDICI

Časopis Društva ekonomista Beograda (Osnovano 1932.g.)

Godina XX

Beograd, mart 2015.

Broj 1 str. 1 - 93

Izdavač:

Društvo ekonomista Beograda,
Beograd, Kneza Miloša 12
Tel/faks: 011/2642-026
Tekući račun: 180-100121001142034
E-mail: debeograd@gmail.com

**Predsednik Društva
ekonomista Beograda:**

dr Gojko Rikalović

Glavni i odgovorni urednik

dr Jelica Petrović - Vujačić

Redakcija, Board of Editors

Редакционная коллегия

dr Jelica Petrović - Vujačić, dr Zorka Zakić,
dr Vesna Milićević, dr Petar Đukić, dr Ljubinka Joksimović, dr Gojko Rikalović, dr Ivica Stojanović, dr Darko Marinković, dr Milan Šojić, dr Jugoslav Mijatović, dr Sreten Vuković, dr Sida Subotić, dr Nataša Cvetković, dr Ljiljana Jeremić, dr Radmila Grozdanić, dr Snežana Grk, dr Bojan Ilić, dr Gordana Kokeza, dr Dejan Molnar

Tehnički urednik:

Slavomir Mirković

Štampa:

ALKAGRAF, Beograd

Časopis izlazi četiri puta godišnje

Publisher:

Economists Association of Belgrade
(Founded in 1932),
Beograd, Kneza Miloša 12
Tel/fax: 011/2642-026

**President of Economists Association of
Belgrade:**

dr Gojko Rikalović

Editor-in-Chief:

dr Jelica Petrović - Vujačić

Technical Editor:

Slavomir Mirković

Издательство:

Союз экономистов Белграда,
Београд, Кнеза Милоша 12
Тел/факс: 011/642 026

**Председатель Союза экономистов
Белграда:**

др Гојко Рикаловић

Главный ответственный редактор:

др Јелица Петровић - Вујачић

Технический редактор:

Славомир Мирковић

Ekonomski vidici, godina XX, Br. 1, 2015.

Urednik broja dr Gojko Rikalović

SADRŽAJ

Biljana Jovanović Gavrilović, Gojko Rikalović, Dejan Molnar	
PERFORMANSE PRIVREDE SRBIJE U KRALJEVINI SRBA, HRVATA I SLOVENACA.....	1
Nemanja Backović Vesna Milićević, Bojan Ilić	
ULOGA BRICS ZEMALJA U SAVREMENOJ MEĐUNARODNOJ EKONOMIJI.....	29
Dalibor Bubnjević	
ETIČKE DILEME PRODAVCA U SAVREMENOM POSLOVNOM OKRUŽENJU.....	39
Andrijana Mrkaić Ateljević	
KONKURENTSKA I KOMPARATIVNA PREDNOST TURISTIČKE DESTINACIJE.....	53
Svetlana Drljača	
FINANSIJSKI LIZING U SRBIJI I UZROCI SATURACIJE TRŽIŠTA.....	65
Aleksandra Tornjanski	
EFEKTI STRATEŠKOG PARTNERSTVA KOMPANIJE AIR SERBIA NA POSLOVANJE AERODROMA BEOGRAD.....	81

PERFORMANSE PRIVREDE SRBIJE U KRALJEVINI SRBA, HRVATA I SLOVENACA

Biljana Jovanović Gavrilović*

bgavriilo@ekof.bg.ac.rs

Gojko Rikalović**

rikgoj@ekof.bg.ac.rs

Dejan Molnar**

dejanmolnar@ekof.bg.ac.rs

Rezime

Posle Prvog svetskog rata Srbija je postala deo velike države koja je pokrivala područja sa različitim istorijskim zaleđem i ostvarenim rezultatima na planu privrednog razvoja. Raznolikost ekonomskih prilika ogledala se u prisustvu relativno razvijenih formi tržišne privrede u Sloveniji, Vojvodini i delovima Hrvatske, ali i naturalnih oblika privređivanja na određenim područjima Srbije, BiH, Makedonije i Crne Gore. Šire tržište, obilje radne snage, raznovrsno prirodno bogatstvo i povoljan geografski položaj mogli su dati izvestan podstrek privrednom razvoju u pojedinim delovima zemlje, uključujući Srbiju. Međutim, nasleđeni problemi, u kombinaciji sa karakterom uspostavljenog privrednog sistema, nisu pogodovali formulisanju strategije ukupnog i regionalnog razvoja, pa stoga ni bitnijoj promeni njenog ekonomskog položaja i privredne strukture.

Pošto je statistička služba Srbije posle Prvog svetskog rata postala deo centralizovanog upravnog aparata nove države, statistički podaci se najčešće prikazuju za celu zemlju, a ne i njene uže celine na osnovu kojih bi se mogli rekonstruisati rezultati za Srbiju. Ipak, raspoloživa statistička građa pruža određene mogućnosti i za analizu na tom prostoru. Polazeći od dostupnih podataka, u radu će se osvetliti stanje u privredi Srbije neposredno posle rata, utvrditi raspoloživi ljudski i materijalni činioci proizvodnje i oceniti ostvareni

* Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu. Ovaj rad je nastao u okviru projekata, finansiranih od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, br. 179065 i III 46001.

** Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu.

rezultati na planu privrednog razvoja do izbijanja Velike krize, uz sagledavanje ključnih prepreka na tom putu.

Ključne reči: ekonomski razvoj, struktura privrede, faktori razvoja, razvojna ograničenja, Srbija

UVOD

Tokom XIX veka Evropa je zabeležila značajan ekonomski razvoj, koji je imao svoje ishodište u severozapadnom delu kontinenta (Britanija, Francuska, Nemačka, Belgija, Holandija), odakle se širio ka jugu i istoku gubeći postepeno svoju snagu. Taj razvoj je bio neravnomeran i relativno umeren u poređenju sa modernim standardima. Mada je u nekim manje razvijenim evropskim ekonomijama, poput Italije, Austrije i Rusije, zabeležen relativno dinamičan ekonomski napredak krajem XIX i početkom XX veka, činjenica je da su uoči Prvog svetskog rata gotovo sve zemlje istočne i jugoistočne Evrope bile dosta zaostale u poređenju sa severozapadom. Njihov dohodak *per capita* je u proseku iznosio polovinu i manje od onog koji je odlikovao razvijeniji deo evropskog kontinenta.¹ Pored severozapadne Evrope, Severna Amerika i Okeanija su takođe bile uvučene u vrtlog ekonomskog razvoja. Do 1913. godine ove prekomorske teritorije su već premašile nivo dohotka po stanovniku u razvijenom delu Evrope. Iako su obuhvatale samo 18% svetskog stanovništva, severozapadna Evropa, Severna Amerika i Okeanija su stvarale u to vreme čak 62% svetskog dohotka.² Razvojem prekomorskih teritorija, posebno SAD, evropska suprematija je delimično dovedena u pitanje, ali je predratni svetski poredak, ipak, bio relativno stabilan. Ta stabilnost je, kako se ocenjuje, proisticala iz slobode sa kojom su resursi mogli da budu transferisani među zemljama (pre svega, od evropske periferije ka razvijenim industrijskim centrima u severozapadnim delovima kontinenta) i činjenice da nije bilo velikih razlika u stopama ekonomskog napredovanja industrijalizovanih ekonomija.³

Prvi svetski rat je doveo do ozbiljnih privrednih poremećaja u Evropi i svetu. Do kraja rata svet kao celina je bio u lošijoj poziciji nego 1913-1914, mada su neke zemlje, poput SAD i Japana, znatno premašile predratni

¹ Aldcroft (2001), str. 4.

² Isto, str. 5.

³ Isto.

nivo proizvodnje. Posmatrano kroz prizmu dohotka i proizvodnje, najveći deo tereta je pao na Evropu, koja je izašla iz rata sa znatno oslabljenim ekonomskim performansama i pogoršanom relativnom pozicijom u svetskoj privredi. Godine 1920. njen udeo u globalnoj trgovini je još uvek bio ispod predratnog nivoa (49,2% prema 58,4%), dok se udeo SAD osetno povećao (sa 22,4% na 32,1%) tokom istog razdoblja. Prema procenama Svernilson-a, da nije bilo rata i da je industrijska proizvodnja u Evropi nastavila da raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 3,25%, koja je zabeležena u periodu 1881-1913, nivo industrijske proizvodnje iz 1929. bi bio ostvaren osam godina pre, tj. već 1921.⁴ Odatle bi se moglo zaključiti da je rat prouzrokovao osmogodišnji zastoj u rastu proizvodnje.

Evropa je pretrpela i ozbiljne direktne i indirektno gubitke u ljudstvu, koji se (bez Rusije) kreću između 22 i 24 miliona (od čega se oko 6,5 miliona odnosi na military deaths, a oko 5,5 miliona na civilian deaths, dok ostatak predstavljaju gubici zbog smanjenog rađanja), što čini oko 7% evropske pre-war populacije. U 1920. godini Evropa je imala gotovo isti broj stanovnika kao 1914. Gubici u kapitalu su, takođe, bili značajni. Prema nekim proračunima u ratu je izgubljeno 3-4 godine normalnog rasta of income-yielding property. Ukupni rashodi za WWI, kako je procenjeno, bili su 6,5 puta veći od sume svih nacionalnih dugova akumuliranih u svetu od kraja XVIII veka do početka Prvog svetskog rata.⁵

Pored opših ekonomskih i drugih (političkih, socijalnih, psiholoških) posledica koje je rat proizveo na evropskom tlu, pažnju zaslužuje i specifična pozicija pojedinih zemalja pogođenih ratnim dešavanjima. U fokusu ovog rada je privreda Srbije u prvoj deceniji nakon Velikog rata. Istražiće se nova ekonomska i politička realnost u kojoj se Srbija našla 1918. godine i sagledati promene u dinamici i strukturi proizvodnje do izbijanja Velike depresije.

1. OSVRT NA STANJE PRIVREDE SRBIJE PO ZAVRŠETKU VELIKOG RATA

Sa završetkom Prvog svetskog rata intenziviran je proces ujedinjenja Srbije sa drugim jugoslovenskim narodima, koji je rezultovao formiranjem

⁴ Videti: *Europe After the First World War*, www.bates.edu/Prebuilt/Lecture_02.doc, [pristupljeno 17. jula 2014], str. 3.

⁵ Aldcroft (2001), str. 7-10.

Kraljevstva Srba, Hrvata i Slovenaca 1. decembra 1918. godine.⁶ U novoj državi Srbija je, posle korekcija, imala površinu od 95.667 km² (pri čemu je Severna Srbija zahvatala 49.950 km², a Južna Srbija 45.717 km²), što čini gotovo dve petine ukupne teritorije.⁷

Nova država je zauzimala strateški značajan položaj na kojem su se ukrštali interesi velikih sila. Ovaj geografsko-ekonomski prostor je sadržavao nesumnjive potencijale za razvoj, oličene u bogatstvu i raznolikosti biljnog i životinjskog sveta, hidroenergetskoj snazi, raznovrsnom rudnom bogatstvu, šumskim površinama, obimnim i jeftinim radnim resursima, ali i inherentna ograničenja, koja su izvirala iz činjenice da je predstavljao svojevrsan konglomerat. Na jednom mestu okupili su se narodi koji su imali različitu istorijsku sudbinu, različite državne sisteme, različit stepen ekonomskog (posebno industrijskog) razvoja, različite agrarne režime i posedovne odnose, različitu kulturu, školske sisteme, veroispovest, pa i različite političke i ekonomske aspiracije. U takvom spoju različitosti bilo je teško izgraditi neophodne ekonomske institucije i formulirati tekuću ekonomsku politiku u funkciji razvoja. Za Srbiju je novi državni okvir značio proširenje tržišta. Tu bismo se složili sa Bićanićem da je nova država stvorila u Srbiji «osjećaj ponosa koliko mnogo stvari mogu sada dobiti na domaćem tržištu», posebno pošto su platili na ratištu tako visoku cenu njenog formiranja.

U prilog sagledavanju ekonomskih prilika u Srbiji posle Prvog svetskog rata, osvrnućemo se na prikaz dat u knjizi *Srbija u imovnom pogledu pre, za vreme i posle svetskog rata 1914-1918*. Posmatrano u međunarodnim okvirima, Srbija se kvalifikuje kao mlada država u političkom i ekonomskom smislu. Posle oslobođenja od Turaka njeni glavni naponi bili su usmereni na političko uređenje i konsolidovanje unutrašnjih odnosa, a malo se radilo na privrednom razvoju, odnosno «iskorišćavanju prirodnih izvora zemaljskih i na razvijanju njezinih produktivnih snaga». Tada (ali i kasnije) pažnju državnika i političara više su apsorbavala politička, nego ekonomska pitanja. To se objašnjava činjenicom da Srbiju nisu opterećivali teški socijalni problemi i oštre imovinske razlike, što je slučaj sa starijim državama. Masa naroda se bavila poljoprivredom i svakom je više-manje bio obezbeđen materijalni opstanak. Mali posedi su predstavljali osnovu blagostanja stanovništva i održavanja zdravih ekonomskih odnosa u društvu. Više od tri četvrtine stanovništva se bavilo proizvodnjom sirovina. Nešto više od četvrtine zemljišta otpadalo je

⁶ Ovo ime se koristilo do 15. jula 1920. godine kada je odlukom Privremenog narodnog predstavništva promenjeno u Kraljevina Srba, Hrvata i Slovenaca.

⁷ Isić (2007), str. 16.

na poljske useve (kukuruz, pšenicu i ostala žita). Zemljoradnja je bila dosta ekstenzivna, mada je u poslednjih par decenija učinjen značajan napredak u modernizaciji proizvodnje. Posle zemljoradnje, stočarstvo je predstavljalo jednu od najvažnijih grana privrede. Najviše su se gajila goveda i svinje. Potom je sledilo voćarstvo – ni jedna balkanska država nije imala tako pogodne uslove za voćarstvo, niti je proizvodila tako raznolike vrste voća kao Srbija. Prednjačila je proizvodnja šljiva, a gajile su se i jabuke, kruške, trešnje. Rudarstvo je takođe bilo važna delatnost u Srbiji. Značajne su zlatonosne rude, živa, olovo, cink, bakar, gvožđe, ugalj. Industrijska proizvodnja je obuhvatala rad u kući, zanatstvo i fabričku industriju. Ova poslednja je bila tek u začetku, a dobri rezultati su zabeleženi u mlinskoj industriji, preradi mesa, tekstilnoj industriji, industriji šećera i dr.⁸

O niskom stepenu razvoja industrije svedoči i podatak da je 1918. godine na teritoriji Srbije (u granicama do 1912) bilo ukupno 249 tvornica⁹, sa 29.069 zaposlenih radnika, a na području Vojvodine (bez Srema) 406 tvornica u kojima je radilo 27.622 radnika.¹⁰

Prvi svetski rat je doneo Srbiji ogromne ljudske žrtve i materijalne štete, što se nepovoljno odrazilo na njenu inače skromnu ekonomsku snagu. Na frontu i prilikom povlačenja vojske i civila preko Albanije, uključujući i stradanja za vreme okupacije, Srbija je izgubila oko 28% svog stanovništva (ukupno 1.247.435, od čega 370.000 predstavljaju gubici na bojištu). Tome treba dodati 114 hiljada ratnih invalida i 150 hiljada civila sa smanjenom radnom sposobnošću. U pojedinim delovima Srbije gubici stanovništva su iznosili i do 50%.¹¹

Za vreme okupacije privredni život u Srbiji je gotovo sasvim zamro. Zemlja je sistematski pljačkana i pustošena. Neprijatelj je vršio rekviziciju ljudske i stočne hrane, oduzimao stoku, plenio zatečene robe, novac, vozila, odnosio fabrička postrojenja, umetničke vrednosti, sprovodio novčane reforme i poreske izmene koje su bile štetne po stanovništvo. Podaci pokazuju da je u periodu 1916-1918. godine poljoprivredna proizvodnja smanjena za 70%, a poljoprivredni inventar oštećen za 44%. U isto vreme, privatna industrija je izgubila 30% u građevinama i 57% u postrojenjima, dok su

⁸ Videti: Srpski Centralni Komitet (1918), str. 13-33.

⁹ Termin tvornica je korišćen u statistici toga vremena da označi deo preduzeća (firme) koji predstavlja samostalnu proizvodnu celinu i ima proizvodnu delatnost različitu od drugih delova preduzeća. Videti: Vukmirović (red.) (2008), str. 154.

¹⁰ Ministarstvo trgovine i industrije (1941), Beograd, str. 67.

¹¹ Milenković (1998), str. 171.

zanati ostali bez polovine svog inventara. Državna fabrička postrojenja su još više stradala, jer su mahom porušena, a instalacije pokvarene. Oštećenja u železničkom saobraćaju su umanjila njegovu vrednost za 50%, dok su poštanska i telefonsko-telegrafaska služba, posle povlačenja neprijatelja, skoro potpuno demontirane.¹²

Po završetku rata ekonomsko stanje u zemlji je bilo veoma teško. Poljoprivreda je ozbiljno unazađena, dok je industrija stagnirala. Železničke pruge u Srbiji bile su skoro potpuno onesposobljene, trgovina svedena na lokalne okvire, a domaće bankarstvo paralisano.¹³

Versajskim ugovorom o miru Srbiji, kao i drugim državama pobednicama, priznato je pravo na naknadu štete za pretrpljene materijalne gubitke i žrtve u ratu. Prema proceni koja je 1919. godine podneta savezničkoj Reparacionoj komisiji ukupna materijalna šteta Srbije iznosila je oko 6 milijardi zlatnih franaka, odnosno 17 milijardi franaka po posleratnom kursu.¹⁴

Tokom rata Srbija je izgubila više od polovine svoje imovine.¹⁵ Ekonomska obnova i razvoj su se u datim okolnostima nametnuli kao imperativ. Taj zadatak je valjalo rešavati paralelno sa naporima da se konstituiše i učvrsti nova država. Političke prilike u Kraljevini SHS su bile nesređene u prvoj deceniji posleratnog perioda. Vlade su često padale, ministri se menjali, a parlament je više bio zaokupljen politikom nego ekonomskim razvojem zemlje, što se odrazilo i na postignute rezultate.

Analiza razvojnih rezultata privrede Srbije u periodu 1918-1929. ima svoje uporište u raspoloživoj statističkoj građi. Mada je statistička služba u tom periodu vidno napredovala, podaci su najčešće objavljeni za celu zemlju, a ređe za «istorijske oblasti» ili okruge i srezove iz kojih je grupisanjem bilo moguće utvrditi veličine za teritoriju Srbije. Podelom na banovine, koja je uvedena 1929. godine, područje Srbije je ušlo u sastav čak pet banovina, od kojih samo Moravska i teritorija uprave grada Beograda u celini pripadaju sadašnjoj Srbiji. Uz uvažavanje navedenih ograničenja, raspoloživi statistički materijal, ipak, pruža solidnu osnovu za analizu i zaključivanje.

Prvu deceniju posleratnog razvoja, koja je predmet naših razmatranja, podelićemo na dva relativno različita perioda. Prvi je vreme posleratne obnove i ubrzanog investiranja, a drugi period stabilizovanja nacionalne valute i umerenog rasta do početka svetske ekonomske krize.

¹² Vučo (1968), str. 1-2.

¹³ Isto, str. 4.

¹⁴ Isto, str. 2

¹⁵ Srpski Centralni Komitet (1918), str. 92.

2. RAZVOJNI REZULTATI PRIVREDE SRBIJE U PERIODU 1919-1923. GODINE

Obnavljanje privrednog života u Srbiji se odvijalo uz velike teškoće, u uslovima nestašice kapitala, sirovina i kvalifikovane radne snage. Složene političke prilike u zemlji i različite vizije o njenom uređenju uticale su na to da se Ustav, i iz njega izvedeni zakoni, donesu sa velikim zakašnjenjem (Ustav je donet tek sredinom 1921. godine), pa se, u međuvremenu, državom upravljalo na osnovu privremenih propisa. U uslovima državnog provizorijuma nije postojala osmišljena, sistematska politika rešavanja nagomilanih privrednih problema na nivou zemlje i pojedinih regiona, već se pribegavalo *ad hoc* merama i improvizacijama prema trenutnim konjunkturnim prilikama na tržištu.

Nerazvijenost privrede i ratna razaranja upućivali su na što bržu akumulaciju kapitala. Ekonomskoj obnovi su, na početku, značajan doprinos dale reparacije, iako su pokrivale samo jedan deo materijalne štete koju je Srbija pretrpela za vreme Velikog rata. Pravo na naknadu od dobijenih reparacija imali su samo građani Kraljevine Srbije i Crne Gore, razne ustanove, opštine, srezovi i okruzi u ovim pokrajinama. Isplatu naknada vršila je država. Doneta je i posebna Uredba o naknadi štete prouzrokovane ratom 1914-1918. godine, po kojoj su pravo naknade prvenstveno imala privatna lica, preduzeća i društva, a ostatak je pripadao državi za pokriće pretrpljene štete. U stvarnosti je bilo obrnuto. Država je prisvojila najveći deo primljenih reparacija, koristeći ih, neretko, za finansiranje budžetskog deficita. Jedan deo je ustupljen vlasnicima industrijskih i rudarskih preduzeća, kao i pojedim opštinama, dok je oštećeno stanovništvo moralo da se zadovolji obveznicama ratne štete koje je država počela da izdaje 1922. godine sa kamatnom stopom od 2,5% i rokom dospeća od 50 godina. Siromašni slojevi gradskog stanovništva i seljaci koji su pretrpeli štetu za vreme rata prodavali su ih u bescenje da bi dobili bar neku gotovinu. Te obveznice su ubrzo postale predmet berzanskih špekulacija, koje su pojedincima obezbedile ogromnu dobit.¹⁶

U periodu 1921-1931. Kraljevina SHS je, na ime nemačkih reparacija, dobila oko 666 miliona zlatnih maraka, posle čega je, zbog teške ekonomske situacije, Nemačka prestala da izmiruje svoje obaveze.¹⁷ Naplata duga je uglavnom realizovana u naturi (lokomotive, vagoni, hemikalije, poljoprivredne

¹⁶ Videti: Vučo (1968), str. 8.

¹⁷ Petranović (1988), str. 62.

mašine, ugalj, živa stoka). Pristigla sredstva iz nemačkih reparacija su korišćena za delimičnu obnovu industrije na prostoru Srbije, ali je veći deo upotrebljen za izgradnju infrastrukture u celoj državi. Pravo na naknadu štete nije moglo da se potpuno ostvari ni od Austrije, Bugarske i Mađarske, koje su se, takođe, posle rata nalazile u nepovoljnoj ekonomskoj situaciji.

Dodatni kapital je u prvim godinama obezbeđivan i kroz unutrašnje i spoljne zajmove. U 1921. godini Vlada je zaključila unutrašnji 7% investicioni zajam u vrednosti od 500 miliona dinara. Zajam je bio namenjen za rekonstrukciju i izgradnju saobraćajne infrastrukture, ali je delimično korišćen i za pokriće budžetskog deficita. U nedostatku sredstava za obimnije dugoročne investicije već sledeće godine zaključen je inostrani 8% Blair-ov zajam od 100 miliona dolara na američkom novčanom tržištu sa sličnom namenom. Od ugovorene sume dobijeno je nešto manje od polovine, a deo namenjen za izgradnju železničke pruge Beograd-Jadransko more nije realizovan. Drugi spoljni zajam je zaključen 1923. sa francuskom vladom u iznosu od 300 miliona franaka za privrednu obnovu zemlje i za opremanje vojske, ali ni on nije u potpunosti realizovan. Raspoloživi kapital je uvećavan i inostranim zajmovima koje su zaključivale državne banke, pri čemu je posebno bila aktivna Državna hipotekarna banka.¹⁸ Ta banka je tokom 1922. i 1923. godine i sama odobravala zajmove, prevashodno za obnovu porušenih i oštećenih zgrada, kao i za izgradnju novih stambenih objekata.

Ekonomsku obnovu Srbije, kao i cele zemlje, otežavalo je nerešeno valutno pitanje. Na teritoriji nove države cirkulisale su različite novčanice. Pored dinara (koji je zamenio okupacioni novac na teritoriji predratne Srbije), u velikim količinama su bile prisutne austrijske krune (štampane u Beču i Pešti i ubacivane u Kraljevinu SHS) i u znatno manjim crnogorski perperi, bugarski levi i nemačke marke. Da bi se sprečio priliv novih kruna radi zamene, početkom 1919. godine je sprovedeno žigosanje krunskih novčanica (obeležavanje svake novčanice pečatom). Najviše kruna je žigosano u područjima koja su pripadala Austrougarskoj, ali je i u Srbiji ukupan iznos žigosanih kruna bio relativno značajan (421 milion).¹⁹ Slaba tehnika žigosanja pogodovalo je pojavi falsifikata. Zato je od kraja 1919. do početka 1920. godine izvršeno markiranje novčanica (lepljenje specijalnih markica). Potom su krune zamenjene za krunsko-dinarske novčanice, koje je izdala Narodna banka i na kojima su odštampani iznosi u krunama i u dinarima, uz odnos

¹⁸ Videti: Vučo (1968), str. 9-10.

¹⁹ Becić (2003), str. 126.

4:1. Dinar Kraljevine Srbije je bio paralelno u opticaju sa novim novcem i menjao se *al pari* (1:1). Zamena kruna je najpre obavljena na tlu predratne Kraljevine Srbije i Crne Gore. Do kraja 1921. godine je sprovedena potpuna unifikacija novca. Tokom 1922. krunsko-dinarske novčanice su zamenjene novom dinarskom novčanicom Narodne banke Kraljevine SHS. Količina dinara se u procesu zamene kruna značajno povećala, s tim što je procenat pokrića novčanica kod Narodne banke opao, što je vodilo slabljenju vrednosti dinara i raspirivanju inflacije.²⁰ Tome je značajno doprinela i emisija novca za potrebe pokrića budžetskog deficita, kreditna ekspanzija, ali i konstantan deficit u razmeni sa inostranstvom tokom posmatranog perioda, koji se, preko devalvacije dinara, prenosio na domaće tržište povećavajući već postojeći inflacioni pritisak.

Za period 1919-1923. godine bila je karakteristična visoko privredna konjunktura, koja, međutim, nije počivala na zdravim ekonomskim osnovama, već na prekomernoj novčanoj emisiji i slabljenju dinara. Tempo razvoja je bio ubrzan imajući u vidu nisku startnu osnovu. Postojale su ogromne nezadovoljene potrebe uslovljene ratom i razaranjima. To je pothranjivalo uverenje da će sve što bude izgrađeno i proizvedeno imati dobru prođu. Likvidnost je bila velika, a kamatne stope relativno niske. Investiciona aktivnost je oživela.

U razdoblju posleratne konjunktore, zahvaljujući visokoj carinskoj zaštiti i učešću inostranog kapitala, došlo je do dinamičnog industrijskog razvoja. Carinska zaštita za industrijske proizvode je povećana 1921. godine kako bi se stimulisala domaća industrija. Prethodno je (septembra 1920) dozvoljeno industrijskim preduzećima da uvoze bez carine kompletne industrijske instalacije i mašine, druga sredstva za proizvodnju i materijal, koji se u zemlji ne proizvodi ili bar ne u dovoljnim količinama. Potreba za brzim i jeftinim pribavljanjem industrijske opreme dovela je do uvoza mašina koje su u zemljama izvoznicama bile izbačene iz proizvodnje zbog dotrajalosti.

Važno je napomenuti da uvozne carine u nerazvijenim privredama, kakva je bila privreda Kraljevine SHS i Srbije u okviru nje, štite i potpomažu ne samo domaći, već i inostrani kapital u domaćoj industriji, koji je u situaciji da postiže relativno visoke cene za svoje proizvode, uz korišćenje jeftine radne snage i rashodovanih industrijskih postrojenja. Ako je razvoj industrije, pa i uz stranu pomoć, bio imperativ za novu državu, odnosno Srbiju, trebalo je preduzeti mere da se zabrani ili ograniči uvoz starih mašina, kako bi se

²⁰ Milenković (1998), str. 177.

industrija snabdela modernim proizvodnim sredstvima, da se osnivanje preduzeća sa stranim kapitalom uslovi odgovarajućim učešćem domaćeg, da se strana preduzeća obavežu na osposobljavanje domaće radne snage koja će zameniti stručnjake iz inostranstva prisutne u značajnom broju u zemlji i daleko bolje plaćene od domaćih radnika. Sve je to, inače, već viđeno u praksi drugih država, koje su vodile brigu o sopstvenom ekonomskom razvoju i blagostanju stanovništva.²¹

Razvoju industrije doprinele su i koncesije stranom kapitalu koji je participirao u njenoj izgradnji. Strani kapital je imao dominantan položaj u ekstrakciji ruda. Najveći kapaciteti kojima je strani kapital u potpunosti raspolagao bili su: Borski rudnici, Metalurški kombinat u Trepči, Rudnici antimona u Zajači itd. Zahvaljujući tome, rudarska i topioničarska industrija se u Srbiji relativno brzo razvijala, ali su korist uglavnom imale druge zemlje kojima je služila kao sirovinska osnova. Najveći deo proizvodnje je u sirovom ili polupreradenom stanju izvezen, da bi se posle prerade ponovo uvezio. Vrednost rudarske i topioničarske proizvodnje u Srbiji 1923. godine iznosila je ukupno 241,5 miliona dinara (u cenama iz 1938. godine), pri čemu se 139,5 miliona odnosi na rudarsku proizvodnju, a preostalih 102 na topioničarsku.²² Podaci su raspoloživi i za 1919. godinu, ali su nerealno niski zbog velikih šteta i zastoja u eksploataciji izazvanih ratnim dešavanjima, pa nisu pogodni za poređenje. U proizvodnji robe za domaću potrošnju strani kapital je učestvovao samo onda kada je mogao da ostvari monopolistički položaj, koji mu je garantovao ekstra profit. Postojanje monopola je uticalo na visoke cene mnogih proizvoda široke potrošnje, poput šećera, ulja, električne energije, što se nepovoljno odrazilo na životni standard stanovništva.

Zahvaljujući uvedenim merama zaštite položaj industrije u Srbiji je bio povoljniji od ostalih privrednih delatnosti. U strukturi industrijske proizvodnje dominirala su potrošna dobra. Najveći deo proizvodnje sredstava za proizvodnju činili su proizvodi rudarstva i polupreradevine. Proizvodnja sredstava za rad, koja pokazuje nivo industrijskog razvoja zemlje i njene sposobnosti za budući ekonomski razvoj, bila je slabo zastupljena. Nedostajuća sredstva za rad nabavljana su iz inostranstva. Ona su dobrim delom služila za rekonstrukciju i povećanje kapaciteta zatečenih fabrika, ali i za opremanje novih. U strukturi industrije Srbije dominirala su manja preduzeća, koja se nisu mnogo razlikovala od zanatskih radionica.

²¹ Uporediti: Mišić (1957), str. 290.

²² Isto, str. 275.

O razvoju industrije²³ u periodu 1919-1923. godine svedoči broj novopodignutih industrijskih postrojenja, koji je na teritoriji Srbije (u granicama do 1912) veći za 41% u odnosu na 1918. godinu, a u Vojvodini (bez Srema) za 24%. Broj radnih mesta je u isto vreme zabeležio kumulativni rast od 31% i 25% respektivno (posmatrano u apsolutnom izrazu u Srbiji je otvoreno 8.965 radnih mesta, a u Vojvodini 6.799, što zajedno čini 15.764).²⁴ Osim toga, u posmatranom periodu brže se povećavao broj tvornica i radnih mesta, nego kapital i pogonska snaga kojom raspolažu iz čega sledi da su brže rasla sitna, prerađivačka preduzeća sa slabom tehničkom opremljenošću, što je u skladu sa već iznetim konstatacijama. Uzroke tehničkog zaostajanja industrije Srbije treba, pored ostalog, tražiti u obilju radne snage i niskim nadnicama, kao i u postojanju monopola, čime je onemogućavano delovanje konkurencije. Od industrijskih grana posle rata razvijaju se: prehrambena industrija (proizvodnja šećera, piva, čokolade, sirćetne kiseline), hemijska industrija, industrija drveta i hartije, tekstilna industrija, industrija nemetalnih minerala, metalna industrija, vazduhoplovna industrija (na teritoriji Srbije 1923. godine osnovane su dve fabrike za proizvodnju aviona i jedna fabrika padobrana).

Osim industrije i zanatstvo je posle rata doživelo konjuunkturu zbog velikih potreba za proizvodima i uslugama. Broj zanatskih radnji u Srbiji se brzo povećavao – od 1920. do 1923. godine izdato je ukupno 12.184 odobrenja za otvaranje zanatskih radionica.²⁵ U unutrašnjosti Srbije bili su razvijeniji stari zanati, poput obućarskog, opančarskog, kovačkog, a u Beogradu, kao administrativno-političkom centru, i drugim većim gradovima Srbije novi zanati u oblasti građevinarstva, zbog podizanja kuća i stanova, kao što su molerski, dekoraterski i sl., zatim vodoinstalaterski, elektroinstalaterski, automehaničarski itd. Dominirala je sitna zanatska proizvodnja, koja je iziskivala mali kapital i u kojoj, po pravilu, nije postojala potreba za zapošljavanjem dodatnih radnika ili je angažovan samo po jedan učenik (šegrt) ili pomoćnik (kalfa). Zanatstvo (i industrija) Srbije je uživalo povlastice predviđene Zakonom o radnjama iz 1910. godine, prema kojima se

²³ U pitanju je prerađivačka industrija i jedan deo ekstraktivne industrije koja je bila u nadležnosti Ministarstva trgovine i industrije. Rudarstvo i veći deo topioničarstva nisu obuhvaćeni ovom statistikom.

²⁴ Izračunato na osnovu podataka preuzetih iz: Ministarstvo trgovine i industrije (1941), str. 67. Važno je napomenuti da broj radnih mesta ne pokazuje broj stvarno zaposlenih u industriji, već maksimalan broj radnika koji može da se zaposli pri punom korišćenju proizvodnih kapaciteta.

²⁵ Izračunato na osnovu podataka sadržanih u: Milenković (2000), str. 19.

pri nabakama za državu, okruge, srezove ili opštine prednost davala domaćim proizvođačima, uključujući zanatlijske zadruga i individualne zanatlije.²⁶ Ključne prepreke na putu razvoja zanatstva su bile vezane za konkurenciju industrije i nedostatak obrtnog kapitala, jer su zanatlije teško dolazile do povoljnih kredita.

Na planu saobraćaja je, takođe, postignut izvestan napredak u Srbiji tokom posmatranog perioda kako u pogledu građenja pruga i puteva, tako i kada je reč o tehničkim sredstvima. Bitne grane saobraćaja, kao što su železnica i pošta telegraf, telefon bile su u vlasništvu države. Isto važi i za glavne puteve, poput puta Beograd-Niš-Skoplje-Đevđelija ili Subotica-Novu Sad-Beograd. Putevi u Srbiji (uključujući one najvažnije) su se nalazili u dosta lošem stanju. Napredak saobraćaja, posebno železničkog, bio je u velikoj meri vezan za potrebe vojske i malo se zasnivao na zahtevima ekonomskog razvoja. To je dolazilo do izražaja u rukovođenju železnicama i u građenju pruga.²⁷ Pruga Beograd-Niš-Skoplje, kao ključna saobraćajnica u Srbiji, obnovljena je uz značajne napore sredinom 1919. godine. Redovna komunikacija Beograda i severnih krajeva uspostavljena je tek krajem pomenute godine, zbog popravki Savskog mosta.²⁸ Na sektoru železnica dešavalo se ono što je bilo karakteristično i za druge delove privrede, a što se i danas javlja, a to je da gde god su postojale poslovne veze između privatnog kapitala i države, privatni kapital je imao koristi, a državni je trpeo štetu.²⁹ Mada je važnost rečnih pristaništa, kao što su Beograd, Novi Sad, Senta, Bečež, Apatin, Šabac, Smederevo bila velika, većina pristaništa je ostala neuređena.

U prvim posleratnim godinama zabeležen je polet u razvoju trgovine, koja je bila vrlo atraktivna za ulaganje kapitala. O tome svedoči relativno veliki broj otvorenih trgovačkih radnji. Porast trgovine je bio najizraženiji u gradovima u kojima se stanovništvo brzo uvećavalo. U početku, unutrašnja trgovina je bila pod kontrolom države. Snabdevanje stanovništva životnim namirnicama vršilo se preko tzv. centrala za ishranu. Početkom 1919. godine donet je Ukaz o uvođenju slobodne unutrašnje trgovine, radi lakšeg snabdevanja ugroženog stanovništva životnim namirnicama. To je dovelo do širenja špekulativne trgovine, odnosno nelegalne prodaje prehrambenih proizvoda u susednim zemljama (Mađarskoj i Austriji) u cilju ostvarivanja većih zarada. Krajem 1919. usvojen je Zakon o slobodnoj trgovini i van

²⁶ Milenković (1998), str. 177.

²⁷ Videti: Mirković (1968), str. 362.

²⁸ Milenković (1998), str. 174.

²⁹ Isto, str. 365.

granica zemlje, ali zloupotrebe nisu sasvim suzbijene. Spektar trgovačkih radnji koje su otvarane u Srbiji je vrlo širok – od apoteka i gvoždarskih radnji, preko juvelirnica i časovničarskih radnji, pa do staklarsko-porcelanskih i špediterskih radnji.

Što se tiče spoljne trgovine pomenimo samo da je bilans razmene do 1923. godine bio negativan zbog potrebe za velikim uvozom dobara namenjenih rekonstrukciji razrušene privrede i ishrani stanovništva, dok je proizvodnja u zemlji bila znatno smanjena, pa nije mogla da obezbedi veće izvozne viškove.

Posebnu pažnju, svakako, zaslužuje razvoj poljoprivrede u prvim posleratnim godinama, koja je imala dominantan udeo u strukturi privrede Srbije. Prema podacima za 1921. godinu više od četiri petine (82,34%) stanovništva Severne i Južne Srbije se bavilo poljoprivredom.³⁰ I pored toga što je bila osnovna privredna delatnost, poljoprivredu je odlikovala velika zaostalost. Tome je doprinosila masovna nepismenost među seljaštvom, nepoznavanje modernih agrotehničkih mera i tradicionalan način rada. Prema popisu iz 1921. godine na teritoriji Severne Srbije, (tj. Srbije u granicama do 1912.) je bilo 65,5% nepismenih, što je manje nego u Južnoj Srbiji (84%), ali znatno više nego u Vojvodini (22,2%). Nepismenost je naročito bila izražena među seljacima, kao najbrojnijem društvenom sloju. Školske 1919/1920. u 14 okruga Srbije u seoske škole je bilo upisano oko 59% za školu dorasle dece, pri čemu je među 77.216 đaka bilo svega 20% devojčica (dok ih je u gradskim školama bilo oko 41%).³¹

Povoljni prirodni uslovi omogućavali su razvoj svih grana poljoprivrede, s tim što je najviše bila zastupljena biljna proizvodnja. Sitna i srednja gazdinstva, koja su u Srbiji preovladavala pre i posle rata, bila su usmerena najvećim delom na mešovitu biljnu proizvodnju kako bi se obezbedila ishrana članova domaćinstva i stoke. Važnost ratarstva je povećana u godinama posleratne konjunktore u uslovima rasta stanovništva i razvoja gradova, kao i sve većih potreba evropskog tržišta za žitaricama. Tržišni viškovi su ostvarivani na većim posedima u Mačvi, Posavini, Podunavlju i Pomoravlju.³² Ratarstvo u Srbiji je imalo ekstenzivan karakter, pa su i prinosi po hektaru bili relativno skromni. Po prinosu pšenice i kukuruza, ali i ostalih žitarica prednjačila je Vojvodina (bez Srema) u odnosu na druge pokrajine u državi.

³⁰ Isto, str. 24.

³¹ Isić (1993), str. 96.

³² Milenković (2000), str. 8-9.

Nasledeno nepovoljno stanje u zemljoradnji (dominacija sitnog poseda, sa primitivnim načinom obrade zemlje) dodatno je pogoršano ratnim pustošenjima i pljačkom na prostoru Srbije. Dobar deo poljoprivrednih sprava je uništen ili odnet od strane okupacionih vlasti. Ilustracije radi navodimo da je na teritoriji pokrajine Srbije, u okviru države SHS, 1919. godine bilo svega 312 sejalica za žito, 501 ručna vršilica i 1.724 sejalice za kukuruz. Odgovarajući podaci za Vojvodinu (bez Srema) su: 24.143, 1.200 i 12.605 respektivno, pa je disparitet očigledan.³³ Poljoprivrednim mašinama višeg tehničkog nivoa raspolagala su samo krupnija gazdinstva i imućniji sloj seljaštva, jer su iziskivale obimnija ulaganja i primenu na većim posedima da bi njihovo korišćenje bilo ekonomski isplativo. Sitna gazdinstva su obrađivala zemlju upotrebom primitivnih sredstava za rad koja su izrađivali sami seljaci ili seoski kovači.

Pored zemljoradnje, najvažniju granu poljoprivrede u Srbiji predstavljalo je stočarstvo. Ono je takođe imalo ekstenzivan karakter. Za ishranu stoke korišćeni su pašnjaci, dok je proizvodnja kvalitetne stočne hrane bila zanemarena. Prvi svetski rat je naročito pogodio konjarstvo i govedarstvo. Popis stoke iz 1921. pokazuje da je Srbija imala znatno manje konja nego pre rata, a broj goveda na 100 stanovnika je bio upola niži.³⁴ Ekstenzivno stočarstvo i nizak stočni fond nisu mogli da obezbede dovoljno stajskog đubriva za održavanje plodnosti tla pri slaboj upotrebi veštačkih đubriva, ali ni dovoljno sirovina životinjskog porekla za industriju (koža, vuna i sl.).

Sva briga države za poljoprivredu u prvim posleratnim godinama svodila se na otpočinjanje dugog i komplikovanog procesa sprovođenja agrarne reforme i uređenja agrarnih odnosa. Proklamovan je princip po kome zemlja treba da pripada onom ko je obrađuje, a ranijim vlasnicima je obećana pravična naknada. U tom smislu agrarna reforma je imala socijalni karakter i bila je sredstvo smirivanja socijalnih tenzija na selu. Osim toga, ona je imala i nacionalni karakter, jer su se na udaru reforme našli veliki posedi, čiji su vlasnici, uglavnom, bili stranci. Među najveće privatne posede u Vojvodini i Sremu spadala su nemačka imanja. Dometi reforme su bili ograničeni. Otpor veleposednika se manifestovao otvoreno kroz javne proteste ili zakulisno kroz fiktivne deobe i traženje podrške u strukturama vlasti. Siromašni seljaci su dobijali zemlju bez neophodnih sredstava za proizvodnju, pa nisu mogli da je obrađuju i ispunjavaju propisane obaveze. Mnogi su zemlju prodavali

³³ Becić (2003), str. 17.

³⁴ Vučo (1968), str. 23.

u bescenje imućnim seljacima ili su je vraćali ranijim vlasnicima. Kao vid nagrade i priznanja, a u cilju jačanja graničnih oblasti u Vojvodini i nekadašnjoj Kraljevini Srbiji, država je seljaštvu iz nerazvijenih krajeva, koje se borilo u srpskoj i crnogorskoj vojsci, dodelila od 3 do 5 hektara zemlje.

Oživljavanje ekonomske aktivnosti u Srbiji posle rata pogodovala je oskudica životnih namirnica i prolazna konjunktura poljoprivrednih proizvoda, zbog povećane tražnje na zapadnoevropskom tržištu. Ta tražnja, koja je naročito bila izražena za brašnom, pšenicom, kukuruzom i mesom, dovela je do skoka cena poljoprivrednih proizvoda. Najveću korist od konjunktura su imali posrednici i krupni trgovci, dok su poljoprivredni proizvođači, koji su raspolagali viškovima, prodavali svoje proizvode po znatno nižim cenama od onih ostvarenim na berzi. Siromašni seljaci su, čak, imali i štetu od rasta cena, jer su svoju nedovoljnu proizvodnju morali da dopunjuju kupovinom radi ishrane. Ipak, poljoprivrednici su se za vreme posleratne konjunktura donekle oslobodili starih dugova, ali su padali u nove radi kupovine zemlje, stoke, podizanja zgrada, kao i ishrane, održavanja kuće i porodice itd. Po pravilu, sa opadanjem veličine gazdinstva preovladavaju potrošački motivi za zaduživanje, što je glavni uzrok nesposobnosti seljaka da otplaćuju dugove. Nerešeno pitanje jeftinih poljoprivrednih kredita otvaralo je široke mogućnosti za zelenaško kreditiranje seljaka. U tu svrhu u posleratnim godinama (naročito tokom 1922. i 1923.) u unutrašnjosti su osnivane brojne male privatne banke, koje su naplaćivale visoke kamatne stope, ali su ih u «zidanju kamata» daleko nadmašili bogati trgovci i drugi seoski zelenaši.³⁵ Uz to, Vlada je početkom 1919. uvela izvozne carine na poljoprivredne i stočarske proizvode kako bi se obezbedilo jeftinije snabdevanje stanovništva u zemlji i uvećali državni prihodi, što se nepovoljno odrazilo na poljoprivredna područja u Srbiji. Carinske izvozne stope su dostigle svoj maksimum sredinom 1922. godine, a od tada su postepeno snižavane.³⁶ Izvoznim carinama dodate su i izvozne dozvole, koje su, uz razrušene saobraćajnice, bile prepreka za brži rast izvoza, a istovremeno su doprinele širenju korupcije među državnim službenicima. I carine i mito prevaljivani su na seljake, što je uticalo na snižavanje cena koje su proizvođači dobijali za svoje proizvode. To je vodilo preraspodeli dohotka na štetu poljoprivrednika, umanjujući pozitivne efekte konjunktura na njihov socijalno-ekonomski položaj.

³⁵ Videti: Vučo (1968), str. 114 i Mirković (1968), str. 314.

³⁶ Videti: Vučo (1968), str. 110-111.

3. RAZVOJNI REZULTATI PRIVREDE SRBIJE U PERIODU 1924-1929. GODINE

Kao što je već pomenuto, period od 1924. do 1929. godine karakteriše finansijska stabilizacija i umereni rast privrede. Obim novčane mase, koji je u ranijem periodu bio u ekspanziji, postepeno je stavljen pod kontrolu. Oskudica novca gurala je kamatne stope na više. U cilju uravnoteženja budžeta povećani su poreski i drugi državni prihodi, smanjen broj državnih činovnika, koji je značajno porastao u prvim posleratnim godinama. Već 1924/1925. godine ostvaren je budžetski suficit, doduše umeren, a to je nastavljeno i u narednim godinama. U 1925. poreski teret je dostigao maksimum, pa je sledećih godina došlo do smanjenja pojedinih poreza. Rezultat deflacione politike je bio jačanje kursa dinara i smanjenje cena na unutrašnjem tržištu.³⁷

Prestanak novčane emisije i jačanje dinara, uz uravnoteženje budžeta i visoke kamatne stope suzbili su konjunkturu i pokazali svu krhkost temelja na kojima je počivala. Industrija gubi polet, mnoga preduzeća su prinuđena da smanjuju proizvodnju, snižavaju najamnine i otpuštaju radnike. Gomilaju se stečajevi, gase fabrike i banke. Jedan deo uzroka opadanja konjunktore se nalazio u završetku posleratne obnove i zasićenju tržišta pojedinim vrstama proizvoda, kao i u opadanju kupovne moći radnika i pogoršanju položaja seljaštva. Slabljenju industrijske aktivnosti je doprinela i pojava jake konkurencije industrijske proizvodnje iz razvijenih zemalja, koja je dobrim delom obnovljena i tehnički unapređena, uz korišćenje jakih mera zaštite. Opadanje profitne stope zabrinulo je krupne industrijalce, koji su u okviru svojih profesionalnih udruženja raspravljali o industrijskoj krizi i prebacivali odgovornost na ekonomsku politiku Vlade. Malaksavanje industrijske proizvodnje posle poratne inflatorne konjunktore vidljivo je i po smanjenju berzanskih poslova sa akcijama industrijskih preduzeća. U 1923. godini poslovi sa akcijama na Beogradskoj berzi dostizali su gotovo 1,2 milijarde dinara, a već sledeće ispod 380 hiljada.³⁸

O promjenjenim okolnostima svedoče i podaci da je u periodu 1924-1928. visina investiranog kapitala u prerađivačkoj industriji Srbije (u granicama do 1912) bila za oko trećinu (36,1%) manja nego u prethodnom petogodišnjem periodu, a u Vojvodini (bez Srema) za gotovo dve petine (38%). Zabeležen

³⁷ Videti: Mijatović (2010).

³⁸ Videti: Vučo (1968), str. 55-56.

je i skromniji rast broja radnih mesta u ovom sektoru privrede u odnosu na prethodni period, s tim što je razlika bila osetno izraženija u Vojvodini (bez Srema), nego na prostoru Srbije (u granicama do 1912). Posmatrano u apsolutnom izrazu, broj novih radnih mesta u prerađivačkoj industriji od 1924. do 1929. godine iznosio je 8.894 na teritoriji Srbije (u granicama do 1912) i 4.859 u Vojvodini (bez Srema), što zajedno čini 13.753. Ako se tome priključi podatak za period 1919-1923. dolazimo do cifre od 29.517 novih radnih mesta u prerađivačkoj industriji tokom posmatrane decenije, što u proseku godišnje iznosi svega 2.952.³⁹

Proizvodnja rudarstva i topioničarstva je u periodu 1924-1929. godine (pa i kasnije, i pored ekonomske krize) pokazivala tendenciju rasta. Vrednost te proizvodnje u Srbiji 1929. godine iznosila je ukupno 605 miliona dinara (u cenama iz 1938. godine), pri čemu se 333 miliona odnosilo na rudarstvo, a 272 na topioničarstvo. Dodajmo, takođe, da je broj zaposlenih u rudarstvu i topioničarstvu 1929. godine iznosio 17.606 i po oba pokazatelja (proizvodnja i zaposlenost) Srbija je prednjačila među pokrajinama u zemlji.⁴⁰ Topioničarstvo se razvijalo nešto brže od rudarstva, što potvrđuju prosečne godišnje stope rasta proizvodnje u periodu 1924-1929. (1923=100) od 16,3% i 14,5% respektivno.⁴¹ Odlučujući značaj je imala proizvodnja ruda metala u Srbiji i njihova delimična prerada. Prirodno bogatstvo Srbije u mineralima je počelo da dolazi do izražaja, ali u nepovoljnoj formi sa stanovišta ekonomskog razvoja, pre svega kroz vađenje ruda i njihovu preradu u prvoj, a retko u višim fazama, što je povezano sa agažovanjem stranog kapitala u ovoj oblasti i niskim stepenom razvoja privrede. Koliko je eksploatacija rudnika u Srbiji bila isplativa za strance i nepovoljna po razvoj naše privrede pokazaćemo na primeru Borskih rudnika, koji su bili u rukama francuskog kapitala. U jednoj godini – 1929, ovi rudnici su dali akcionarima dividendu od 300%, tj. tri puta veću dobit od nominalne vrednost akcionarskog kapitala. U isto vreme, vrednost izvezenog sirovog bakra iznosila je 440 miliona dinara i bila je manja od ukupne dobiti koja je dosegala pola milijarde. Samo vrednošću zlata izvađenog iz bakra pokrivanja je puna cena njegove proizvodnje, a sva vrednost bakra, i uz nju deo vrednosti zlata, išli su u ruke akcionara, tj. francuskog finansijskog kapitala. Ako se prosečna godišnja dobit kretala oko 300 miliona dinara, to znači da se za 10 godina u Srbiji moglo podići čak

³⁹ Izračunato na osnovu podataka preuzetih iz: Ministarstvo trgovine i industrije (1941), str. 67.

⁴⁰ Mišić (1957), str. 275.

⁴¹ Izračunato na osnovu podataka sadržanih u: Mišić (1957), str. 275.

30 velikih fabrika sa uloženim investicionim kapitalom od po 100 miliona dinara, a zapravo nije podignuta nijedna.⁴²

U periodu 1924-1929. očigledno je sužen okvir za industrijski razvoj, ali je, ipak, položaj industrije u Srbiji bio povoljniji od drugih privrednih delatnosti. Domaća industrija je i dalje uživala carinsku zaštitu, što je dodatno regulisano Opštom carinskom tarifom iz 1925. godine, koja je doneta bez saglasnosti parlamenta, kao Vladina odluka. Uz to, industriji su sve do 1931. godine bile osigurane niske cene nekih domaćih sirovina (vuna, dlaka, kosti itd.) izvoznim carinama. To je išlo na štetu seljaka, ali je sputavalo i razvoj sirovinske osnove koju industrija ima u poljoprivredi. Pored carinske, uvedene su i mere vancarinske zaštite u korist industrijskih proizvoda. Kao primer se mogu navesti tarife u železničkom saobraćaju iz 1925. godine, koje su pogodovale industrijskim proizvodima. One su dovele i do propusta u lokaciji industrijskih kapaciteta, pri čemu se nije dovoljno vodilo računa o mestu na kojem se nalaze sirovine, jer je tarifa bila podešena tako da je bilo gotovo svejedno da li se sirovina prevozi na 20 ili 200 kilometara.⁴³ To je produbilo neravnomernosti u razvoju industrije na teritoriji nove države.

Proces industrijalizacije posle rata praćen je i procesom urbanizacije. Tokom vremena došlo je do rasta gradskog stanovništva i širenja gradskih naselja. Beograd je 1921. godine imao 111.739 stanovnika, a deset godina kasnije 238.775, tj. 113,7% više. Postao je administrativni i kulturni centar nove države u kome je bila koncentrisana politička moć. Novi Sad je takođe zabeležio brzo povećanje broja stanovnika u posmatranoj deceniji sa 39.122 na 63.985, što iznosi 63,6%.⁴⁴ Dinamičnim rastom stanovništva isticali su se i drugi gradovi, poput Kragujevca i Zemun, koji je od periferijskog graničnog grada, praktično postao deo prestonice. Posleratni nagli razvoj gradova omogućio je intenzivan napredak njihove proizvodne delatnosti. Pomenimo da se krajem 1928. godine na području Beograda nalazilo 676 industrijskih preduzeća, a Novog Sada nešto manje – 478.⁴⁵ U većim gradovima je unapređena infrastruktura, podignute su nove moderne građevine, kulturni objekti, što je doprinelo poboljšanju kvaliteta života ljudi.

U senci industrije, opstajalo je i zanatstvo. Na udaru su posebno bili kožarski i tekstilni zanati (obućarski, opančarski, krojački). Ipak, tokom 1924-1929. u Srbiji je izdato ukupno 20.155 dozvola za otvaranje zanatskih

⁴² Videti: Mirković (1968), str. 338-339. i Hanžeković (1968), str. 33.

⁴³ Videti: Mišić (1957), str. 280.

⁴⁴ Izračunato na osnovu podataka preuzetih iz: Vukmirović (2008), str. 55.

⁴⁵ Petranović (1988), str. 68.

radnji, što je u proseku godišnje čak i više nego u prethodnom periodu.⁴⁶ I pored većeg broja zanatskih radnji, dohodak pretežnog dela je bio vrlo nizak. Radnici u zanatstvu su se nalazili u težem položaju od radnika u industriji, što je posebno važno za one koji tek izučavaju zanat. Da bi se poboljšala situacija na planu kreditiranja zanatlija, 1927. godine je osnovana Zanatska banka, u kojoj je, pored zanatlija, učestvovala i država sa 40% akcionarskog kapitala (30 miliona od ukupno 75 miliona dinara). Ipak, uslovi kreditiranja zanatstva su, kako se pokazalo, bili lošiji u odnosu na druge sektore privrede (industriju, pa i poljoprivredu).⁴⁷ Zanatstvo je u velikoj meri bilo podređeno interesima industrijskog kapitala. Prostor za njegov razvoj je bio ograničen kupovnom moći potrošača na selu i gradskog stanovništva. Značaj zanatskih zadruga, koje bi, takođe, mogle da pomognu u rešavanju teškoća sa kojima se suočavalo zanatstvo, nije dovoljno prepoznat u Srbiji. Podaci pokazuju da je Savez zanatlijskih zadruga u 1927. godini okupljao svega 70 članova (kreditnih, nabavljčkih i prerađivačkih zadruga).⁴⁸ Ipak, zanatstvo je zadržalo važno mesto u privredi Srbije, što se delimično može objasniti nedovoljnim razvojem industrije.

Razvoj saobraćaja je i u ovom periodu zaostajao za potrebama privrede. Građenje puteva je sporo napredovalo i pored raspoloživosti domaćeg cementa, domaće proizvodnje asfalta, obilja radne snage. Godine 1929. doneta su dva zakona o građenju i održavanju puteva – državnih i samoupravnih (odnosno, banovinskih i opštinskih). Državne puteve je gradila i održavala država iz sredstava koje je prikupljala od vlasnika motornih vozila (automobili, motori, traktori), a za samoupravne se koristio lični rad obveznika ili otkup tog rada izražen odgovarajućim brojem nadnica u zavisnosti od visine poreza. Iste godine donet je i zakon kojim su sva broderska preduzeća, kao i brodogradilišta rečnih brodova i šlepera oslobođena poreza i taksa, kako bi se podstakao, inače vrlo skroman, tehnički napredak u rečnom saobraćaju. To, međutim, nije dovelo do željenog razvoja, već je samo povećalo profite privatnih vlasnika pomenutih preduzeća. Privatni sektor je ispostavljaio zahteve državi, kada je reč o saobraćaju, samo onda kada je to bilo u njegovom interesu. Ti zahtevi su se, uglavnom, odnosili na snižavanje železničkih tarifa za pojedine proizvode. O delikatnom pitanju železničke tarife odluke je donosilo komercijalno odeljenje Ministarstva saobraćaja, uz mišljenje tarifskog odbora u kojem su uglavnom bili predstavnici industrije, rudarstva i zadrugarstva. Tu se malo vodilo računa

⁴⁶ Izračunato na osnovu podataka sadržanih u: Milenković (2000), str. 19.

⁴⁷ Videti: Mirković (1968), str. 356.

⁴⁸ Petranović, str. 75.

o stvarnim interesima razvoja privrede, već je presudan bio odnos snaga. Kao ilustraciju razvijenosti železničkog saobraćaja u Srbiji navodimo podatke o obimu železničkog robnog prometa na području Železničke direkcije Beograd (koja je pokrivala teritoriju čitave Srbije i Makedonije), a odnose se na 1929. kao poslednju godinu normalnog saobraćaja pre krize. Taj obim je ukupno iznosio 2,552.550 tona (od čega se na unutrašnji promet odnosilo 2,286.205 tona, na uvozni 140.181, a na izvozni 208.179) i bio je osetno manji nego u severozapadnim delovima zemlje.⁴⁹ Razlozi, pored ostalog, leže u činjenici da se veliki deo robnog saobraćaja u ovom delu zemlje odvijao preko Beograda, kao najvećeg rečnog pristaništa, ali i da je nivo ekonomske razvijenosti posmatrane teritorije (osim Beograda) bio znatno niži.

Restriktivna monetarna politika nepovoljno se odrazila i na razvoj trgovine, koja se suočava sa padom tražnje, pre svega seoske populacije i problemima u prodaji nagomilanih zaliha. U takvim okolnostima mnoge trgovačke radnje su se našle pred likvidacijom ili su pale pod stečaj. O problemima u trgovini svedoči i smanjenje broja osnovanih trgovačkih radnji. Na području Beogradske trgovačke komore to je naročito uočljivo posle 1926. godine.⁵⁰ Inače, prema podacima koji pokrivaju ceo period od 1919. do 1929. godine u Srbiji je izdato ukupno 38.294 odobrenja za otvaranje trgovačkih radnji, od čega se jedna četvrtina odnosila na Beograd.⁵¹ Trgovačka mreža se vremenom širila tako da je pokrivala sela i manje gradove, što je doprinosilo njihovom boljem snabdevanju. Razvoju trgovine na selu išlo je na ruku usitnjavanje seljačkih poseda u procesu sprovođenja agrarne reforme, čime se smanjila mogućnost zadovoljavanja potreba za hranom i drugim proizvodima sa sopstvenog gazdinstva. Ozbiljnu prepreku, međutim, predstavljao je pad kupovne moći seljaka koji je došao do izražaja u periodu 1924-1929. godine.

Što se tiče spoljne trgovine, tokom posmatranog vremenskog perioda bio je ostvaren pozitivan trgovinski bilans zemlje sa inostranstvom, ali se minus na spoljno-trgovinskom računu opet pojavio u 1927. i 1928. godini. Struktura spoljne trgovine je u razmatranom (kao i prethodnom) periodu bila prilagođena proizvodnoj strukturi zemlje. Izvozili su se prevashodno primarni proizvodi, a uvozili industrijski, pa je zbog toga zemlja bila izložena nepovoljnim odnosima razmene, koji su otežavali njen ekonomski položaj.

Kretanja u poljoprivredi, kao ključnoj privrednoj delatnosti, daju pečat ekonomskom razvoju Srbije i u periodu 1924-1929. Podaci za 1931. godinu pokazuju da je ideo poljoprivrednog u ukupnom stanovništvu na teritoriji

⁴⁹ Mirković (1968), str. 366.

⁵⁰ Vučo (1968), str. 121

⁵¹ Milenković (2000), str. 23.

Severne i Južne Srbije tokom poslednje decenije smanjen na 78,96%, ali je taj pad vrlo skroman i iznosi u proseku godišnje 0,34 procentna poena.⁵² Odatle zaključujemo da je orijentacioni udeo poljoprivrednog u ukupnom stanovništvu 1929. godine bio 79,64%. Između dva popisa stanovništva (1921. i 1931.) zabeležen je izvestan napredak na planu pismenosti, kao važne pretpostavke ekonomskog i ukupnog društvenog razvoja. Podaci pokazuju da se u posmatranom periodu nepismenost u Srbiji (u granicama iz 1912. godine) smanjila na 55,09%, pri čemu je prosečan godišnji pad iznosio 1,04 procentna poena. Pod pretpostavkom prosečnog tempa smanjenja nepismenosti u prethodnim godinama, procenat nepismenih na tom području je 1929. godine iznosio 57,17%. U Vojvodini je udeo nepismenih 1931. godine bio 19,02%, a prosečno godišnje smanjenje nepismenosti u odnosu na 1921. svega 0,32 procentna poena, što je i razumljivo imajući u vidu mnogo povoljniju startnu poziciju ove pokrajine, iz čega sledi da je procenat nepismenih u 1929. godini iznosio 19,66%.⁵³ Beograd je, kao gradsko središte, imao najnižu stopu nepismenosti u Srbiji, ali to ne važi za Beogradski okrug, jer je seljaštvo oko Beograda bilo u značajnoj meri nepismeno. Veći procenat nepismenih na selu, posebno među ženskom populacijom, karakterističan je i za celu Srbiju.

Tokom perioda 1924-1929. problem agrarne prenaseljenosti se jače manifestovao, u uslovima značajnog prirasta stanovništva i male apsorpcione moći industrije, ali i drugih sektora privrede. Izlaz se tražio u najamnom radu i zakupu koji je imao različite pojavne oblike, kao što je obrada posednikove zemlje za novac, za deo proizvoda, za isplatu duga i sl. Poljoprivrednih najamnih radnika je najviše bilo u Vojvodini, s obzirom da su u toj pokrajini ranije uspostavljeni agrarni kapitalistički odnosi. Pretežan deo su činili bezemljaši i sitni zemljoradnici koji su morali da rade na tuđim posedima kako bi obezbedili egzistenciju za sebe i svoju porodicu. Neki seljaci su za preduzetnike obavljali posao u kući («kućna industrija»), a neki su rešenje tražili u povremenim ili trajnim unutrašnjim migracijama. Tako su seljaci iz Istočne Srbije odlazili u Šumadiju, Slavoniju, Bosnu, ali i veće gradove, posebno Beograd, u potrazi za poslom. Još jedan kanal za odliv prenaseljenog seoskog stanovništva predstavljale su spoljne migracije, koje su intenzivirane od sredine dvadesetih godina, u vreme cikličnog uspona privrede u preookeanskim zemljama.⁵⁴

⁵² Milenković (2000), str. 24. Prosečan godišnji pad udela poljoprivrednog u ukupnom stanovništvu tokom perioda 1921-1931. godine je izračunat na osnovu podataka iz citiranog izvora.

⁵³ Izračunato na osnovu podataka sadržanih u: Isić (1993), str. 97-99.

⁵⁴ Videti: Vučo (1968), str. 43-61.

Agrarna prenaseljenost se snažno reflektovala i na sam razvoj poljoprivrede, doprinoseći daljem usitnjavanju poseda, zauzimanju šumskog i drugog manje produktivnog zemljišta, degradiranju stočarstva i narušavanju ravnoteže između stočarstva i ratarstva.⁵⁵ Prenaseljenost je bila i kočnica za podizanje tehničke opremljenosti u poljoprivredi i rast produktivnosti rada.

O promenama u tehničkom nivou poljoprivrede tokom posmatranog perioda ne postoje egzaktni podaci, ali se indirektno, na osnovu statistike uvoza koja pokriva celu zemlju, može zaključiti da je do zaoštavanja svetske krize 1930. godine bilo nekih pozitivnih, ali vrlo skromnih pomaka, što je i razumljivo u svetlu napred iznetih činjenica. Prostor za tehničko unapređenje poljoprivredne proizvodnje je bio skučen i zbog nedostatka jeftinih poljoprivrednih kredita. Pokušaj ozbiljnijeg rešavanja ovog problema je bilo osnivanje Direkcije za poljoprivredni kredit 1925. godine, što, međutim, zbog nedostatka sredstava nije urodilo plodom. Pitanje jeftinih poljoprivrednih kredita je ostalo nerešeno do formiranja Privilegovane agrarne banke 1929. godine, kada se ekonomska kriza u svetu već razbuktala.

Posle 1923. godine dolazi do osetnog pogoršanja položaja seljaštva u Srbiji. Mere stabilizacije dinara tokom 1924. i 1925. godine prouzrokovale su izvesno opadanje cena poljoprivrednih proizvoda na domaćem tržištu. Na to je uticala i pojava jeftinih poljoprivrednih proizvoda iz preookeanskih zemalja na tržištu Evrope od 1925. godine. Visoka carinska zaštita koju je uživala industrija, uz slobodan uticaj svetskih cena na poljoprivredu, pogodovala je širenju «makaza cena» na štetu poljoprivrednih proizvoda. U isto vreme, poresko opterećenje seljaka je povećano, što je dalje ugrožavalo njihov ekonomski položaj i dovelo do poreske insolventnosti mase seoskih obveznika. Ovome treba dodati i nepovoljne vremenske prilike, poplave i suše, koje su zabeležene u ovom periodu. S padom cena poljoprivrednih proizvoda naglo su porasli seljački dugovi. Zaduživanje uz visoke kamate poprimilo je još veće razmere zbog kontrakcije na kreditnom tržištu koja je izazvana deflacionom politikom Vlade. Država dugo nije činila ništa da pomogne poljoprivrednicima i da im pruži zaštitu. Tek kada je problem eskalirao i produbio krizu u drugim sektorima privrede preduzete su određene mere. Najpre je usvojen Zakon o zaštiti zemljoradnika 1932. godine, a potom je doneta Uredba o likvidaciji zemljoradničkih dugova 1936, koja je ostala upamćena i po tome što je u Srbiji ukinula instituciju okućnice Miloša Obrenovića iz 1836, koja je štitila seljaka od prinudne prodaje za dug. Osvrćući se na pravo zaštite malog poseda koje je u Srbiji institucionalizovano u vremenu od

⁵⁵ Čobeljić (1980), str. 20.

1836. do 1873. godine, Damaschke je, pred kraj Prvog svetskog rata, izneo zanimljivo mišljenje da postoji tesna veza između vojničke hrabrosti srpskog naroda i njegove ustanove prava na zaštitu malog poseda.⁵⁶

ZAKLJUČAK

U prvoj deceniji posle Velikog rata ekonomski razvoj u Srbiji (kao i celoj zemlji) odvijao se u znaku obnove i dinamiziranja ekonomske aktivnosti unutar različitih sektora privrede. Bio je to više-manje spontan proces, koji je tekao u otežanim ekonomskim i političkim prilikama u zemlji, u odsustvu dobro osmišljene, celovite i organizovane usmeravajuće akcije države. Ekonomska politika se vodila *ad hoc*, bez plana na duži rok i bez istinske posvećenosti vladajućih struktura ostvarivanju napretka nacionalne privrede i unapređivanju blagostanja stanovništva. Tako je jedna nerazvijena ekonomija prepuštena čudima stihije, oscilacijama na svetskom tržištu, interesima inostranog kapitala i drugim uticajima, koji su delovali u pravcu očuvanja postojeće, zaostale privredne strukture. Čak ni razdoblje povoljne ekonomske konjunktore, visokih cena poljoprivrednih proizvoda, snažne carinske zaštite i pritanja stranih državnih i privatnih zajmova nije dalo očekivane efekte na privredu Srbije (i zemlju u celini). Sa agrarnom krizom i padom cena poljoprivrednih proizvoda do izražaja je došla efemernost tog poleta i slabost temelja na kojima je počivao. Privredni razvoj Srbije u periodu 1919-1929. praćen je snažnom socijalnom diferencijacijom i izdvajanjem tankog sloja bogatih – vlasnika kapitala i nosilaca vlasti, naspram mase radnika i siromašnih seljaka.

Za sintetičko sagledavanje ostvarenih rezultata na planu ekonomskog razvoja koristićemo podatke o kretanju bruto domaćeg proizvoda / nacionalnog dohotka u posmatranom periodu. Ti podaci nisu raspoloživi za Srbiju, već za celu zemlju, ali mogu da posluže kao orijentir pri izvođenju odgovarajućih zaključaka. Oslanjajući se na podatke Maddison-a, dobijamo da je prosečna godišnja stopa rasta realnog bruto domaćeg proizvoda u periodu od 1920. do 1929. godine iznosila 4,4%. Rast GDP *per capita* je, u isto vreme, bio osetno manji (2,9%), zbog relativno brzog povećanja broja stanovnika. Navedene stope rasta, mada na prvi pogled deluju značajno, ostvarene su pri vrlo niskoj

⁵⁶ Damaschke, A. (1917), Die Bodenreform - Grundsätzliches und Geschichtliches zur Erkenntnis und Überwindung der sozialen Not, 14. unveränderte Aufl, str. 438, prema: Srpski Centralni Komitet (1918), str. 16.

startnoj osnovi. Pomenimo da je u istom periodu Čehoslovačka zabeležila stopu rasta od 5,8%, Austrija 5,1%, Francuska 4,8%, Nemačka 4,8%, Italija 2,9%, Britanija 1,8%, SAD 3,9%⁵⁷. Srbija je uoči Prvog svetskog rata, 1913. godine, po visini GDP po stanovniku (u cenama iz 1990.) od 1.060 dolara zauzimala poslednje mesto u Evropi, a pri dnu evropske liste se nalazila i nova država 1929. godine, čiji je GDP *per capita* od 1.364 dolara bio veći samo od vrednosti odgovarajućeg pokazatelja za Rumuniju (1.102) i Bugarsku (1.128).⁵⁸

Nacionalni dohodak, koji je, takođe, tesno povezan sa privrednim razvojem, nije bio predmet izračunavanja i analize u novoformiranoj državi SHS, sve do pojave prve kolektivne studije ove vrste 1927. godine.⁵⁹ Znatno kasnije, Stajić je izašao sa obračunom realnog (i nominalnog) nacionalnog dohotka za teritoriju cele zemlje u periodu 1923-1939. Podaci su pokazali da je u rasponu od 1923. do 1929. godine, koji je relevantan za našu analizu, prosečna godišnja stopa rasta ukupne privrede iznosila 3,9%, pri čemu je industrija rasla brže od poljoprivrede, što je dovelo do izvesnih promena u strukturi izvora nacionalnog dohotka u korist industrije, ali je poljoprivreda i dalje ostala dominantna privredna delatnost.⁶⁰ Relativno brže napredovanje industrije je bilo karakteristično i za Srbiju. Ipak, razvoj privrede Srbije u prvoj deceniji posleratnog perioda nije doprineo rešavanju hroničnih problema poljoprivrede, a industrija je mogla da zaposli samo deo ukupnog priraštaja aktivnog stanovništva i viškova iz poljoprivrede. Osim toga, struktura industrijske proizvodnje je bila neadekvatna, sa malim udelom sredstava za rad i dominacijom potrošnih dobara.

Spoljnnotrgovinska razmena na nivou cele zemlje pokazuje da je tokom prve decenije posleratnog razvoja u šest godina ostvaren deficit, a u četiri suficit. Relativna uravnoteženost izvoznih i uvoznih tokova, koja je, inače, poželjna u razvijenijim ekonomijama i kada se razvoj oslanja na sopstvene izvore, u slučaju nerazvijenih privreda, kao što je bila Kraljevina SHS (i Srbija u okviru nje), ukazuje na nedovoljne razvojne napore, odnosno odsustvo zaduživanja u inostranstvu u cilju uvećanja oskudne domaće akumulacije.⁶¹

⁵⁷ Izračunato na osnovu podataka sadržanih u: Maddison, A. (1995), *Monitoring the World Economy 1820-1992*, OECD Development Centre, Paris, str. 148, 154 i 201, prema: Nikolić (2003), str. 52 i 236.

⁵⁸ Broadberry and Klein (2011), str. 20 i 24.

⁵⁹ U pitanju je rad Đuričić, V. et al. (1927), *Naša narodna privreda i nacionalni prihod*, Sarajevo.

⁶⁰ Stajić, S. (1959), *Nacionalni dohodak Jugoslavije 1923-1939. u stalnim i tekućim cenama*, Ekonomski institut, Beograd, prema: Nikolić (1992), str. 126.

⁶¹ Marsenić (1990), str. 175.

Uprkos izvesnim rezultatima koji su ostvareni na planu ekonomskog razvoja u periodu 1919-1929. godine, u poređenju sa zemljama zapadne Evrope, Srbija je bila i ostala ekonomski nedovoljno razvijena. Kao glavni otežavajući faktori za njeno brže napredovanje mogu se izdvojiti: nedostatak kapitala i stručne radne snage, niska tehnička opremljenost rada, dominacija sitne industrijske proizvodnje, opšta zaostalost poljoprivrede, značajno oslanjanje na inostrani kapital, koji je u velikoj meri imao špekulativni karakter. Ovome treba dodati i izrazitu nepismenost i neprosvećenost, posebno prisutnu među seljaštvom, kao preovlađujućim društvenim slojem, koja se snažno reflektovala na sveukupan privredni život u Srbiji.

Ekonomska kriza, koja je 1929. godine zahvatila svet, sa malim zakašnjenjem, prenela se i na Srbiju. Razvojni problemi u privredi Srbije, koji su se manifestovali posle prolazne konjunktore, u novim uslovima dolaze do punog izražaja.

THE PERFORMANCE OF THE SERBIAN ECONOMY IN THE KINGDOM OF SERBS, CROATS AND SLOVENES

Abstract

After World War I Serbia became a part of a large state covering areas with different historical background and achieved results in the plan of economic development. Diversity of economic circumstances was reflected in the presence of relatively developed forms of market economy in Slovenia, Vojvodina and parts of Croatia, but also subsistence economy in certain areas of Serbia, Bosnia and Herzegovina, Macedonia and Montenegro. Wider market, abundance of work force, diverse natural wealth and favorable geographic position could have given a some boost to economic development in certain parts of the country, including Serbia. However, inherited problems, combined with the character of the established economic system, were unfavorable for formulating a strategy of general and regional development, and therefore a more significant change of its economic position and economic structure.

Since the Statistical Office of Serbia became a part of centralized administration of the new state after World War I, statistical data are most

frequently presented for the whole country, and not for its narrower units based on which results for Serbia could be reconstructed. However, the available statistical materials provide certain possibilities for analysis in that area as well. Starting from the available data, the paper will shed some light on the state in the economy of Serbia immediately after the war; determine available human and material factors of production and evaluate achieved results in the plan of economic development before the Great Depression broke out, together with review of key obstacles in that path.

Key words: economic development, economic structure, factors of development, development limitations, Serbia

LITERATURA

Aldcroft, D. H. (2001), *The European Economy 1914-2000*, Routledge, New York.

Becić, I. (2003), *Finansijska politika Kraljevine SHS 1918-1923.*, Stubovi kulture, Beograd.

Broadberry, S. and Klein, A. (2011) *Aggregate and per capita GDP in Europe, 1870-2000: continental, regional and national data with changing, EuroGDP2.*

Čobeljić, N. (1980), *Privreda Jugoslavije – rast, struktura i funkcionisanje*, knjiga prva, Savremena administracija, Beograd.

Europe After the First World War, www.bates.edu/Prebuilt/Lecture_02.doc, [pristupljeno 17. jula 2014]

Hanžeković, M. (1968), *Privredni sistem Jugoslavije*, Narodne novine, Zagreb.

Isić, M. (2007), «Od Srbije do Srbije», in Isić et al. (ed.) (2007), *Srbi i Jugoslavija – država, društvo, politika*, Institut za noviju istoriju Srbije, Beograd, Pp. 13-24

Isić, M. (1993), «Pismenost u Srbiji u prvoj polovini XX veka», *Tokovi istorije*, br. 1-2, Pp. 91-103

Marsenić, D. (1990), *Ekonomika Jugoslavije*, Ekonomika, Beograd.

Mijatović, B. (2010), «Ekonomska politika i konjunktura u Jugoslaviji

1919-1925, Radni dokumenti iz ekonomske istorije, Centar za liberalno-demokratske studije, Beograd.

Milenković, M. (2000), «Specifičnosti privrednog razvoja Srbije 1918-1929.», Tokovi istorije, No. 3-4, Pp. 7-26

Milenković, M. (1998), «Obnavljanje privrednog života u Srbiji posle Prvog svetskog rata», Tokovi istorije, No. 1-4, Pp. 171-178

Ministarstvo trgovine i industrije (1941), Statistika industrije Kraljevine Jugoslavije, sa adresarima industriskih preduzeća, Beograd.

Mirković, M. (1968), Ekonomska historija Jugoslavije, Informator, Zagreb.

Mišić, D. (1957), Ekonomika industrije FNRJ, Naučna knjiga, Beograd.

Nikolić, G. (2003), Kurs dinara i devizna politika Kraljevine Jugoslavije 1918-41., Stubovi kulture, Beograd.

Nikolić, M. (1992), «Economic Development of the First and Second Yugoslavia», Yugoslav Survey, Vol. XXXIII, No. 2, Pp. 125-166

Petranović, B. (1988), Istorija Jugoslavije 1918-1988, prva knjiga, Nolit, Beograd.

Srpski Centralni Komitet (1918), Srbija u imovnom pogledu - pre, za vreme i posle svetskog rata 1914-1918., Štamparija «Ujedinjenja», Ženeva.

Vukmirović, D. (red.) (2008), Dva veka razvoja Srbije: statistički pregled, Republički zavod za statistiku, Beograd.

Vučo, N. (1968), Agrarna kriza u Jugoslaviji 1930-1934., Prosveta, Beograd.

ULOGA *BRICS* ZEMALJA U SAVREMENOJ MEĐUNARODNOJ EKONOMIJI

Nemanja Backović*
nemanja.backovic@fon.bg.ac.rs

Vesna Milićević*
milicevic.vesna@fon.bg.ac.rs

Bojan Ilić*
ilic.bojan@fon.bg.ac.rs

Rezime

U ovom radu je izvršena analiza uloge BRICS zemalja (akronim od engl. Brazil, Russia, India, China, South Africa; srpski BRIKS – akronim od Brazil, Rusija, Indija, Kina, Južnoafrička Republika) u okviru savremene međunarodne ekonomije. Makroekonomski indikatori poslovanja ukazuju na važnost BRICS-a, koje pretenduju da dobiju najveći ekonomski značaj na svetskom nivou do 2050. godine. Visoka stopa rasta bruto društvenih proizvoda navedenih zemalja se može očekivati kroz rast realnog sektora, prinosa na kapital i apresijaciju domaćih valuta. Empirijska istraživanja ukazuju na intenzitet stranih direktnih investicija, koje su primetno unapredile ekonomsku efikasnost i konkurentnost BRICS-a. Sagledana je perspektiva inkrementalnih doprinosa BRICS-a globalnoj ekonomiji i kategorizacija industrijskih sektora koji su stvorili povoljnu investicionu klimu. Implikacije razvoja ispitane su i sa aspekta poslovnih procesa kompanija, koje postepeno formiraju jezgro kompetencija kroz korišćenje prednosti domaćih tržišta. Demografske projekcije prognoziraju kontinuitet u rastu zaposlenosti, sa potencijalom ubrzanog rasta ukupne faktorske produktivnosti. Komparativna analiza daje poseban osvrt na tendenciju smanjenja jaza stopa rasta u odnosu na visoko razvijene zemlje. Rad ističe tržišnu snagu grupacije kao celine, ali i varijetet ekonomija zemalja članica.

Ključne reči: *BRICS* zemlje, međunarodna ekonomija, kompanije, konkurentnost, strane direktne investicije.

* Fakultet organizacionih nauka, Univerzitet u Beogradu

UVOD

Tok kretanja međunarodne trgovinske razmene u periodu ekonomskog oporavka podsticajno je uticao na povećanje tržišnog udela zemalja u razvoju. Reindustrijalizacija, praćena trgovinskom liberalizacijom formirala je nova poslovna umrežavanja, koja idu u korist zemljama u ekonomskoj tranziciji. Promene u internom i eksternom okruženju kompanija nameću potrebu za fleksibilnim prilagođavanjem i izvozu dobara prema modelu geografske disperzije. Prednost je posebno primetna u resursnoj specijalizaciji i kreiranju konkurentnosti na osnovu usluga spoljne saradnje i ponude proizvoda sa niskom dodatom vrednošću. Izazovi visoke stope inflacije, usporenog rasta BDP-a, strukturnih reformi i održivosti poslovnih modela zasigurno će uticati na stabilnost ekonomskog razvoja, o čemu će biti reči u nastavku.

Globalna prognoza makroekonomskih indikatora do 2050. godine pokazuje da će *BRICS* zemlje preuzeti lidersku poziciju prema realnoj stopi rasta BDP-a, merene metodom pariteta kupovne moći. Narodna Republika Kina će preuzeti sa 53.856 milijardi američkih dolara bruto društvenog proizvoda prvo mesto u 2050. godini, na kome se trenutno nalaze SAD.¹ Konstantan ekonomski rast od oko 4% *BRICS*-a biće skoro dva puta veći u odnosu na visoko razvijene zemlje. Smatra se da će povećanje produktivnosti rada biti osnovni pokretač privrednog razvoja, zajedno sa rastom radno sposobne populacije. Sinergija faktora komparativne prednosti grupacije zemalja *BRICS* je posebno bitna, imajući u vidu diferenciranost svakoga tržišta ponaosob. Visina dohotka po glavi stanovnika i stopa zaposlenosti takođe su jasne determinante uspeha, koje će prouzrokovati očekivani tehnološki progres. Integracija na globalnom tržištu *BRICS* zemalja smatra se posebno zahtevnom, s obzirom da je liberalizacija finansijskog sektora započeta tek nakon 1990. godine. Iako trenutno postoji diskontinuitet svetskih tržišnih procesa, analiza podataka ukazuje na povoljno stanje *BRICS*-a i veliki potencijal koji zajedno obrazuju.

¹ PwC (2013), str. 9.

1. ZNAČAJ IZVOZA BRICS ZEMALJA SA ASPEKTA SAVREMENE SVETSKE PRIVREDE

Dekompozicijom strukture izvoznih aktivnosti može se primetiti da BRICS zemlje imaju brojne specifične prednosti, prevashodno u okviru proizvodnje radno-intenzivnih dobara, što je dovelo do rasta udela u globalnoj trgovini sa 3,6% na 15% u prethodne dve decenije. Procenat izvoza u BDP-u porastao je sa 9,2% u 1980. godini na 26,6% u 2009. godini. Bilateralni trgovinski sporazumi sa zemljama sa niskim dohotkom značajno su doprineli navedenom rezultatu i u 2009. godini su dostigli iznos od 61 milijarde dolara.² Na prvom mestu po obimu izvoznih transakcija u svetu je Kina, koja je povećala proizvodne kapacitete u značajnim sektorima –proizvodnji hrane, cementa, čelika, mašina i upravljanju otpadom, koji imaju veliko učešće u ukupnom izvozu. Navedeno restrukturiranje imalo je poseban uticaj na intenzivniji izvoz dobara afričkim zemljama, koji je sa 37,4% u 2001. godini porastao na 56,6% u 2012. godini.³

Indija se, sa druge strane, okrenula više ka uslužnom sektoru nakon reformi sprovedenih u toku 1991. godine. Visok dohodovni elasticitet za uslugama podstakao je tražnju, dok su rast broja kvalifikovane radne snage i stranih direktnih investicija obezbedili neophodne resurse. Uprkos napretku uslužnog sektora, prehrambena industrija i poljoprivredni proizvodi imaju većinski udeo u izvozu, uz preko 15% rasta na godišnjem nivou. Podrška javnim ulaganjima, rigidno tržište rada i visoke kamatne stope usporile su oporavak neto izvoza, koji još uvek zaostaje u odnosu na kineski. Od Urugvajске runde, održane 1994. godine, Indija ima stalan rast proizvodnje poljoprivrednih dobara, čiji je izvoz u 2013. godini iznosio 39,3 milijardi američkih dolara.⁴ Pažnja je usmerena ka prerađivačkoj industriji, tačnije ka proizvodnji nakita, koja čini 10-15% izvoza. Izvozne subvencije i devalvacija indijskog rupija ojačale su izvoz nakon azijske krize 1997. godine, s tim što se time stvara mogućnost nastanka negativne spirale i rasta inflacije.

Brazil i dalje odlikuje relativno nizak procentualni udeo izvoza u BDP-u (12,6% u 2013. godini), mada se očekuje uvećanje učešća proisteklo iz rastućeg potencijala sektora informacionih tehnologija, u kome se godišnji prihod od oko 10 milijardi američkih dolara većim delom ostvari od *“offshore*

² Morazán et. al (2012), str. 18.

³ UN (2014), str. 2.

⁴ USDA (2014), str. 2.

outsourcing” usluga. Neosporno je da se ozbiljan problem visokog javnog duga ne može prevazići jednoobraznim izvozom poljoprivrednih proizvoda zemljama u razvoju po principu geografske diversifikacije. Državno orijentisani kapitalizam Brazila, zasnovan na heterogenosti i strukturnim nejednakostima, zahteva ekonomske reforme i fiskalnu konsolidaciju, što dodatno ukazuje na značaj stvaranja pogodnih uslova za izvoz.⁵ Predviđa se da će se veći deo izvoza Brazila do 2030. godine okrenuti od visoko zaštićene međuregionalne trgovine ka intenzivnoj saradnji sa azijskim zemljama, najviše u razmeni poljoprivrednih proizvoda, sirovina, nafte i gvožđa.

Rusija ima visoku izvoznju zavisnost od energenata, pre svega od sirove nafte i prirodnog gasa, koji čine više od 65% izvoza. Bio je prisutan realan rizik da apresijacija domaće valute i visoke zarade na osnovu izvoza dovedu do negativnih efekata po izvoz iz tradicionalnih industrijskih sektora, koji posledično mogu izgubiti na globalnoj konkurentnosti. Rusija je iskoristila povećanje cena sirovina za ulaganja u proizvode više faze prerade, uz znatno oslanjanje na regionalne integracije. Trgovinska saradnja sa Kinom bez većih državnih intervencija bi trebalo da ima ključnu ulogu u geostrateškom pozicioniranju BRICS-a, uz akcenat na multilateralnim sporazumima. Iskorišćenost kapaciteta od 70-80% u preradi sirovina, kao i priznanje tržišne ekonomije u Rusiji nakon 2002. godine, smanjilo je broj antidamping mera i pojačalo je razmenu sa Kinom, što je od posebne važnosti ako se uzme u obzir da veći deo uvoza čine proizvodi prehrambene, automobilske i tekstilne industrije. Značajna je i realokacija trgovinskih tokova na energetskom tržištu, pa se tako, na primer, „Altai” naftovodom planira snabdevanje Kine sa 38 milijardi kubnih metara prirodnog gasa iz zapadnog Sibira na godišnjem nivou.

Od 2010. godine Južnoafrička Republika je postala peta zemlja članica BRICS-a, podstičući otvoreniji pristup razmeni dobara i pribavljanju finansijskih sredstava za projekte održivog razvoja. Geopolitički razlozi ulaska Južnoafričke Republike odrazili su se i na ekonomiju cele grupacije, s obzirom da je karakteriše održiv javni dug, kontraktilična fiskalna politika i relativno ravnomerno međugeneracijski raspoređen dohodak (ali ne i raspodela dohotka u opštem smislu, koja je prema Gini koeficijentu neravnomerna). Makroekonomska stabilnost nove članice pomaže BRICS-u u jačanju regionalnih veza sa afričkim zemljama putem organizacije SADC (*South African Development Community*), koja broji 14 zemalja članica. Suočena sa poteškoćama nakon globalne finansijske krize, Južnoafrička Republika

⁵ Jain, S. C. (Ed.), str. 105.

je kratkoročnim pozitivnim novčanim tokom i uvećanjem stranih direktnih investicija u bankarskom sektoru omogućila visok stepen slobodne trgovine. U 2013. godini najviše je izvezeno zlata, platine, gvožđa, čelika i uglja.⁶

U tabeli 1. je prezentirana dinamika udela *BRICS* zemalja u svetskom izvozu, uključujući i podatke za pojedine zemlje *BRICS*-a.

Na osnovu analize strukture izvoza *BRICS*-a u širem kontekstu primetan je razvoj sektora usluga, kao i tendencija ka korišćenju proizvodnih postrojenja u svrhu fleksibilne diferencijacije proizvoda. Komparativna prednost izražena je kroz raspolaganje sa preko 30% svetskih prirodnih resursa i kroz učešće sa oko 40% na svetskom tržištu radne snage sa skoro

1,39 milijarde radno sposobnih stanovnika. *BRICS* će u navedenoj oblasti i u budućem periodu opsežno delovati na međunarodnu ekonomiju. Važno je i smanjenje dohodovne nejednakosti u nekim zemljama *BRICS*-a, zajedno sa prosperitetom jačanja srednje društvene klase i kupovne moći potrošača.

Tabela 1. Udeo BRICS zemalja u svetskom izvozu (u %)

	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010
<i>BRICS</i>	3,9	6,5	7,5	12,2	14,8	15,1	16,3
Brazil	0,9	0,9	0,9	1,1	1,2	1,2	1,3
Rusija	-	1,6	1,6	2,3	2,9	2,4	2,6
Indija	0,5	0,6	0,7	0,9	1,2	1,3	1,4
Kina	1,8	2,9	3,9	7,3	8,9	9,6	10,4
Južna Af- rika	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6

Izvor: UNCTAD, prema - The BRICS Report (2012), str. 34.

⁶ Kumo et. al (2014), str. 7.

2. PERSPEKTIVA RAZVOJA BRICS ZEMALJA

Očekivani rast izvoza u budućnosti bitan je i za smanjenje nezaposlenosti, koja u slučaju BRICS zemalja nastaje prvenstveno kao posledica visoke stope inflacije. Prema podacima o kretanju inflacije od 2000. godine, uočena je visoka pozitivna korelacija Brazila i Rusije sa jedne strane, i Kine i Indije sa druge strane, što implicira primenu suštinski različitih faktora monetarne politike. Konzistentan razvojni model *BRICS*-a će prevazići makroekonomske izazove diskrepance između stope nezaposlenosti u Brazilu od 6,1% i u Južnoafričkoj Republici od 23,1% tokom 2012. godine, pre svega pomoću priliva stranih direktnih investicija i fokusa na formiranje jezgra kompetencije korporacija.⁷ *BRICS* povećava regionalnu mobilnost radne snage transferom znanja unutar grupacije i diversifikacijom strategijskog pozicioniranja domaćih kompanija. Prema meri *Growth Environment Scores* centra za ekonomska istraživanja *Goldman Sachs*, *BRICS* je u 2013. godini imao rast u kvalitetu ljudskog kapitala iznad svetskog proseka (6,94 u odnosu na 6,72).⁸

Polazeći od analize dosadašnjih podataka (tabela 2.) očekuje se da će responzivnost tržišta *BRICS* zemalja i intenzivnija saradnja u okviru finansijskog sektora ojačati poziciju grupe u globalnoj ekonomiji sa aspekta otvorenosti i mogućnosti servisiranja spoljnog duga, kao što je to prikazano na sledećoj tabeli.

Tabela 2. Globalna integracija i evolucija BRICS ekonomija

Indikatori	Godina	BRICS zemlje				
		Brazil	Rusija	Indija	Kina	Južna Afrika
Otvorenost tržišta	1990	6,9	-	6,9	17,4	24,3
	2010	11,2	30,3	21,7	29,5	27,9
Bilans tekućih transakcija (% BDP-a)	1990	0,8	-	-1,2	1,3	1,4
	2010	-2,3	4,9	-3,2	5,2	-2,8
Forex rezerve (% BDP-a)	1990	1,5	0	0,5	7,6	0,9
	2010	13,7	30,4	18	48,8	10,7

⁷ IBGE (2014), str. 33.

⁸ Goldman Sachs (2013), str. 12.

Spoljni dug (milijarde US \$)	1990	119,7	-	85,7	55,3	23,3
	2009	276,9	381,3	237,7	428,4	42,1
Racio servisiranja duga	1990	22,5	4,4	34,9	11,7	-
	2009	23,4	17,7	5,9	2,9	9,3

Prilagodeno na osnovu: IMF; UNCTAD, and World Bank, prema - The BRICS Report (2012), str. 32.

Za ostvarene rezultate *BRICS*-a na makroekonomskom nivou u velikoj meri su zaslužne strane direktne investicije (SDI) i ulaganja u zemlje u razvoju. Tržišna moć i opseg uticaja sinergijskog efekta grupe može se prikazati putem učešća u svetskom BDP-u po paritetu kupovne moći, prema kome je privreda Kine veća čak četiri do pet puta od privreda određenih razvijenih zemalja. Strane direktne investicije iz *BRICS*-a su porasle sa 7 milijardi američkih dolara 2000. godine na 126 milijardi američkih dolara u toku 2012. godine, od kojih oko 75% potiče iz Kine i Rusije.⁹ Zemlje *BRICS*-a ulagale su prosečno 15-25% SDI u Afričke zemlje, čineći od 2009. godine oko 45% svih strategijskih alijansi na tom kontinentu.¹⁰

Glavna područja SDI iz *BRICS*-a su energetska tržišta, telekomunikacije, infrastruktura, dok su sektor usluga i prerađivačka industrija još uvek manje zastupljeni. Kompanije ulažu u industrijske parkove, kako bi se kooperativnim strategijama redukovali operativni troškovi i povećao učinak u slučaju nametanja trgovinskih barijera. Visoka produktivnost rada povoljno utiče na tehnološki napredak i ekspertizu u nedovoljno urbanizovanim područjima. SDI *BRICS* zemalja u EU15 su takođe obimne i od 2003. do 2009. godine su se sastojale od 697 kapitalno-intenzivnih projekata, u kojima prednjači Rusija.¹¹

U savremenoj međunarodnoj ekonomiji postoji težnja da se komparativnom analizom poredi trend kretanja makroekonomskih pokazatelja *G7* i *BRICS* zemalja, iako imaju drugačiji koncept uspostavljanja bilansne ravnoteže i globalne konkurentnosti industrije. Prema Jim O'Neill-u, šanse su da će do 2027. godine *BRICS* preuzeti prvo mesto po rastu realne stope BDP-a.¹² Plasiranje pozajmica po niskim kamatnim stopama, modernizacija uslužnih sektora, tehnološki inovativni sistemi i uvećanje ukupne faktorske

⁹ The BRICS Report (2012)

¹⁰ Morazán et. al (2012), str. 21.

¹¹ Stöllinger, R. & Hunya, G. (2009), str. 29.

¹² The BRICS Report (2012)

produktivnosti samo su neki od brojnih indikatora održivosti privrednog rasta BRICS-a. Očekuje se da će zemlje u ekonomskoj tranziciji zadržati rast od 5,1-6,2%, za razliku od razvijenih zemalja za koje se predviđa rast od 1,3-1,9%. U SSEC (*South-South Economic Cooperation*) ekonomskoj saradnji sa zemljama u razvoju Indija i Kina učestvuju u više od polovine bilateralnih investicionih ugovora. Veliki su izgledi da će se navedena ekonomska povezanost razvijati po principu modela *North-South* trgovine.

Očekuje se da bi stopa rasta ekonomije Kine trebalo da bude na planiranom nivou od 7% godišnje, uz blagi pad u periodu od 2021. do 2050. godine, kako se kineska ekonomija bude okretala od izvozno orijentisane ka ekonomiji zasnovanoj na potrošnji.¹³ Tehnološki progres i liderstvo u trgovini uslugama primetne su kod Indije, uz investicije u ljudske resurse i jačanje socijalne i ekonomske stabilnosti. Tržišna snaga u bankarskom sektoru nastala je osnivanjem razvojne banke BRICS-a 2014. godine, koja će pretežno plasirati sredstva za infrastrukturne projekte sa angažovanim rezervama od preko 100 milijardi američkih dolara.

ZAKLJUČAK

Izazovi sa kojima se BRICS zemlje susreću baziraju se na razvoju produktivnosti eksploatacijom resursa tradicionalnim metodama uz jeftinu radnu snagu, kao i na potrebi za razvojem inovacionih poslovnih modela. Problemi socijalne nejednakosti i zaštite prirodnog okruženja mogu dovesti u pitanje održivost privrednog rasta. Međutim, dinamičke sposobnosti nastale iz liberalizacije finansijskog sektora i kompleksnog poslovnog umrežavanja ukazuju na razvojni potencijal BRICS-a u međunarodnoj ekonomiji. Raznovrsnost komparativnih prednosti grupacije i međusobna korist kooperativnih strategija unutar nje čine je konkurentnom na globalnom tržištu, a posebno u uslovima hiperkonkurencije u uslužnom sektoru. Od velikog značaja su i tendencije jačanja integracionih procesa, uzimajući u obzir regionalnu diversifikaciju proizvodnje. Efektivne prakse u domenu supstitucije uvoza i podsticanja izvoza ispoljavaju se u primeni savremene tehnologije, sa ciljem poboljšanja proizvodnih procesa. Jasna je i težnja preuzimanja liderske pozicije institucionalizacijom i multilateralnim sporazumima u bankarskom sektoru. Uzlazni trend trgovinske razmene sirovina sa afričkim

¹³ PwC (2013), str. 8.

zemljama i Evropskom Unijom doprinosi globalnom makroekonomskom razvoju u uslovima limitiranih resursa i visoke međuzavisnosti. Polazeći od dugoročnih ekonomskih odnosa i održivih ekonomskih modela, *BRICS* dobija sve značajniju ulogu u projekcijama međunarodne ekonomije.

THE ROLE OF THE BRICS IN THE CONTEMPORARY INTERNATIONAL ECONOMY

Abstract

In this paper the role of the BRICS (Brazil, Russia, India, China, South Africa) countries in the contemporary international economy is analyzed. Macroeconomic indicators signify the importance of the BRICS, that strives to attain biggest global economic significance till the year 2050. High GDP growth rates of these countries are expected through increase of the real sector, return on capital and domestic currency appreciation. Empirical researches show the foreign direct investment intensity, that have improved noticeably economic efficiency and competitiveness of the BRICS. The perspective of the BRICS incremental contributions to the global economy and industry sectors categorization, that have created encouraging investment conditions, are considered. Development implications are researched from the aspect of companies, which are successively creating core competencies through domestic market advantages. Demographic projections forecast continuity in employment rate increase, with potential of total factor productivity acceleration. Comparative analysis gives a special review on gap reduction in terms of growth rate by comparison with developed countries. The paper emphasizes BRICS aggregate market force, but also variety of member countries economies.

Key words: BRICS countries, international economy, companies, competitiveness, foreign direct investments.

LITERATURA

Becker, U. (Ed.) (2014), *The BRICs and Emerging Economies in Comparative Perspective – Political economy, liberalisation and institutional change*, Routledge, New York.

Goldman Sachs (2013), “Global Economics Paper: 223”, The Goldman Sachs Group Inc., New York.

IBGE (2014), “BRICS – Joint Statistical Publication 2014”, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Rio de Janeiro.

Jain, S. C. (Ed.) (2006), *Emerging Economies and the Transformation of International Business – Brazil, Russia, India and China*, Edward Elgar Publishing, Northampton.

Kobayashi-Hillary, M. (Ed.) (2008), *Building a future with BRICS – The next decade for offshoring*, Springer Verlag, Berlin.

Kumo, W. L., Rieländer, J., Omilola, B. (2014), “South Africa 2014”, OECD – African Economic Outlook, Paris.

Marino, R. (2014), *The Future BRICS – A synergetic economic alliance or business as usual?*, Palgrave Macmillan, New York.

Morazán, P., Knoke, I., Knoblauch, D. & Schäfer, T. (2012), “The Role of BRICS in the Developing World”, Study, European Parliament.

PwC Economics (2013), “The BRICs and beyond: prospects, challenges and opportunities”, London.

Stöllinger, R. & Hunya, G. (2009), “Foreign Direct Investment Flows between the EU and the BRICs”, Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche, Vienna.

The BRICS Report (2012), Oxford University Press, New Delhi.

UN (2014), “China’s Development Trajectory: A strategic opening for industrial policy in the south”, Discussion Paper, New York.

USDA (2014), “International Agricultural Trade Report”, United States Department of Agriculture, Washington.

ETIČKE DILEME PRODAVCA U SAVREMENOM POSLOVNOM OKRUŽENJU

Dalibor Bubnjević*

daliborbzr@sbb.rs

Rezime

Zbog prirode pozicije koju imaju u poslovnim procesima i okolnosti koje je nametnulo savremeno poslovno okruženje, prodavci su sve češće izloženi iskušenju da neetičkim postupanjem ostvare kratkoročnu dobit i tim postupkom naruše lični ugled i imidž preduzeća koje zastupaju! U osnovi takvog delanja je zapravo pohlepa. Etičke odluke koje se donose predstavljaju refleksiju snage njihovog karaktera. Savest pojedinca nije jedina preporučljiva smernica za moralno promišljanje, jer se svetonazori neretko menjaju u toku procesa odlučivanja u cilju ostvarivanja ličnog interesa. Etički aspekt lične prodaje u fokusu ima: menadžere prodaje, prodavce i kupce. Moral i prodavci bi trebalo da imaju neraskidiv odnos. Ključna obaveza izvršne i zakonodavne vlasti je da kreira nedvosmislen sistem pravila i sankcija koji će doprineti borbi protiv korupcije, sankcionisanju podmićivanja, nelojalne konkurencije i drugih oblika nečastivog delanja.

Ključne reči: etika, lična prodaja, poslovno okruženje.

* NIP „Zrenjanin“ a.d.

UVOD

Tokom ljudske civilizacije na različiti način se nastojao **posredovati odnos** između političkog, moralnog, ekonomskog i pravnog delanja. Platon je prednost davao upravljanju polisom, tj. *političkom posredovanju*. Dominirala je zajednička svojina, a *polis* se smatrao značajnijim od svakog pojedinca. Ukazivao je na nužnost umerenosti. Ksenofont je u fokusu interesovanja imao *upravljanje domaćinstvom*. Između gospodara i robova uvodi *nadziratelja* koji je moralna i vična osoba koja pravedno postupa sa robovima: dobro obavljen posao nagrađuje, a loš kažnjava. „Prema tome, upravljanje domaćinstvom mora biti moralno, a ono će biti takvo ako je i sam upravitelj/nadziratelj moralna osoba“¹.

Za razliku od polisa, života u *oikosu* podrazumeva privatnu svojину, podelu poslova, moralni život i privređivanje za vlastite potrebe. Višak se iznosi na tržište zarad trampe/prodaje. Aristotel posmatra čoveka (slobodnog građanina) kao političko, moralno, ekonomsko i pravno biće koje gradi zajednicu, a kod koga razumska duša vodi vegetativnu i osećajnu dušu. *Bogatstvo* ne smatra krajnjim ciljem ekonomije već *sredstvom za lagodan život*. Uočava da se *dnevna politika* „oslobađa“ moralnih skupina i postaje puka tehnika vladanja. Pravi razliku između moralnog/nužnog *ekonomskog delanja* (priređivanje dobara za potrebe domaćinstva) i nemoralnog/neopravdanog *hrematističkog delanja* (cilj je uvećanje bogatstva preko mere: zelenašenjem i uspostavljanjem monopola). Sledstveno navedenom, čovek je istodobno moralno i svojinsko biće. Definiše *etiku* kao praktično znanje koje se interesuje za valjano postupanje pojedinca (zajedno sa estetikom tvori teoriju vrednosti).

Novi vek obeležila su različita gledišta: *dominacija političkog* nad moralnim i ekonomskim (Tomas Hobs), *superiornost svojine, života i slobode* (Džon Lok), insistiranje na *moralitetu u socijalnom kontekstu društva* a ne na nivou pojedinca (Žan-Žak Rus)² itd. Immanuel Kant razvija ideje *prosvetiteljstva, racionalizma i empirizma*. Insistira na *primatu praktičnog uma* nad teorijskim, kao i *moralna* nad politikom i pravom. Hegel je saglasan sa Kantovim stanovištem o čoveku kao *biću slobode*, ali kritikuje njegov zahtev za moralnim legitimitetom i daje prednost *legalitetu*. Karl Makrs naglašava

¹ Balj (2009), str. 248.

² Niko ne treba da bude toliko bogat da može da kupi drugog čoveka i niko ne bi trebalo da bude toliko siromašan da bi se prodavao drugom čoveku.

ulogu *kapitala* kao totaliteta koji manipuliše politikom, pravom i moralom kao *ideološkim sredstvima*. Utilitaristi (predvođeni Džonom Stjuartom Milom) i sledbenici pragmatizma naglašavaju potrebu *moralnog rasuđivanja* i *obrazovanja* u cilju etabliranja etičkog načina poslovanja.

„Razvila su se nova pravila poslovne etike, čemu su najviše doprineli engleski puritanci agresivnim propovedanjem o vrlinama štednje i radnosti, kao i Adam Smit koji je uspeo da kanonizuje, ali ovoga puta, ekonomsku religiju“³ (podvukao: D.B.). Međutim, Smit u manje poznatom delu „Teorija moralnih osećaja“ definiše čoveka kao biće koje je sposobno za donošenje moralnih sudova na osnovu saosećanja. Vremenom se napušta antički i srednjovekovni način sagledavanja biznisa: hrematistika postaje najznačajnija vrлина novog doba, a ljudska pohlepa biva rehabilitovana! Poboljšanje uslova života i staranje o najbližima nije u fokusu ekonomske nauke. Socijalisti iskazuju naklonost prema poslovnoj etici u cilju kritike nemoralnog poslovnog promišljanja.

Dvadeseti vek (vek moderne) kreirao je ekonomske i tehničko-tehnološke pretpostavke za *drugačiji način života* ljudi u zajednici, ali je istodobno iznedrio najveće *krvoproliće* u ljudskoj civilizaciji. Otuda ne čudi što ga Erik Hobsbaum naziva „vekom ekstrema“. „To je vek u kome je kapital sa liberalnom demokratijom pretvorio sebe... u neoliberalizam globalizovane ekonomije za koga politika, moral i pravo, bilo ono nacionalno ili međunarodno, nemaju nikakvu svoju samostalnost, nego su funkcionalno postavljeni kao puki servis logosa globalizovanog kapitala oličenog u profitu“⁴. Pojedini teoretičari (Poper, Fukujama, Gidens i dr.) smatraju da je neoliberalizam, koji je zasnovan na slobodnom tržištu i demokratiji, najbolji politički i društveni sistemom, dok na drugoj strani kritičari ističu da je novi poredak poništio čoveka kao političko biće i na njegovo mesto proizveo čoveka kao potrošača.

1. KOMPANIJSKO DELANJE U SAVREMENOM POSLOVNOM OKRUŽENJU

Da će novi milenijum obeležiti **promena u filozofiji potrošača**, pa samim tim i marketinga, moglo se zaključiti već u poslednjoj deceniji XX

³ Totić (2010), str. 106.

⁴ Balj (2009), str. 252.

veka. Industrijalizacija je *promenila prirodu društvenih odnosa* i omogućila *ново poimanje života*, tj. novo shvatanje odnosa rada i dokolice. *Roba* je postala najvažniji dodatak međuljudskim odnosima, budući da je posrednik prenošenja informacija sa društvenim sadržajem. Za kapitalizam uobičajena konkurencija ustupila je mesto *hiperkonkurenciji*, koja je dosegla neslućene razmere. Borba između ponuđača dobara i/ili usluga na tržištu za posledicu je imala *promenu u načinu razmišljanja kupaca* – koji, inače, postaju bolje informisani i sve više shizofreni (protivrečni) u svojim zahtevima.

U **eri potrošačkog društva** osnovna socijalna vrednost je *masovna potrošnja dobara i usluga*. *Predmet* dobija konotativnu vrednost, svedoči o društvenom nivou i stepenu obrazovanja. Fokus pažnje pojedinca je usmeren ka *materijalizmu, zadovoljenju vlastitih potreba, individualizmu, udaljavanju od porodice/zajednice/religije*. „Haug ističe da u kapitalističkom društvu jedinu svrhu predstavlja oplodnja kapitala, a sva čovekova životna stremljenja, nagoni i nadanja samo su sredstva različitih interesa prodavaca“⁵. Nekadašnje nametnute društvene norme ustupaju mesto suptilnim (trivijalnim) principima tržišta, a pojedinac prilikom odlučivanja *sam odlučuje o ispravnosti postupaka* u okruženju. Posledično, moralni čin više ne proizilazi iz društvenih običaja već iz savesti individue!

U novonastalom ambijentu (recesija, ekspanzija digitalnih medija, hiperkonkurencija ponuđača, „zavođenje“ kupaca i sl.) javila se potreba za **promenom načina poslovanja preduzeća**. „Za dvadeset i prvi vek kaže se da je vek promena. Svi privredni subjekti i ljudi moraju se naučiti prilagođavati i menjati brzo i pravovremeno, ili neće moći opstati u promenljivom okruženju kakvo je danas i kakvo će biti u doglednoj budućnosti“⁶. Preduzeća koja su spremna i sposobna da *kreiraju vrednost na osnovu društveno odgovornog marketinga* imaju više šansi za ostvarivanje tržišnog uspeha, budući da zainteresovana javnost odobrava kompanijsko delanje koje je fokusirano ka povećanju društvenog blagostanja.

Odnosi između tržišnih aktera tokom novog milenijuma postaju kompleksniji, pa se prodavci sve češće susreću sa brojnim *etičkim dilemama* prilikom uspostavljanja balansa između vlastitog, kompanijskog i interesa kupaca. S obzirom na značaj poslovnih odnosa za društvo u celini, nužno je pridržavanje ne samo zakonskih već i moralnih ograničenja! Na taj način obezbeđuje se zakonitost rada i iskazuje se **društvena odgovornost** (*social*

⁵ Balj et all. (2011), str. 266.

⁶ Vujić (2008), str. 17.

responsibility, eng.). Reč je o konceptu u čijoj osnovi je dužnost korporacije da donosi odluke i preuzima poslovne aktivnosti koje istovremeno doprinose *interesu privrednog subjekta* i *blagostanju društva*. Da bi zaživela odnosna filozofija poslovanja nužno je kontinuelno sagledavanje posledica kompanijskog delanja po celokupnu zainteresovanu javnost (društvena zajednica, zaposleni, kreditori, korisnici, dobavljači itd.). Kompanije mogu pokazati društvenu odgovornost na brojne načine: preduzimanjem korektivnih *akcija* pre nego što je to nužno, *obelodanjivanjem načinjenih propusta*, pružanjem podrške *programima zaštite životne sredine*, definisanjem i primenom korporacijskog *etičkog kodeksa* itd.

Četiri **odgovornosti privrednih subjekata** su⁷: 1) *ekonomska* – obaveza kreiranja tržišno prihvatljivih proizvoda/usluga i maksimiziranja profita za vlasnike; 2) *pravna* – ponašanje u skladu sa zakonima, propisima i drugim aktima koji definišu društveno prihvatljivo delanje; 3) *etička* – donošenje odluka zasnovano, između ostalog, na načelima pravičnosti, poštenja i nepristrasnosti (uz uvažavanje prava ličnosti). Nije precizirana pravnim normama i direktno ne doprinosi kompanijskom ekonomskom interesu; 4) *diskreciona* – potpuno je dobrovoljna, iznad uobičajenih društvenih očekivanja i vođena pukim čovekoljubljem, tj. željom da se doprinosi zajednici i kvalitetu života.

Etika formuliše standarde za kvalifikovanje „dobrog“ i/ili „lošeg“ poslovnog delanja! **Popularisanju etičkog ponašanja** doprinelo je *povećanje svesnosti kupaca (potrošača)* o neetičkom ponašanju, kao i *negativini publicitet* koji nečastivo delanje stvara⁸. Činjenica je da prihvatanje načela poslovne etike, samo po sebi, ne vodi poslovnom uspehu. Nužno je ispunjavanje i brojnih drugih uslova (kvalitet ponude, povoljna cena itd.). Međutim, bez etičkog ponašanja prodavaca/menadžera prodaje nezamisliv je tržišni trijumf u postmodernom poslovnom okruženju!

⁷ Opširnije: Futrell (2011), str. 73-75.

⁸ „Enviroics International, kompanija za istraživanje mišljenja javnog mnjenja, obavila je 1999. godine istraživanje na osnovu kojeg je došla do saznanja da je 67% stanovništva Severne Amerike spremno da kupi ili pak bojkotuje proizvod na etičkog osnovi. Istraživanje iz 1999. godine, koje je kompanija KPMG obavila među 1.100 globalnih kompanija, pokazalo je da zbog sve veće osetljivosti potrošača po tom pitanju, 24% tih kompanija ima godišnje izveštaje o ‘održivosti’, odnosno poštovanju etike“ (Kotler and Keller (2006), str. 707).

2. UZROCI I POSLEDICE ETIČKIH DILEMA PRODAVCA

Čovek tokom života postepeno stiče sposobnost da **razlikuje „pravo“ od „pogrešnog“ ponašanja**. Američki psiholog Lorens Kolberg smatra da su tri glavne ravni u moralnom razvoju jedinke⁹: 1) *prekonvencionalna* („sa čim se mogu izvući“) – spoznaja koje ponašanje je dozvoljeno, tj. u ličnom interesu. Uvažavanje pravila kako bi se izbegla kazna. Racionalizovanjem vlastitih postupaka krivica se prenosi na druge; 2) *konvencionalna* („šta se pravno od mene očekuje“) – usvajanje moralnih normi. Delanje se prilagođava pravnim normama i očekivanjima drugih (porodice, prijatelja, poslodavaca itd.); 3) *principijelna* („šta je ispravno učiniti“) – samostalno prihvatanje moralnih načela. Ne čini se pod uticajem društva već na osnovu autonomnog sistema vrednosti. Prosečno svega petina ljudi sazre do nivoa pridržavanja strogih moranih principa!

Ponudači se ponašaju u skladu sa vlastitim vrednostima. Etičke odluke koje se donose zapravo predstavljaju refleksiju snage **karaktera** koji se temelji na *bazičnom sistemu verovanja* pojedinaca, a koji je omeđen porodičnim odgojem, religijom, stečenim iskustvom tokom života i sl. Ljudi nemaju identičan pogled na svet, pa samim tim ni univerzalni *moralni standard* kojim procenjuju šta je „dobro“, a šta je „zlo“. Savest pojedinca nije jedina preporučljiva smernica za moralno promišljanje, jer se svetoznanje neretko menjaju u toku procesa odlučivanja u cilju ostvarivanja ličnog interesa. Da bi ponudač obezbedio *etičku konzistentnost postupanja*, bez obzira na tržišne okolnosti, nužno je da definiše fiksnu referentnu tačku na koju ne može da utiče i u odnosu na koju može da procenjuje vlastite odluke. Time lakše i pravičnije (raz)rešava poslovne dileme sa kojima se suočava! *Snaga karaktera* potvrđuje se lojalnošću i ispunjavanjem obaveza (ciljeva), a kao osnovni razlog za *slabljenje karaktera* navodi se prebrzi tempo poslovanja.

U raspravama o poslovnoj etici pojedini teoretičari sve **manje pažnje posvećuju karakteru pojedinca**. Navedeno stanovište pravdaju činjenicom da je ekonomska aktivnost (s)koncentrisana u različitim oblicima privrednog organizovanja, pa je samim tim nužno *pomeranje klatna interesovanja* sa karaktera pojedinca *na postupak odlučivanja u preduzećima*. Laura Neš se ne slaže sa navedenim stanovištem i ističe da poslovna etika zapravo proučava *primenu ličnih normi na aktivnosti i ciljeve preduzeća*, a da moralne i etičke vrednosti pojedinaca oblikuju organizaciju kao celinu.

⁹ Opširnije: Minić (2004), str. 107-108.

Etički aspekt lične prodaje u fokusu ima: menadžere prodaje, prodavce i kupce¹⁰. Menadžeri prodaje imaju društvenu i etičku odgovornost prema prodajnoj operativi. Ostvarivanje navedenog zadatka je kompleksno, budući da na mnoga pitanja koja nameće savremeno poslovno okruženje nije moguće dati jednostavan odgovor o ispravnom modelu ponašanja i/ili odlučivanja. Lica koja vode prodajne timove naročito moraju voditi računa o: 1) *pritisku koji vrše* na prodavce – nužno je postavljanje realističnih ciljeva koji se mogu dostići u definisanom vremenskom periodu; 2) načinu *(pre)raspodele prodajnih teritorija* – neophodno je postupati na pošten i iskren način, formulirati nedvosmislena pravila koja će se primenjivati prilikom: podele teritorija, preuzimanja ključnih kupaca (*key accounts*, eng.) itd.; 3) *poštenom odnosu* prema podređenima – saopštavanje isključivo istine; 4) postupanju prema *bolesnim ponuđačima* – pružanjem podrške za traženje profesionalne pomoći doprinosi se povećanju šansi za oporavak; 5) *pravima zaposlenih* – poštovanje zakonskih i moralnih prava uposlenih lica (preciziranje načina otpuštanja, formulisanje politike zaštite privatnosti, sprečavanje uznemiravanja na bazi rase, pola, religije, seksualne orijentacije, fizičkih nedostataka, porekla i sl.). Uvažavanjem prava zaposlenih ostvaruje se *višestruka korist za preduzeće*: eliminišu se troškovi koji bi nastali usled vođenja sudskih postupaka, povećava se atraktivnost poslodavca za privlačenje kvalitetnih kadrova, raste produktivnost rada i lojalnost budući da su zaposleni zadovoljni odnosom menadžmenta prema njima, smanjuju se zahtevi za povećanjem plata itd.

Prodavci ne smeju da zloupotrebljavaju položaj koji im je poveren, budući da neetičko ponašanje pojedinca *negativno utiče i na ostale članove tima!* Brojni su primeri *preuveličavanja troškova* smeštaja i hrane, kao i nenamenskog korišćenja *službenih vozila i uzoraka*. Ponuđači se zbog prirode posla često nalaze na terenu i samim tim su van neposrednog nadzora pretpostavljenih. Otuda ne treba da čudi iskušenje da se *u isto vreme*, pored postojećeg, *obavlja i drugi posao* ili pak *pohađa nastava*. Prodavcima se zarada, po pravilu, sastoji iz fiksnog i varijabilnog dela. Nečastivi pojedinci, da bi ostvarili veći iznos nagrade u određenom vremenskom periodu, skloni su da *obmanjuju vlastite poslodavce* (na primer, odlaganje evidentiranja narudžbenice).

Opslužujući kupce, prodavci se mogu naći u različitim moralno diskutabilnim situacijama:

¹⁰ Opširnije: Futrell (2011), str. 81-93.

1) *Podmićivanje* – pojedini nabavljači zahtevaju da im se omoguće dodatne pogodnosti (novac, roba, putovanja i sl.) da bi bili blagonakloni prema ponudi koju zastupa ponuđač! „Pokloni i ostali oblici mita postoje od kada postoji i sama trgovina. Sa etičkog stanovišta, međutim, potrebno je praviti razliku između finog socijalnog ponašanja i učtivosti i neprimerenih poklona koji se čine isključivo sa namerom da izazovu pozitivnu odluku o kupovini“¹¹. Sledstveno navedenom, kompanije limitiraju vrednost poklona koji njihov zaposleni može da primi od poslovnog partera. Time se precizira jasna granica između dobrih poslovnih običaja i mita;

2) *Saopštavanje netačnih informacija (kršenje garancije)* – prodavci preuzimaju na sebe zakonsku odgovornost i rizik svaki put kada pristupaju kupcu. Odsustvo poimanja razlike između činjenica i ličnog stava neretko izlaže preduzeće koje prodavac zastupa sudskim procesima za naknadu štete. Pravnoj sankciji ne podleže preuveličavanje prednosti ponude u vidu osobnog mišljenja (na primer, „Reč je o najboljem modelu na tržištu“). Međutim, upućivanje lažnih obećanja (činjenične prirode) o karakteristikama proizvoda/ usluge može uticati na nezadovoljne korisnike da potraže pravnu zaštitu (na primer, „Ukoliko primenite naše tehnološko rešenje ostvarićete uštedu od 3%“). Posledično, prodavci moraju biti upoznati sa tehničkim i finansijskim aspektima ponude, kao i sa važećim zakonima o garanciji na ciljnom tržištu;

3) *Cenovna diskriminacija* – ponuđači moraju biti obazrivi kada je reč o cenama, jer olako mogu počinuti cenovnu diskriminaciju (prodaja iste količine identičnog proizvoda/usluge različitim kupcima po različitim cenama). Rabat (popust) predstavlja instrument sticanja konkurentne prednosti i unapređenja prodaje. U SAD su pojedini oblici cenovne diskriminacije sankcionisani zakonom zbog narušavanja slobode tržišne utakmice (Robinson-Patman Act, 1936). Prodavcima je dozvoljeno odobravanje količinskog rabata za velike nabavke, budući da je navedeni čin opravdan nižim troškovima proizvodnje koji se postižu; 4) *Vezana trgovina* – pojedini prodavci zahtevaju od nabavljača da uz traženu robu/uslugu moraju da prihvate i ponudu koju ne žele. Navedena poslovna praksa, kao i zahtev za *ekskluzivnom distribucijom*, zabranjeni su u SAD ukoliko suštinski smanjuju konkurenciju na tržištu (Clayton Act); 5) *Reciprocitet* – nabavljači skloni neetičkom ponašanju uslovljavaju realizaciju posla istovremenom kupovinom određenih njihovih proizvoda/usluga od strane preduzeća koje zastupa prodavac; 6) *Prodajna ograničenja* - pravnom regulativom nastoje se zaštititi kupci od različitih oblika neetičkog delanja. U

¹¹ Lovreta (2000), str. 468-469.

mnogim država uvodi se period predomišljanja (*cooling-off laws*, eng.) tokom kojeg kupac može da raskine ugovor bez posledica i da povрати eventualno uplaćena sredstva. Nadležni organ u pojedinim gradovima izdaje ovlašćenja za bavljenje prodajom na teritoriji koja je pod njihovom ingerencijom. Time se otežava priliv ponuđača koji nisu stanovnici navedene oblasti i podstiče se lokalna privreda (*Green River ordinance*, eng.).

I pored sve većeg interesovanja za poslovnu etiku i dalje je u značajnoj meri prisutno neetičko ponašanje koje se pravda izloženosti pritiscima za postizanje tržišnog uspeha! Međutim, u osnovi takvog delanja je zapravo pohlepa¹². Brojni su **primeri kršenja etičkih standarda**: omalovažavanje konkurencije, različito tretiranje kupaca, odbijanje robe zbog neznatnih nedostataka, (zlo)upotreba dominantnog položaja pri zaključivanju ugovora, neopravdano (jednostrano) raskidanje ugovora itd. „Opšta saglasnost je da podsvesno navođenje, manipulacija, predstavlja najveću povredu slobode za potencijalnog kupca, jer takve propagandne tehnike zaobilaze racionalnost pojedinca i pokušavaju da utiču na njegov izbor pozivajući se direktno na njegova osećanja i emocije“¹³.

U cilju unapređenja odnosa prema moralnim problemima, korporacije neretko različitim dokumentima nastoje da kanonizuju zajedničke vrednosti organizacije i time definišu smernice prihvatljivog delanja menadžmenta i zaposlenih. **Etički kodeks** predstavlja sistematizovanu celinu (načela, metodoloških postupaka i principa) kojom se uređuje ponašanje u preduzeću sa ciljem moralnog podsećanja i opominjanja na valjano delanje. Verovanje o (ne)ispravnosti određenog oblika (modela) ponašanja eliminiše proizvoljnost i nedoslednost. „Sadržina normi poslovnog morala najčešće se iskazuje preko deskripcije različitih dužnosti i poželjnih ponašanja, a norme poslovnog morala moralni subjekt može osećati na dva načina: ili kao svoju unutrašnju potrebu, ili kao spolja nametnute“¹⁴. Etički kodeksi mogu biti zasnovani na¹⁵: 1) principima (*principle-based statements*, eng.) – utiču na organizacionu kulturu, definišu osnovne vrednosti, sadrže opšte informacije o društvenoj odgovornosti kompanije, kvalitetu proizvoda i ponašanju zaposlenih; 2)

¹² Slučaj „Enron“ je šokirao čitav svet! Nerealne ambicije pojedinaca uticale su da se prihvati prekomerni rizik i, na samom kraju, doprinele su bankrotu nekad najmoćnije američke korporacije. Prilikom prodaje kompanije „WorldCom Incorporated“ pojedini prodavci su dvostruko knjižili račune zarad ispunjavanja norme i ostvarivanja veće provizije.

¹³ Balj et all. (2011), str. 267.

¹⁴ Trifunović (2003), str. 202.

¹⁵ Opširnije: Futrell (2011), str. 94-95.

politici (*policy-based statements*, eng.) – navođenje procedura ponašanja u određenim etički osetljivim situacijama (na primer, sukob interesa, davanje i primanje poklona, odnos prema zakonu itd).

Savremeni kodeksi ponašanja vode poreklo od Pitagore i specifičnih pravila koja su morali da poštuju sledbenici Saveza pitagorejaca. Predmetni kodeks se temelji na tri ključna pitanja, koja su istovremeno i osnova svakog savremenog kodeksa: 1) U čemu sam pogrešio?; 2) Šta sam uradio?; 3) Šta nisam uradio, a trebalo je?. U većinu etičkih kodeksa su direktno ili indirektno inkorporirane *starogrčke* i *hrišćanske zapovesti* koje su (re)interpretirane ili doradivane. Zadatak kompanija je da promovišu četiri istinske moralne vrednosti: 1) *korektnost* prema svim učesnicima tržišne utakmice, 2) *iskrenost* u postupanju, 3) *poštovanje ljudske časti*, 4) *poštovanje prema javnosti*. O odnosnim principima neophodno je da budu obaveštene sve zainteresovane grupe javnosti (kupci, dobavljači, akcionari i dr.).

Prodavci su dužni da uvažavaju **socio-kulturni ambijent** u kome ostvaruju misiju, budući da se susreću sa potencijalnim kupcima iz brojnih država u kojima važe različita pravila poslovanja¹⁶. *Kulturne razlike* predstavljaju istovremeno prepreku i izazov, pa selekcija i obuka prodavaca ne predstavljaju jednostavan zadatak. Ponuđači koji deluju u inostranstvu moraju biti svesni da su oni zapravo gosti u stranoj državi i da njihova misija nije da nameću sistem vrednosti kulture iz koje potiču. Uticaj *religije* i *običaja* neretko je opredeljujući i višedimenzionalan, a *položaj žene* i pojedinih *društvenih klasa* nije jednoobrazan na svim meridijanima sveta. Osetljivost *upotrebe jezika* naglašena je prilikom lične prodaje.

ZAKLJUČAK

Prodavac je vođen ekonomskim motivima prilikom uspostavljanja odnosa (povećanje vrednosti akcija, rast profita/prometa, uvećanje provizije i sl.). Priroda posla koju obavlja izlaže ga/nju *brojnim iskušenjima* radi ostvarivanja ciljeva¹⁷. **Ponašanje je rezultat delovanja spleta ličnih vrednosti ponuđača** (duboka uverenja i sklonosti koje formiraju stav) i *eksternih faktora*

16 „Međunarodni pregovori imaju dodatnu komponentu koja zahteva da pregovaračke strane prevaziđu kulturne, civilizacijske, jezičke, tehnološke, tradicionalne, psihološke, komercijalne i brojne druge barijere koje se pred njih postavljaju“ (Kozomara (2001), str. 189).

17 „Prodavci se suočavaju s mnogobrojnim etičkim pitanjima koja uključuju korupciju, obmanjivanje, agresivnu prodaju i recipročnu kupovinu“ (Džober et all. (2006), str. 488).

(uticaj menadžmenta, poslovne prakse preduzeća i dr.) Međutim, bitno je vlastito delanje ograničiti *zakonima, ugovorima*, kao i *načelima* i *normama* koje su uobičajene u privrednoj grani u kojoj se plasira proizvod/usluga (na primer: prikazivanje činjenica, čuvanje poverljivih informacija, odgovornost prema klijentu i sl.). Nemoralnim ponašanjem trajno može biti narušen imidž pojedinca i preduzeća koje on zastupa. Svaki nečasni postupak umanjuje moralnu snagu pojedinca! Kupci nagrađuju prodavce, koji iskazuju visok moralni integritet, *odnosom poverenja* iz koga najčešće proizilazi uspešna realizacija posla. Predmetno poverenje se teško stiče, ali se lako gubi.

Poslovna etika treba da pronađe nužnu vezu između morala i poslovanja, tj. da **kreira podsticajni državni i društveni ambijent** za zaključivanje sporazuma između tržišnih aktera (pojedinaца i/ili preduzeća). Otuda je jedna od bitnih društvenih funkcija menadžmenta *negovanje poslovne etike* kao discipline koja se stara o pravima, obavezama i moralnim načelima koje ljudi koriste u poslovnom životu. Uvažavanje normi poslovnog morala dugoročno doprinosi *rastu ugleda prodavaca, uvećanju poverenja poslovnih partnera* u njih i, naposljetku, *boljem poslovnom rezultatu*. Formira se *pokret za etiku biznisa* u čijoj osnovi je respektovanje ekonomskog značaja primene etičkih načela, uvažavanje prava i interesa drugih, kao i opštih društvenih interesa.

Moral i *prodavci* bi trebalo da imaju **neraskidiv odnos**. Ponuđači moraju biti svesni da vlastitim radom i ponašanjem reflektuju ne samo *ličnu moralnost već i poslovnu etiku privrednog društva* koje predstavljaju. Međutim, nestabilni uslovi poslovanja, brza privatizacija, odsustvo poreske etike, autarkična kretanja u ekonomiji i društvu, odsustvo institucionalnih formi/normi, mentalitet i nizak životin standard pogodno su tlo za stvaranje moralno labilnih pojedinaca!

Tranziciona postmoderna društva karakteriše nedovoljna etička komponenta poslovanja, budući da je kriza društva praćena krizom morala. Samim tim specifične **društvene moralne sankcije** (moralni prezir, gađenje, griža savesti i sl.) *ne daju očekivane rezultate!* Samim tim ne treba da čudi što se etika danas shvata kao puki ukras osobnog ponašanja (bonton/ etikecija) koji je u službi ekonomije, a ne kao znanje o ustrojavanju pojedinačnog života u vezi sa zakonima i običajima države i porodice. Očito, bez podrške *politike* i *prava*, poslovna etika neće biti u stanju da nadahnjuje ljude na moralno rasuđivanje, zaključivanje i delanje. Otuda u mnogim razvijenim državama (Velika Britanija, Francuska, Nemačka, Japan itd.), birokratska vlast značajno oblikuje poslovni život i predstavlja protivtežu krupnom kapitalu.

Ključna obaveza izvršne i zakonodavne vlasti je da kreira nedvosmislen sistem pravila i sankcija koji će doprineti borbi protiv korupcije, sankcionisanju podmićivanja, nelojalne konkurencije i drugih oblika nečastivog delanja. Jedino u takvom poslovnom ambijentu biće moguće primeniti principe poslovne etike, tj. vrednovati rezultate njihove primene. Time se sprečava ostvarivanje dobiti preduzeća koje je zasnovana na šteti koja se pričinjava kupcu, javnosti i/ili uposlenima. Ključno je da prodavci budu uvereni da se navedene mere preduzimaju u njihovom interesu, kao i da budu spremni da *prihvataju odgovornost* za propuste koje su načinili.

ETHICAL CONCERNS OF THE SELLERS IN THE MODERN BUSINESS ENVIRONMENT

Abstract

Due to the nature of their position within the business processes and because of the conditions imposed by modern business environment, the sellers are increasingly exposed to the temptation of gaining short-term profit through unethical conduct. This could easily undermine their personal reputation and the image of the company they represent. The basis of this type of behaviour is actually greed. Ethical decisions that are being made represent the reflection of the strength of the seller's character. The conscience of the individual is not the single recommended guideline for the moral consideration, since worldviews often change during the process of decision-making in order to achieve personal interests. The ethical aspect of personal selling is focused on: sales managers, sellers and customers. Moral issues should be tightly related to the sellers. The key responsibility of the executive and legislative power should be to create an unambiguous system of rules and sanctions that will contribute to the fight against corruption, bribery, unfair competition and other forms of the dishonest undertakings.

Keywords: ethics, personal selling, business environment.

LITERATURA

Balj, B. (2009), „Duh vremena i poslovni moral“, *Arhe* Vol. 6, 11: 247-257.

Balj, B., Čučković, A., Breu, A. and Marić R. (2011), *Etika poslovanja*. Subotica: Ekonomski fakultet Subotica.

Bubnjević, D. (2013), „Etički aspekt prodaje“, *Ekonomski vidici*, XVIII, broj 4: 507-518.

Futrell, Charles M. (2011), *Fundamentals of Selling: Customers for Life Through Service*. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Kotler, P. and Keller L. K. (2006), *Marketing menadžment*. Beograd: Data status.

Kozomara, J. (2001), *Spoljnotrgovinsko poslovanje*. Beograd/Banja Luka: Ars Libri/Besjeda.

Lovreta, S. (2000), *Trgovinski menadžment*. Beograd: Ekonomski fakultet u Beogradu.

Miljević, M. (2010), *Poslovna etika i komuniciranje*. Beograd: Univerzitet Singidunum.

Minić, V. (2004), „Etička dimenzija poslovanja u tranzicionim procesima“, *Sociološki pregled* Vol. 38, 1-2: 101-113.

Trifunović, S. (2003), „Poslovni moral i menadžment“, *IMK-14-Istraživanje i razvoj* 9: 201-204.

Totić, I. (2010), „Poslovna etika kao paradigma ponašanja u velikom biznisu“, *Socijalna misao* 4: 103-115.

Vujić, V. (2008), *Menadžment promjena*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment.

Džober, D. and Lankaster Dž. (2006), *Prodaja i upravljanje prodajom*. Beograd: Clio.

KONKURENTSKA I KOMPARATIVNA PREDNOST TURISTIČKE DESTINACIJE

Andrijana Mrkaić Ateljević*

andrijanamrkaic@gmail.com

Rezime

Konkurentnost, ili sklonost za takmičenje, prisutna je na svim poljima ekonomskog, socijalnog, političkog djelovanja. Ni turistička djelatnost nije lišena tog takmičarskog duha pa potencijalni turista može da bira između niza destinacija, a tradicionalne destinacije više ne mogu računati na onu prednost "prvih pokretača turističkih kretanja", i ulaze u borbu sa novim destinacijama koje mogu računati na cjenovnu i troškovnu prednost. Višedimenzionalnost konkurentnosti destinacije predstavljena je kroz "dijamant konkurentnosti". U nastojanju da tržištu ponude visoko percipirani lanac vrijednost, destinacije pokušavaju iskoristiti komparativne i konkurentske prednosti, pri čemu ne mora značiti da se komparativne prednosti uvijek iskoriste i finansijski valorizuju, odnosno da postanu sinonim za konkurentske prednosti.

Ključne riječi: konkurentnost, analiza konkurentnosti, lanac vrijednosti

* Visoka škola za turizam i hotelijerstvo, Trebinje

1. ELEMENTARNE DIMENZIJE KONKURENTNOSTI I KOMPARATIVNE PREDNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE

Turizam novog doba traži jedinstven i prepoznatljiv turistički proizvod, konstantna unapređenja turističke ponude te istodobno očuvanje autohtonih elemenata. Upravo zbog toga dolazi do zaoštavanja odnosa među konkurentskim zemljama za osvajanje tržišne pozicije pa je potrebno kontinuirano analiziranje i praćenje indikatora konkurentnosti turističkih destinacija. Stupanj razvoja destinacije definisan je determinantama kao što su infrastrukturna razvijenost, regulatorni i zakonski okviri, brojnost i kvalitet smještajnih kapaciteta, raznovrsnost i kvalitet ugostiteljske ponude, prirodna i kulturna baština kadrovski potencijali, mjereni produktivnošću, odnosno, sposobnošću destinacije da proizvede robe i usluge koristeći svoju radnu snagu i resurse, i investicije.

U konkurentskoj analizi definiše se konkurentski krug, tj. spisak zemalja koje nude isti ili sličan turistički proizvod, a koji predstavljaju referentni okvir za upoređivanje turističkih atraktivnosti. Tako je npr. Hrvatska za definisanje svog konkurentnog kruga, pored stalnih konkurenata Grčke, Španije, Italije, Francuske..u svoj referentni okvir uvrstila i Crnu Goru, Albaniju, Bugarsku, te pojedine afričke mediteranske zemlje, kao npr. Tunis (www.iztg.hr).

“Konkurentnošću destinacije smatra se njezina sposobnost da tržištu ponudi visoku vrijednost za novac (value for money), odnosno visoko percipiranu vrijednost i nisko percipiran uloženi napor (value for effort)”¹.

Za uspješnost pozicioniranja destinacije odgovorna je samoevaluacija svojih kapaciteta i atraktivnosti koje posjeduju, uz prepoznavanje konkurentskih i komparativnih prednosti. Konkurentsku prednost možemo shvatiti kao sposobnost potrebnu za kvalitetnu upotrebu resursa efektivno i dugoročno. **Konkurentnska prednost** se odnosi na sposobnost države i drugih institucija da dodaju nove vrijednosti prirodnim elementima ponude, bilo na nacionalnom ili svjetskom tržištu. Osnovni faktori koji određuju nivo konkurentnosti mogu se prema Mariću klasifikovati kao:

- **cjenovni** - koji se mogu lakše usklađivati, postoji mogućnost njihovog adaptiranja i prilagođavanja spoljnim uslovima i

¹ www.unwto.org

• **necjenovni:** kvalitet, standardizacija, inovacije, tehnologija, na koje planeri turističke destinacije nemaju veliki uticaj jer su to dosta fluidne kategorije, teško mjerljive i verifikovane. Tako npr. konkurentska uloga kvaliteta permanentno jača zahvaljujući stalnom povećanju broja tzv. “zele-nih potrošača” i pristalica ekoturizma, kao i preduzimanju niza mjera u cilju njegovog unapređenja (*Marić R., 2008,85*).

Komparativne vrijednosti su vrijednosti koje čine klimu, pejzaž , ekološka područja i sl. odnosno raspoloživost faktora razvoja, i dosta su statična kategorija za razliku od konkurentske dinamične kategorije. Komparativne prednosti su uglavnom vezane za prirodne, ali i izgrađene resurse. Ne mora značiti da se komparativne prednosti uvijek iskoriste i finansijski valorizuju. Popesku pozivajući se na Portera (1990) svrstava osnovne elemente **komparativne prednosti** u 5 kategorija²:

1. Ljudski resursi

2. Fizički resursi

3. Resursi znanja

4. Finansijski resursi

5. Infrastruktura

1. Ljudski resursi: kvalitet, kvantitet i cijena ljudskih resursa koji stoje na raspolaganju turističkoj industriji i utiču na destinacijsku kompetitivnost. Turistička industrija zapošljava širok dijapazon osoblja različitih profila, a njihova dostupnost, njihova znanja, cijena, radna etika, standardi radnih uslova kako menadžera tako i zaposlenih, su jako bitni u uslužnim djelatnostima poput turizma.

2. Fizički resursi su fundamentalan faktor privlačnosti turističkih destinacija, pogotovo njihova različitost, jedinstvenost, izobilje, pristupačnost, scenska, ekološka i rekreacijska privlačnost prirodnih fenomena, poput planina, jezera, pustinja, kanjona. Često u fizičke resurse ubrajamo i one neopipljive kao što su jezik, tradicija, stil života, društvene norme i etika idt.

3. Resursi znanja su veoma bitni iako turistička industrija nije tako zahtevna po pitanju znanja kao na primjer visoka tehnologija, zdravstvene usluge ili obrazovanje. Postoje velike razlike između razvijenih i manje razvijenih destinacija koje su često primorane uvoziti znanje vezano za menadžment, strateško planiranje, marketing i druge aktivnosti.

² Popesku J, (2011), str.67.

4. Jako bitna je sposobnost destinacije sa snabdjevanjem potrebnih finansijskih resursa za razvoj turističke suprastrukture.

5. Infrastruktura predstavlja osnovu za ekonomski razvoj manifestovanu kroz kapacitete, procese, opremu, i za nju je odgovorna država i njene institucije, na primjer drumovi, zdravstveni sistem, struja, voda, javne usluge, policija, aerodromi, biblioteke... Turistička suprastruktura predstavlja dodatni set nadgradnje infrastrukture poput hotelskog smještaja, restorana, tematskih parkova, igrališta za golf i slično.

Prema Čeroviću konkurentnost je sposobnost da se tržištu ponudi visoko percipirana vrijednost, neutralizujući na taj način stalne negativne pritiske pet sila konkurencije³:

- prijetnje konkurenata;
- prijetnje supstituta;
- pregovaračku snagu kupaca;
- pregovaračku snagu dobavljača;
- rivalitet između konkurenata.

Kako bi se neutralizovale ove sile, odnosno izgradile konkurentne prednosti, potrebno je da turističke destinacije razvijaju aktivnosti koje su bolje od konkurentskih, a naročito je potrebno da razvijaju aktivnosti koje se razlikuju u odnosu na konkurente. postanu sinonim za konkurentne prednosti.

Drugim riječima, da bi uspešno konkurisala turistička destinacija mora da ponudi tržištu veću vrijednost od svojih rivala, za iste napore koje ulažu turisti, ili istu vrijednost uz manji uloženi napor.

2. SUŠTINA EKONOMSKE SARADNJE U TURISTIČKOJ DESTINACIJI

Konkurentnost zaista predstavlja dinamičan fenomen koji je pod uticajem brojnih faktora. Tendencije destinacije, da kroz saradnju većeg broja indikatora, poveća nivo svoje atraktivnosti, izražavaju se najviše sa aspekta ekonomske konkurentnosti, koja diriguje razvoju svih ostalih, i predstavljena je kroz Porterov dijamant konkurentnosti⁴.

³ Čerović S, (2009), str.186.

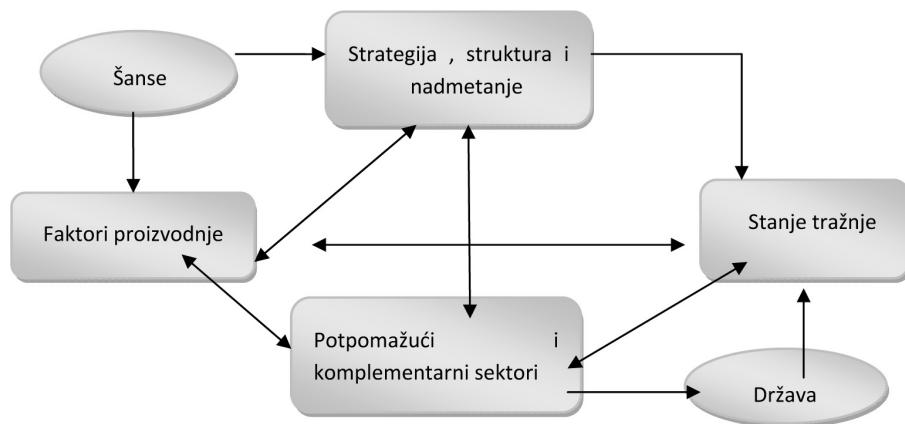
⁴ www.traveldailynews.com.;preuzeto 15.12.2014.

Dijamant konkurentnosti kao ekonomska crta konkurentnosti trebao bi da podstiče stalne procese inovacija, i poboljšanja kvaliteta, visok nivo produktivnosti, i visoku poslovnu efikasnost. Čine ga četiri ključne komponente (Popesku J,2011,71):

- faktori proizvodnje
- faktori tražnje
- faktori u javnom sektoru, komplementarni sektori
- strategija, struktura i rivalstvo .

Država igra veliku ulogu koja svojim zakonskim propisima i proceduralnim mjerama omogućava proširenje i lakše djelovanje turističke djelatnosti, ili pruža različite vrste pravnih ili finansijskih pomoći terciarnom sektoru. Ona može preko vladinog sektora da uspostavlja veću kontrolu i monitoring. Na taj način država stvara veće šanse za razvoj turističke destinacije, kroz umrežavanje svih navedenih faktora čime se stvara integrisani proces kao osnova za izlazak na međunarodna tržišta.

Slika br.1: Porterov dijamant konkurentnosti⁵



⁵ Popesku J,(2011), str.71.

Konkurentnost se postiže pažljivim odabirom aktivnosti iz ove četiri grupe faktora, a koje mogu da ponude tržištu jedinstvenu vrijednost za napore “value for efforts”. Pri tome treba napomenuti da će najkonkurentnija destinacija biti ona koja turistima ponudi veće vrijednosti za manji napor “value for effort”. Vlada država zajedno sa adekvatnom javnom službom igra značajnu ulogu za stvaranje turističkog vrijednosnog lanca i kreiranje povoljnog poslovnog okruženja putem raznih zakonskih procedura i regulativa. U eri globalizacije najoptimalniji način za opstanak turističke industrije, pa samim tim i turističke destinacije jeste kroz stvaranje profesionalno oblikovanog turističkog proizvoda koji u potpunosti zadovoljava koncept lanca vrijednosti. Sve više se naglašava važnost stvaranja i dodavanja vrijednosti u cilju sticanja i održavanja konkurentne prednosti, a za korišćenje superiorne vrijednosti za potrošače, kao osnove za stvaranje konkurentne prednosti, potrebno je razumijevanje lanca vrijednosti turizma odnosno turističke destinacije .

3. INDEKS KONKURENTNOSTI U TURIZMU

Svjetski ekonomski forum sa sjedištem u Davosu (Švajcarska) objavljuje *‘Travel&Tourism Competitiveness Report’* koji ima glavni cilj, a to je odrediti Travel&Tourism Competitiveness Index (TTCI) koji razvijen u kontekstu programa World Economic Forum’s Industry Partnership Programme for Aviation, Travel and Tourism Sector uz saradnju brojnih međunarodnih i nacionalnih organizacija u turizmu. Pomoću TTCI se mjere faktori i politike koje omogućavaju razvoj sektora putovanja i turizma u različitim zemljama. Do sada je urađeno 6 izvještaja za godine od 2007-2013. Sada Svjetski ekonomski forum sa sjedištem u Davosu (Švajcarska) objavljuje TTCI indeks svake godine. Glavni cilj ovog istraživanja je Indeks (TTCI), za sektor putovanja i turizma uz učešće brojnih međunarodnih i nacionalnih organizacija (kao partnera) u turizmu. Partneri u njegovoj izradi su Booz & Company, Deloitte, IATA (Međunarodna asocijacija vazdušnog saobraćaja), IUCN (Međunarodna unija za konzervaciju prirode), UNWTO (Svetska turistička organizacija Ujedinjenih nacija) i WTTC (Svjetski savjet za putovanja i turizam).

Pomoću TTCI-indeksa se mjere faktori i politike koje omogućavaju razvoj sektora putovanja i turizma u različitim zemljama. Indeks se izračunava na temelju tri velika grupe varijabli koje omogućavaju ili upravljaju razvojem

konkurentnosti u sektoru putovanja i turizma. Za svaku od tih grupa definisan je poseban podindeks i to za⁶:

- 1) za regulatorni okvir sektora putovanja i turizma,
- 2) za poslovno okruženje i infrastrukturu i
- 3) za ljudske, kulturne i prirodne resurse u sektoru putovanja i turizma.

TTCI indeks mjeri faktore i politike koje čine razvoj sektora turizma i putovanja atraktivnim za različite zemlje. Čine ga tri podindeksa: podindeks regulatornog okvira turizma i putovanja (elementi vezani za politiku i pod uticajem vlade), podindeks poslovnog okruženja i infrastrukture turizma i putovanja (elementi poslovnog okruženja i fizičke infrastrukture) i podindeks ljudskih, kulturnih i prirodnih resursa. Svaki od podindeksa sadrži određene stubove konkurentnosti, kojih je ukupno četrnaest.⁷ Svaki od ovih stubova je sastavljen iz niza pojedinačnih varijabli dobijenih iz godišnje Ankete o mišljenjima direktora Svjetskog ekonomskog foruma, kao i kvantitativnih podataka iz različitih raspoloživih izvora, međunarodnih organizacija i stručnjaka (IATA, IUCN, UNWTO, WTTC, UNCTAD, UNESCO).

Naredna tabela pokazuje TTCI indeks konkurentnosti za regulatorni okvir sektora putovanja i turizma za 2013-tu godinu. Od zemalja u regionu, Hrvatska se nalazi na 35, Slovenija na 36, BiH se nalazi na 90-tom mjestu.

Tabela br.1: TTCI indeks za 2013.godinu.

<i>Ekonomije</i>	<i>Rang u svijetu</i>	<i>ocjena</i>	<i>Promjena od prošlog izdanja</i>
Švajcarska	1	5,66	0
Njemačka	2	5,39	0
Austrija	3	5,39	1
Španija	4	5,38	4
Velika Britanija	5	5,38	2
SAD	6	5,32	0
Francuska	7	5,31	-4

⁶ www.iztg.hr, preuzeto 02.11.2014.

⁷ To su: (1) pravila i regulativa vezana za politike, (2) održivost okruženja, (3) sigurnost i bezbjednost, (4) zdravlje i higijena, (5) prioritizacija sektora turizma i putovanja, (6) infrastruktura vazdušnog saobraćaja, (7) infrastruktura kopnenog saobraćaja (8) turistička infrastruktura, (9) infrastruktura informacione i komunikacione tehnologije, (10) cjenovna konkurentnost u sektoru turizma i putovanja, (11) ljudski resursi, (12) sklonost ka turizmu i putovanjima, odnosno otvorenost prema turizmu i stranim posjetiocima, (13) prirodni resursi, i (14) kulturni resursi.

<i>Kanada</i>	8	5,28	1
<i>Švedska</i>	9	5,24	-4
<i>Singapur</i>	10	5,23	0
<i>Australia</i>	11	5,17	2
<i>Novi Zeland</i>	12	5,17	7
<i>Nizozemska</i>	13	5,14	1
<i>Japan</i>	14	5,13	8
<i>Hong Kong</i>	15	5,11	-3
<i>Island</i>	16	5,10	-5
<i>Finska</i>	17	5,10	0
<i>Belgija</i>	18	5,04	5
<i>Irska</i>	19	5,01	2
<i>Portugalija</i>	20	5,01	-2
<i>Danska</i>	21	4,98	-5
<i>Norveška</i>	22	4,95	-2
<i>Luksemburg</i>	23	4,93	-8
<i>Malta</i>	24	4,92	2
<i>Koreja</i>	25	4,91	7
<i>Italija</i>	26	4,90	1
<i>Barbados</i>	27	4,88	1
<i>U.A.E.</i>	28	4,86	2
<i>Kipar</i>	29	4,84	-5
<i>Estonija</i>	30	4,82	-5
<i>Češka</i>	31	4,78	0
<i>Grčka</i>	32	4,75	-3
<i>Tajvan, Kina</i>	33	4,71	4
<i>Hrvatska</i>	35	4,59	-1
<i>Slovenija</i>	36	4,58	-3
<i>Crna Gora</i>	40	4,50	-4
<i>Makedonija</i>	75	3,98	1
<i>Srbija</i>	89	3,78	-7
<i>BiH</i>	90	3,78	7

izvor:<http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>

TTCI za 2011. godinu donosi podatke o znatnim promjenama unutar turističkih sistema za 139 zemalja, i u poređenju sa 133 zemlje iz 2009. godine, zaista su globalni tokovi i recesione fluktuacije različito djelovale na različite zemlje. Tako se npr. pregledanjem tabela iz TTCI-a za 2011.godinu može zaključiti da je:

- Crna Gora napredovala sa 52.mjesta u 2009.godini na 36.mjesto u 2011.godini,
- Bosna i Hercegovina sa 107. na 97.mjesto,
- Srbija sa 88.mjesta na 82.mjesto,
- Hrvatska je obe godine ostala na 34. mjestu,
- Švajcarska, Austrija i Njemačka su u 2009.godini bile vodeće tri zemlje Izvještaja, dok u 2011. godini tu poziciju zadržava Švajcarska, druga je Njemačka, a treća je Francuska.

Tabela br. 2. *Pozicija BiH u odnosu na zemlje u okruženju prema Indeksu konkurentnosti turizma i putovanja za 2011-tu godinu.*

<i>Zemlja</i>	<i>Rang</i>	<i>Ocjena</i>
<i>Slovenija</i>	<i>33</i>	<i>4,64</i>
<i>Hrvatska</i>	<i>34</i>	<i>4,61</i>
<i>Crna Gora</i>	<i>36</i>	<i>4,56</i>
<i>Mađarska</i>	<i>38</i>	<i>4,54</i>
<i>Bugarska</i>	<i>48</i>	<i>4,39</i>
<i>Rumunija</i>	<i>63</i>	<i>4,17</i>
<i>Albanija</i>	<i>71</i>	<i>4,01</i>
<i>Makedonija</i>	<i>76</i>	<i>3,96</i>
<i>Srbija</i>	<i>82</i>	<i>3,85</i>
<i>BiH</i>	<i>97</i>	<i>3,63</i>

Izvor: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011.

Detaljan prikaz metodologije TTCI izvještaja 2013. i 2014. godinu preuzetog sa sajta Svjetskog ekonomskog foruma dat je u narednoj tabeli na primjeru Bosne i Hercegovine.

Tabela br.3: Indeks konkurentnosti turizma Bosne i Hercegovine

<i>Naziv indeksa</i>	<i>Rang</i>	<i>2011</i>	<i>2013</i>
<i>Zakoni i regulative</i>		129	104
<i>Održivost životne sredine</i>		108	113
<i>Sigurnost i bezbednost</i>		40	29
<i>Zdravlje i higijena</i>		61	59
<i>Prioritet dat turizmu</i>		128	116
<i>Infrastruktura vazdušnog saobraćaja</i>		134	135
<i>Infrastruktura kopnenog saobraćaja</i>		137	130
<i>Turistička infrastruktura</i>		62	65
<i>Infrastruktura komunikacionih tehnologija</i>		70	64
<i>Cjenovna konkurentnost</i>		103	107
<i>Ljudski resursi</i>		77	76
<i>Pozitivan stav prema turizmu</i>		58	49
<i>Prirodni resursi</i>		121	107
<i>Kulturni resursi</i>		75	79

Izvor: www.wef.org

Prema ovom izvještaju zemlja se može smatrati konkurentnom jedino ako joj je rang ispod 50. Sudeći po tome BiH je za 2013.godinu jedino konkurentna u indeksu vezanom za sigurnost i bezbjednost, a u 2014.godini je neznatno napredovala, pa je indeks *pozitivan stav prema turizmu* sa 58 pozicije prešao na 49.

ZAKLJUČAK

Da bi spoznali razloge konkurentnosti destinacije neophodno je ovu tematiku sagledati i posmatrati kroz širi okvir. Konkurentnost u turizmu prvenstveno zavisi od uspješnosti interakcije svih komparativnih i konkurentskih prednosti destinacije i turističkih proizvoda. Zato se u središtu (prilikom analize konkurentnosti u turizmu) nalazi upravo turistička destinacija i turistički proizvod-odnosno njihova simbioza. Činjenica je da je jedan od

glavnih izazova razvoja turističke destinacije upravo razvoj konkurentskih prednosti, što zahtijeva adekvatnu marketinšku strategiju i razvoj turističkih proizvoda usklađenih s tom strategijom. Turizam pored radno-intenzivne djelatnosti, poprima i obilježja kapitalno-intenzivne djelatnosti i podleže jakoj međunarodnoj konkurenciji, i to povećava interes za istraživanjima u ovom području. Razlog tome je propulzivnost djelatnosti kao i promjena trendova u svjetskim turističkim kretanjima koje znatno pomjeraju granice konkurentnosti.

Zbog jake konkurencije koja danas djeluje na povećanje kvaliteta i diferencijaciju proizvoda, više nije moguće samo pojedinačnim marketinškim aktivnostima, koristeći se cijenom i promocijom, uticati na poboljšanje tržišne pozicije turističkih destinacija.

COMPETITIVE AND COMPARATIVE ADVANTAGE OF TOURIST DESTINATION

Abstract

Competitiveness, or preference for competition, is present in all areas of economic, social, political activity. The tourist activity is not devoid of that competitive spirit so potential tourists can choose from a range of destinations, and traditional destination can no longer count on that advantage of "the first driver of tourism development," and enter the fray with new destinations that they can count on the price and cost advantage. Multidimensionality of competitive destinations is presented through a "diamond of the competitiveness" In an effort to give you a high perceived value chain, destinations try to use comparative and competitive advantages, while not necessarily the comparative advantages still make use of the financial valorization, or become a synonym for competitive advantage.

Key words: Comparative destination, competitive analysis, value chain.

LITERATURA

Čerović S., 2009., *Strategijski menadžment u turizmu*, Beograd, Univerzitet Singidunum.

Kotler F., Keler K., 2006., *Marketing menadžment*, Data Satus, Beograd.

Kotler, Philip, Donald Haider, Irving Rein, 1993., „Marketing places“, The freepress, Maxwell communication.

Marić R., 2008., *Menadžment turizma i ugostiteljstva*, Visoka škola strukovnih studija, Beograd.

Popesku J, 2011., *Menadžment turističke destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd.

World tourism organization , 2007., *A Practical Guide to Tourism Destination Management*, Madrid.

Strategija razvoja turizma BiH za period 2011-2020.

Elektronski izvori:

<http://www.unwto.org/country-rangs>; pristup:10.10.2014.

<http://www.iztzg.hr/hr/konkurentnost> ;pristup: 08.7.2014.

http://www.iztzg.hr/hr/konkurentnost/druga_istrazivanja/svjetski_ekonomski_forum;pristup: 11.12.2014.

<http://www.traveldailynews.com/columns/article/20490/a-swot-analysis-of-asean>; prustup:23.11.2014.

FINANSIJSKI LIZING U SRBIJI I UZROCI SATURACIJE TRŽIŠTA

Svetlana Drljača*

svetlana.drljaca@voban.groupnbg.com

Rezime

Cilj autora ovog rada je da predstavi genezu tržišta finansijskog lizinga u Republici Srbiji i da odgovori na pitanje zašto je došlo do saturacije ovog tržišta. U traženju odgovora na postavljeno pitanje nametnulo se još jedno pitanje zašto je ekonomska kriza imala jači negativan uticaj na tražnju za finansijskim lizingom u odnosu na bankarski kredit kao galvni supstitut lizingu. Da bi se došlo do odgovorapošlo se od hipoteza da tražnja za lizingom zavisi od kretanjaprivredne aktivnosti i od cenovne konkurentnosti lizinga u odnosu na ostale oblike finansiranja. Na osnovu sprovedenog istraživanja postavljena hipoteza je i potvrđena i došlo se do zaključka da je država kroz aktuelnu poresku politiku značajan faktor u kreiranju atraktivnosti određenog načina finansiranja u odnosu na ostale, pa samim tim može imati stimulativan tj. destimulativan uticaj na njegov dalji razvoj. Komparativna analiza domaćeg i evropskog tržišta ukazala je na neiskorišćen potencijal usled destimulativne zakonske regulative.

Ključne reči: finansijski lizing, bankarski kredit, eksterni izvori finansiranja, zakonska regulativa

* Vojvodjanska Banka A.D., Novi Sad

UVOD

Predmet istraživanja ovog rada jeste lizing tržište Republike Srbije sa svim svojim specifičnostima i traženje odgovora na pitanje zašto su nepovoljni efekti finansijske i ekonomske krize imali jači negativan uticaj na tražnju za ovim proizvodom u odnosu na njegov supstitut-bankarski kredit. Cilj rada je da se definišu svi uzroci koji su destimulisali razvoj lizing tržišta i stvori mogućnost za njihovo otklanjanje. Polazeći od definisanog predmeta i cilja istraživanja, pristupiće se testiranju glavne hipoteze istraživanja koja glasi: „tražnja za lizingom zavisi od kretanja privredne aktivnosti i od cenovne konkurentnosti lizinga u odnosu na ostale oblike finansiranja“.

U skladu sa definisanim predmetom i ciljem istraživanja, pored uobičajne metodologije koja se koristi u ekonomskim istraživanjima, u radu će biti korišćen metod komparativne analize.

U fokusu ovog rada su lizing kompanije kao jedan odaktera finansijskog sektora koje nude specifičan oblik finansiranja nabavke pokretnih i nepokretnih stvari. Lizing se može definisati¹ kao sporazum kojim davalac lizinga prenosi na korisnika lizinga **pravo korišćenja** sredstava u ugovorenom vremenskom periodu u zamenu za plaćanje ili niz plaćanja. Iz navedene definicije proizilazi i ključna razlika između lizinga i kredita jer lizing obezbeđuje pravo korišćenja nad predmetom lizinga, dok banka daje kredit za kupovinu nekog osnovnog sredstva.

Kao specifičan oblik finansiranja lizing ima veliki značaj za razvoj cele privrede, a posebno za segment malih i srednjih preduzeća², novoosnovanih preduzeća i za poljoprivredna gazdinstva. Za segment malih i srednjih preduzeća lizing može biti ponekad jedini mogući način finansiranja kada ona nemaju adekvatan kredibilitet za banke ili nisu u mogućnosti da daju sredstva obezbeđenja prihvatljiva za banku, tako da ostaju bez finansijske podrške bankarskog sektora. Čak i u poziciji kada mogu da biraju, finansiranje lizingom predstavlja mnogo jednostavniji, brži i jeftiniji način pod pretpostavkom da lizing ima barem jednak poreski tretman u odnosu na bankarski kredit. Jednostavnija procedura pri odobrenju lizinga u odnosu na tradicionalan način finansiranja leži u činjenici da predmet lizinga ostaje u pravnom vlasništvu davaoca lizinga pa je davanje sredstava obezbeđenja nepotrebno.

¹ Međunarodni računovodstveni standard br. 17, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 77/2010

² Erić, Beraha, Đuričin, Kecman, Jakšić (2012), str. 116.

Pored ovoga, lizing nosi veći stepen likvidnosti u odnosu na bankarski kredit i za korisnika lizinga i za davaoca lizinga. Na osnovu povratnog lizinga („sell and leaseback“) kao podvrste finansijskog lizinga, korisnik lizinga ima mogućnost da unovči svoje osnovno sredstvo prodajom lizing kompaniji, a zatim da isto sredstvo koristi na lizing³. Sa druge strane, lizing kompanije u Srbiji imaju garantovan povratak predmeta lizinga u roku od šest dana u slučaju da klijent ne plaća⁴.

Da bi se stvorilo povoljno okruženje za razvoj privrede prvo treba podstaći razvoj finansijskog sistema jer stepen mobilnosti finansijskih sredstva između subjekata koji raspolazu viškom sredstava (suficitarnih jedinica) i subjekata koji imaju manjak finansijskih sredstava (deficitarnih jedinica) zavisi prevashodno od stepena razvoja finansijskog sistema⁵. U tom smislu diskriminatorni položaj finansijskog lizinga u odnosu na bankarski kredit kao tradicionalan način finansiranja nabavke pokretnih i nepokretnih stvari, ima samo negativan uticaj na razvoj celokupnog finansijskog sistema i privrede u Srbiji. Srbija treba da ima u vidu da njen razvojni potencijal leži u segmentu malih i srednjih preduzeća i preduzetnika jer predstavlja veoma važan deo srpske privrede tako da je u 2013 učestvovao sa 34% u formiranju BDP Republike Srbije, 2/3 ukupnog broja zaposlenog stanovništva je bilo angažovano baš u ovom segmentu privrede, učestvovao sa 43,2% u izvozu nefinansijskog sektora i čini 99,8% ukupnog broja privrednih subjekata⁶. Primereno tome mora da stvori normalno okruženje za razvoj ovog segmenta privreda što prevashodno znači obezbeđivanje povoljnih izvora finansiranja kroz ukidanje stimulativnih mera za razvoj finansijskog lizinga. U svetu finansijski lizing ne predstavlja samo supstitut bankarskog kredita, već se koristi i kao način finansiranja nabavke opreme za velike proizvodne i industrijske pogone kod tzv. projektnog finansiranja⁷ ili čak kod modela javno-privatnog partnerstva kao vid finansiranja postrojenja za prečišćavanje vode i manjih postrojenja za proizvodnju električne energije⁸.

3 Laušević (2014), str. 34.

4 Zakon o finansijskom lizingu, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 55/2003, 61/2005, 31/2011 i 99/2011

5 Labudović (2007), str. 30.

6 Izveštaj o malim i srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2013. godinu, Ministarstvo Privrede, Nacionalna Agencija za regionalni razvoj

7 Yescombe (2002), str.28.

8 Akintoye (2008), str. 132.

1. OSNOVNE KARAKTERISTIKE I GENEZA LIZING TRŽIŠTA U REPUBLICI SRBIJI

Zvanični početak primene finansijskog lizinga u Srbiji se može vezati za usvajanje Zakona o finansijskom lizingu⁹ 2003. godine. Domaći i strani ekspertisu tada zakon ocenili kao moderan evropski zakon i kao jedan od najpodsticajnijih za razvoj lizing sektora u jugoistočnoj Evropi¹⁰. Urazvijenim zemljama, kao i u evropskoj regulativi, nije praksa da se donose posebni propisi koji regulišu posao finansijskog lizinga dok je u našoj zemlji ova oblast uređena zakonom, zbog veće pravne sigurnosti i veće zaštite svih učesnika u ovom poslu¹¹. Od tada je prošlo 12 godina i može se slobodno postaviti pitanje zašto je potencijal lizing industrije minimalno iskorišćen u odnosu na nivo, položaj i značaj koji ima u Evropskoj uniji?

Inicijalno bilo je dozvoljeno da predmet lizinga budu samo pokretne stvari¹². Od tada do danas zakon je pretrpeo tri izmene. Prvom izmenom zakona¹³ data su značajna ovlašćenja Narodnoj banci Srbije u kontroli ovog sektora jer je ona stavljena u poziciju regulatora bez čijeg odobrenja nije moguće obavljati lizing poslove u Srbiji. U naredne dve izmene zakona¹⁴, fokus je bio na proširenju predmeta lizinga i ukidanju minimalnog perioda lizinga. Predmet lizinga proširen je tako da pored pokretnih nepotrošnih stvari (oprema, postrojenja, vozila i sl.) obuhvata i nepokretne stvari. Tako je finansijski lizing nekretnina ušao na velika vrata, ali tek sa izmenom Zakona o PDV¹⁵ ovaj segment finansijskog lizinga biva aktiviran i postaje atraktivan za pravna lica kao korisnike lizinga jer pravo opcije da promet građevinskih objekata bude opreziv PDV u slučaju kada on to nije („reverse charge“)¹⁶ se može ostvariti samo ako su ispunjeni sledeći uslovi:

- da su lica koja vrše promet i primalac dobara obveznici PDV-a,
- da su se o ovome saglasili u ugovoru o prometu nepokretnosti, i
- da će primalac dobara nabavljena dobra koristiti za promet opreziv u Srbiji.

⁹ ZFJ, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 55/2003, 61/2005, 31/2011 i 99/2011

¹⁰ Mitrašinović (2013), str. 1.

¹¹ Erić, Beraha, Đuričin, Kecman, Jakšić (2012), str. 108.

¹² ZFL, član 4

¹³ ZFL, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 61/2005

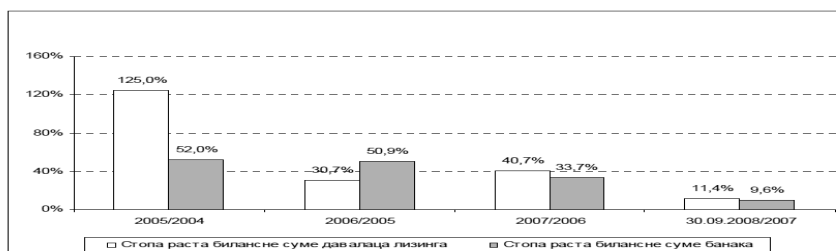
¹⁴ ZFL, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 31/2011 i br. 99/2011

¹⁵ ZPDV, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 93/2012

¹⁶ Poreske vesti, Oktobar 2012, KPMG

Na ovaj način ove transakcije postaju poreski neutralne tako da je do danas obavljeno četiri transakcije finansijskog lizingaposlovnih nekretnina. Samo nakon godinu dana od usvajanja zakona, osnovano je 9 lizing kompanija da bi ih danas bilo čak 16¹⁷. U periodu kada je donet zakon, postojala je velika potreba za obnavljanjem opreme, voznog parka, proizvodnih i industriskih postojenja jer je naša država bila u dugogodišnjoj izolaciji kada nije bilo moguće uvesti opremu iz inostranstva. Samo u prvih šest meseci od donošenja zakona o finansijskom lizingu, vrednost zaključenih lizing ugovora je dostigla €60 miliona¹⁸. Na grafikonu 1 i 2 se jasno vidi da je najveći rast, u relativnom iznosu, lizing tržišta ostvaren u 2005 u odnosu na 2004. Kao posledica ekonomske krize stopa rasta postaje negativana od 2009. do 2013. i ako se prati kretanje vrednosti ukupnog portfolia lizing kompanija, a ne samo vrednost novozaključenih poslova. Posmatrano u apsolutnom iznosu, lizing tržište je svoj maksimum doživelo 2008. godine kada je ostvarena maksimalna vrednost bilansne sume što se jasno vidi na grafikonu 3 u tekstu dole.

Grafikon br. 1- Stopa rasta bilansne sume davalaca lizinga i banaka u periodu od 2004. do 30/09/2008

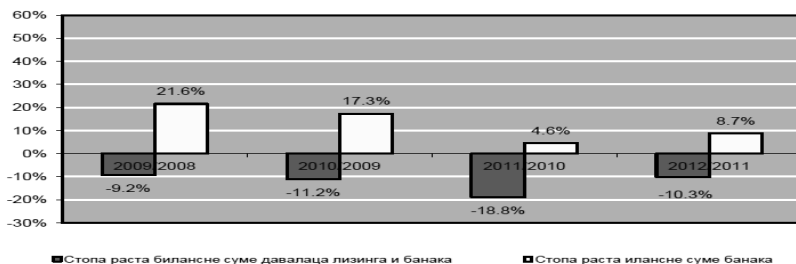


Izvor: Narodna banka Srbije

¹⁷ Izveštaj za treće tromesečje 2014, Sektor Finansijskog Lizinga, Narodna Banka Srbije

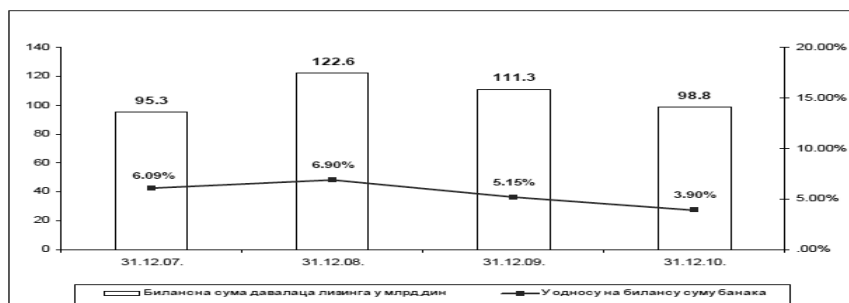
¹⁸ Mitrašinović(2013), str. 2.

Grafikon br. 2- Stopa rasta bilansne sume davalaca lizinga i banaka u periodu od 2008 do 2012



Izvor: Narodna banka Srbije

Grafikon br.3- Odnos bilansne sume banaka i davalaca lizinga (u milijardama dinara) u periodu od 2007 do 2010



Izvor: Narodna banka Srbije

Ekonomska kriza ne da je imala samo negativan uticaj na trend tržišta, već je došlo i do promene u strukturi korisnika lizinga tako da je u prvim godinama učešće fizičkih lica išlo i do 10% da bi se nakon krize ovo učešće svelo namaksimalno 5%. Pravna lica su najznačajniji korisnici lizinga u Srbiji. Što se tiče strukture lizing portfolia prema predmetu lizinga nije bilo bitnih promena od 2003. do danas i najveći deo portfolia se odnosi na teretna i putnička vozila, čak preko 50%¹⁹. Ovaj segment lizing tržišta kao njen nosilac je i pretrpeo najveći pad u periodu od 2008. do 2010. jer je vrednost ovih lizing ugovora pala sa €210 miliona na €64 miliona u posmatranom periodu²⁰.

¹⁹ Kvartalni izveštaj o finansiskom lizingu, Sektor finansiskog lizinga, Narodna Banka Srbije

²⁰ Mitrašinović (2013), str. 2.

Teretna i putnička vozila imaju dominantan udeo jer postoji razvijeno sekundarno tržište, ali udeo opreme bi bio sigurno mnogo veći da je dozvoljen poreski kredit na ulaganja u osnovna sredstva finansijskim lizingom, što je slučaj kada se nabavka osnovnih sredstava finansira sopstvenim sredstvima ili bankarskim kreditom. Ovo je jedna od bitnih diskriminatorskih mera za razvoj ovog segmenta lizing tržišta i može se reći da sa aspekta poreske regulative, postoji izražena neusaglašenost u tretmanu finansijskog lizinga jer se čas tretira kao finansijsko posredovanje, tj. deo finansijskog sektora, a čas kao promet robe, tj. deo privrede²¹. Na osnovu izmene Zakona o porezu na dobit pravnih lica²² društva za finansijski lizing izjednačena su sa bankama kada je u pitanju obračun poreski priznatih troškova kamate po kreditima od povezanih lica. Pravilo utanjene kapitalizacije, prema kome se kao poreski priznat trošak priznaje trošak kamate do desetostrukog iznosa sopstvenog kapitala, primenjuje se i na društva za finansijski lizing, a ne samo na banke, od poreskog bilansa za 2013. godinu. Ovo je bilo jako bitno za lizing kompanije jer se one dominantno finansiraju iz pozajmljenih izvora svojih povezanih pravnih lica u inostranstvu (kod devet lizing kompanija to su većinski vlasnici i osnivači istih). Sa aspekta PDV finansijski lizing se opet tretira kao promet dobara tako da kamata koja se obračunava u slučaju finansijskog lizinga ulazi u osnovicu za obračun PDV. Na ovaj način se lizing direktno diskriminiše u odnosu na bankarski kredit jer biva skuplji proizvod. To nažalost nije jedini slučaj kada je narušen princip pravičnosti poreskog sistema kojim se onemogućava razvoj jednog sektora.

Još jedan primer neusaglašenog stava u tretmanu finansijskog lizinga u našem zakonodavstvu i nerazumevanja suštine lizing poslova, je i Odluka Narodne banke Srbije o uvođenju obavezne rezerve za davaoce lizinga, krajem 2005. Treba naglasiti da je u ovom periodu došlo do naglog rasta lizing portfolia i da je samim tim registrovano povećano zaduživanje lizing kompanija u inostranstvu, kako bi se zadovoljila tražnja koja se kumulirala godinama unazad zbog krize i ekonomske izolacije zemlje. Regulator se uplašio da će doći do „seljenja“ kreditne aktivnosti banaka u portfolio lizing kuća, ali one su zbog specifičnosti domaćeg finansijskog tržišta jedino usmerene na izvore iz inostranstva. Većina od njih je osnovana od strane inostranih bankarskih grupacija koje su obezbeđivale i danas obezbeđuju izvore finansiranja domaćim lizing kompanijama jer i tada i danas su domaći izvori finansiranja skupi i učinili bi lizing proizvode totalno nekonkurentnim

²¹ Bujić (2013), str.3.

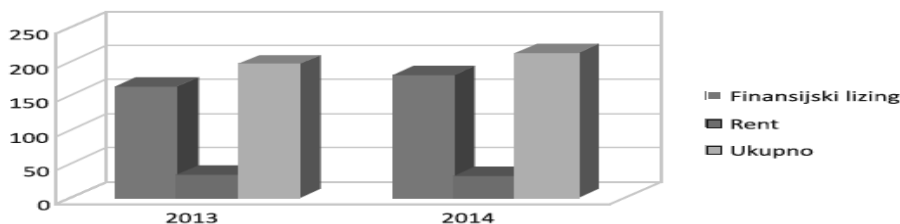
²² Službeni Glasnik Republike Srbije br. 47/2013

na tržištu. Kao da se žmuri pred činjenicom da lizing kompanije nemaju depozite građana i privrede kao izvor finansiranja i da zbog toga ne mogu da se stave u isti „koš“ sa bankama. I tada pre 10 godina i danas, pozajmljeni izvori iz inostranstva su činili i čine preko 80% pasive lizing kompanija koliko otprilike i iznosi udeo lizing portfolia u aktivi ovih kompanija. Ova mera je ukinuta tek 2012. i jako je važno napomenuti da nigde u svetu lizing sektor nije imao obavezu držanja obavezne rezerve osim kod nas.

Ovim se neiscrpljuje sva lista primera kojim se potvrđuje stav da bankarski sektor ima povlašćen status kod države i regulatora u odnosu na lizing industriju. Država je u vreme krize, da bi podržala bankarski sektor, u više navrata subvencionisala kamatu nabankarske kredite, što do sada nijednom nije bio slučaj kod lizing sektora i ako je on imao vrtoglav pad u periodu od 2009. do 2011. posle čega se beleži blagi oporavak. Sve gore navedeno je imalo ogroman uticaj na rezultat poslovanja lizing kompanija tako da su one pretrpele veliki gubitak u periodu glavnog udara krize jer su bile opterećene merama koje su u startu njihove proizvode činile skupljim u odnosu na bankarski sektor i jer je bankarski sektor kroz mere subvencije bio zaštićen od strane države.

Kada se sumira sve do sada navedeno, može se zaključiti da je u poslednje tri godine, posebno kroz izmenu regulative, ipak napravljen pomak kako bi se omogućio razvoj ove industrije. Kao potvrda toga je činjenica da u poslednje tri godine dolazi do blagog oporavka lizing sektora (Grafikon 5) jer raste neto vrednost novozaključenih ugovora. Ostvareni maksimum u vrednosti lizing tržišta mereno vrednošću portfolia iz 2008. još uvek predstavlja teško ostvarljiv cilj u svetlu produženog dejstva ekonomske krize i recesije s kojom se suočava srpska privreda.

Grafikon br.4 Novozaključeni ugovori u milionima evra (treći kvartal 2013/2014)



Izvor: Asocijacija lizing kompanija Srbije

2. UZROCI PADA TRAZNJE ZA FINANSIJSKIM LIZINGOM U PERIODU EKONOMSKE KRIZE

Cilj ovog rada je da da odgovor na pitanje zašto postoji viši stepen osetljivosti tražnje kod lizinga u odnosu na bankarski kredit, što je očigledno bilo u periodu finansijske krize kadatražnja za lizingom beležila značajan i strm pad tako da je došlo do padatržišta što nije slučaj sa bankarskim kreditom. Inicijalno je postavljena sledeća teza: Tražnja za lizingom zavisi od kretanja privredne aktivnosti i od cenovne konkurentnosti lizinga u odnosu na ostale oblike finansiranja. Autor je izabrao da period testiranja ove hipoteze bude baš period kada se najjače osetio uticaj ekonomske i finansijske krize u našoj zemlji, tako da se stepen uticaja i zavisnosti testira baš u periodu 2009. u odnosu na 2008. godinu. Zašto je baš izabran period krize koji se karakteriše i padom privredne aktivnosti (mereno stopom privrednog rasta) i padom kupovne moći stanovništva? Kriza je vreme preispitivanja, kada se pitanja množe, a na površinu izbijaju brojni otvoreni problemi i dileme²³. To je period kada tražnja za bilo kojim proizvodom ima najviši stepen cenovne elastičnosti i kada mogu pored prvog navedenog faktora u kreiranju tražnje za finansijskim lizingom da se jasno izoluju i ostali faktori sa značajnim uticijam.

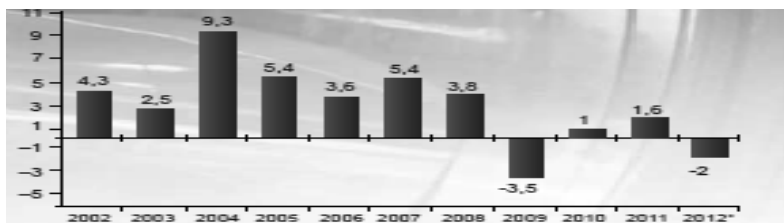
U tezi su definisana dva faktora koja kreiraju tražnju za finansijskim lizingom. Kretanje privredne aktivnosti je uzeto kao prvi faktor iz dva razloga: (i) u Srbiji dominantno učešće u potfoliju lizing kuća kao korisnici lizinga imaju pravna lica (95%) i (ii) finansijski lizing pravna lica mogu da koriste kao izvor finansiranja nabavke pokretnih i nepokretnih stvari, tj. za ulaganja u osnovna sredstva što po svojoj prirodi spada u domen investicija. Na osnovu navedenog se jasno vidi da je tražnja za finansijskim lizingom determinisana kretanjem privredne aktivnosti, tj. stepenom investiranja. Period privredne ekspanzije se karakteriše rastom investicija, tj. ulaganja u osnovna sredstva, dok period recesije,usled pada ekonomske aktivnosti, karakteriše se padom investicija. Kao reprezentativan pokazatelj kretanja privredne aktivnosti izabranajestopa rasta realnog BDP.

Drugi faktor je izdvojen jer direktno utiče na cenovnu konkurentnost lizing proizvoda u odnosu na bankarski kredit kao glavni supstitut i sa druge strane na cenu izvora finansiranja lizing kompanija, što opet determiniše cenu lizing proizvoda i njegovu konkurentnost i atraktivnost. Pod uticajem ekonomske i finansijske krize u 2009. zabeležena jenegativna stopa rasta

²³ Jovanović-Gavrilović (2009), str. 20.

realnog BDP (Grafikon br.5), a to je upravo period kada je po prvi put zabeležen pad vrednosti lizing portfolia od čak 12.8% (sa RSD 95.7 milijardi u 2008. na RSD 83.6 milijardi u 2009.), koji je zatim nastavljen i narednom periodu (sa RSD 83,6 milijardi u 2009. na RSD 73,9 milijardi u 2010., tj. za 11,5%). Na ovaj način je potvrđen prvi deo postavljene hipoteze. Treba naglasiti da pad vrednosti lizing portfolia pokazuje blaži pad nego da je posmatran trend samo vrednost novozaključenih ugovora u datim godinama jer ukupna vrednost portfolia u sebi sadži i neotplaćeni portfolio iz prethodnog perioda i portfolio koji je ostvaren na bazi novih plasmana u datoj godini. Visok stepen zavisnosti lizinga od ekonomske i privredne aktivnosti u Srbiji potvrđuje i činjenica da sektorska struktura lizinga sa aspekta korisnika lizinga (grane koje pripadaju sektoru usluga) u potpunosti odgovara sektorskoj strukturi BDP u Srbiji gde dominantno učešće ima sektor usluga od preko 60%.

Grafikon br.5- Stopa rasta realnog BDP u periodu od 2002-2011. godine sa projekcijom za 2012. godinu



Izvor: Republički zavod za statistiku i Ministarstvo finansija i privrede

U istom periodu (2009/2008), bilansna suma banaka raste po višoj stopi od čak 21% nego u periodu 2008/2007 (11.4%) jer deluje da se upravo onaj deo tržišta koji je bio orijentisan na lizing, u periodu pre krize, sada pod dejstvom krize preorjentisao na finansiranje bankarskim kreditom. Pre nego što postavimo pitanje zašto je tražnja za lizingom osetljivija na dejstvo ekonomske krize u odnosu na bankarski kredit, treba samo pojasniti da kretanje bilansne sume banaka predstavlja samo aproksimaciju trenda tražnje za bankarskim kreditom jer 2/3 ukupnih potraživanja banaka se odnosi na potraživanja od pravnih lica po osnovu datih kredita koji po svojoj prirodi mogu biti supstitut finansijskom lizingu (kreditu dati stanovništvu nisu baš uporedivi sa portfolijom lizing kompanija jer minimalno 90% njihovog portfolija se plasira privredi, a samo mali deo, do max. 10%, predstavlja

finansijski lizing odobren fizičkim licima). Da bi se dao jasan odgovor na gore postavljeno pitanje, treba prvo na osnovu jedne od dve ključne distinkcije između finansijskog lizinga, sa jedne i bankarskog kredita, sa druge objasniti viši stepen osetljivosti na kretanje privredne aktivnosti kod lizinga u odnosu na bankarski kredit. Lizing može biti iskorišćen samo za finansiranje investicija u osnovna sredstva, dok kredit može biti iskorišćen, ne samo za finansiranje nabavke osnovnih sredstava, već i za ulaganja u obrtna sredstva i za likvidnost pravnih lica. Širi opseg primene bankarskog kredita u odnosu na finansijski lizing održava tražnju za njim i u periodu stagnacije i recesije privrede jer posebno u tom periodu pravna lica, tj. privreda ima smanjenu likvidnost koja se pokriva iz eksternih izvora finansiranja. Navedena razlika nas upućuje da bi bilo ispravno porediti kretanje tražnje za finansijskim lizingom u odnosu na kretanje tražnje za bankarskim kreditom čija namena su investicije u osnovna sredstva. Treba porediti samo onaj deo osnovnih sredstava koji se podvodi pod pokretne stvari (oprema, mašine, vozni park) jer sve do 2011. finansijski lizing nekretnina nije bio moguć u Srbiji. I pored toga pad tražnje za finansijskim lizingom je veći nego za bankarskim kreditom. Da bi ovaj nepovoljan trend objasnili potrebno je sumirati sve destimulativne mere, nezavisno što su neke od njih već navedene i njihovo negativno dejstvo objašnjeno. To su sledeće mere:

1. Mera obavezne rezerve; (ukinuta; bila aktivna do 1.1.2013.),
2. Obaveza plaćanja PDV na kamatu,
3. Nepriznavanje poreskog kredita kod finansiranja nabavke osnovnih sredstava na osnovu finansijskog lizinga,
4. Nepriznavanje principa utanjene kapitalizacije do 10x iznosa kapitala; mera je ukinuta sa poreskom bilansu za 2013. godinu, i
5. Izostanak subvencionisanja kamate na proizvode finansijskog lizinga.

U periodu najvećeg pada lizing portfolia počevši od 2009 pa sve do 2013., skoro sve mere sa negativnim dejstvom su bile aktivne. Zaključak je da ih nije bilo lizing ne bi imao strmoglav pad i ne bi došlo do efekta „prelivanja“ u portfolio banaka. Iz svega navedenog se vidi da značajan uticaj na tražnju za finansijskim lizingom pored stope privrednog rasta ima i nivo

stimulativnosti/ destimulativnosti važeće regulative (u ovom slučaju najviše destimulativnost poreske regulative) i izostanak zaštite tražnje za finansijskim lizingom kroz subvencionisanje kamata. Ako Srbija želi da pokrene privredni rast kroz mere subvencionisanja kamate, onda je logično da je u te mere trebao da bude uključen finansijski lizing jer se on koristi isključivo za investicije bez kojih nema privrednog rasta.

3. NEISKORIŠĆENI POTENCIJAL FINANSIJSKOG LIZINGA SRBIJE KROZ PRIZMU KOMPARATIVNE ANALIZE DOMAĆEG I TRŽIŠTA EVROPSKE UNIJE

Početak razvoja lizinga u savremenom obliku se vezuje za SAD u drugoj polovini XX veka²⁴. Od tog perioda kreće i intenzivan razvoj u Evropi za koju se danas može reći da je najrazvijenije lizingtržište u svetu. U 2012 vrednost lizing tržišta u Evropi je bila €250 milijardi, u Americi €154 milijardi, u Kini €106 milijardi i u Japanu €41 milijardi²⁵. U istoj godini vrednost novih plasmana u Srbiji je iznosila €250 miliona tj. 0,1% ukupnog lizing tržišta Evrope. Evropsko tržište se, u periodu od 2008 do 2010 pod uticajem svetske ekonomske i finansijske krize, suočavalo sa skupim izvorima finansiranja, ali se relativno brzo oporavilo jer je finansijski lizing u Evropskoj uniji prepoznat kao značajna mere podsticaja investicija i kao značajna mera razvoja malih i srednjih preduzeća kojima je ovo najvažniji izvor finansiranja investicija jer obično ne mogu da ispune stroge kriterijume kreditiranja banaka i zadovolje minimalnu zahtevanu kreditnu sposobnost. Lizing kompanije u Evropi nisu opterećene ni jednom od mere sa negativnim dejstvom na njihov razvoj kojima je izloženo srpsko lizing tržište. Ovaj različit pristup finansijskom lizingu je doveo do toga da je finansiranje lizingom dominantan eksterni izvor finansiranja velikih preduzeća (učešće 59%) i treće rangirani kod malih i srednjih preduzeća sa učešćem od 32% u Evropskoj uniji²⁶. U Srbiji lizing se dominantno koristi kao izvor finansiranja u segmentu malih i srednjih preduzeća i u ukupnim eksternim izvorima učestvuje sa 18%²⁷, dok je kod velikih preduzeća ovaj udeo još manji jer ona obično imaju zadovoljavajuću kreditnu sposobnost za banke pa se onda logično i opredeljuju za jeftiniji

²⁴ Laušević (2014), str. 32.

²⁵ Tričković (2012), str. 1.

²⁶ Vodič kroz lizing, Mart 2013.

²⁷ Erić, Beraha, Đuričin, Kecman i Jakšić (2012), str. 70.

izvor finansiranja tj. bankarski kredit. Kao rezultat svega navedenog najjači stub finansiskog sektora Srbije je i dalje bankarski sektor usled slabog razvoja sektora osiguranja i lizinga, kao i plitkog i nerazvijenog tržišta kapitala. Bankarski sektor generiše 81% ukupnih prihoda, 88,9% ukupne bilansne aktive i 80,7% kapitala celog finansijskog sektora Srbije u 2013²⁸.

ZAKLJUČAK

Lizing je veoma važan izvor srednjoročnog i dugoročnog finansiranja jer predstavlja ekonomski efikasno rešenje nabavke osnovnih sredstava preduzeća. Lizing povećava konkurentnost i efikasnost pravnih lica jer predstavlja izvorfinansiranja modernizacije stalne imovine preduzeća posebno kod malih, srednjih i novoosnovanih preduzeća. Niži nivo kreditnog rizika koji nosi u odnosu na bankarski kredit zbog činjenice da predmet lizinga ostaje u vlasništvu davaoca lizinga i dostupnost mnogo većem broju korisnika nego što je to slučaj kod bankarskog kredita je jedan od razloga što vlade mnogih zemalja podržavaju lizing kao važan metod podsticanja investicija. U Srbiji se lizing tržište u poslednjih 12 godina suočavala sa destimulativnim merama koje su svoj maksimalni negativan efekat dale u periodu ekonomske i finansijske krize. Najveći negativan uticaj na pad tražnje za lizingom u Srbiji imao je neadekvatan i diskriminišući tretman finansijskog lizinga uzakonskoj regulativi u odnosu na bankarski kredit. Na kreatorima politike razvoja Republike Srbije je da procene koliko je srpska privreda izgubila zbog toga. Za početak je dovoljno samo ovaj proizvod izjednačiti sa bankarskim kreditom i to bi bio već dovoljan podsticaj razvoju u odnosu na dosadašnju praksu. Ostaje nejasno zašto lizing nije imao ravnopravan položaj sa bankarskim kreditom proteklih deset godina. Da li zbog nepoznavanja suštine lizinga ili zbog potrebe da se kredit zaštiti od nekih prednosti lizinga, ali samo u Srbiji? Ova zaštita postaje posebno nejasna kada je vlasnik kapitala isti jer najveći broj lizing kuća u Srbiji je deo velikih bankarskih grupacija.

²⁸ Stamenković (2014), str.1.

MARKET OF FINANCIAL LEASING IN SERBIA AND KEY DRIVERS OF MARKET SATURATION

Abstract

The aim of this paper is to present historical development of financial leasing market in Republic of Serbia and to explain what is a key drivers of market saturation. Trying to give explanation for market saturation, the author had to answer on the question: why economical crisis stronger hit market of financial leasing then financing by bank debt as a key substitute of leasing. In order to find answer, the author set a hypothesis that key drivers of demand for financial leasing are: movement of economic activity and leasing price competitiveness then other external source of financing. Based on done research, the hypothesis has been proved and conclusion is that Government can dominantly determine degree of development of some way of financing through fiscal policy and other measures. Comparative analysis of domestic and european market shows unused potential as result of Serbian destimulative legislative.

Key words: financial leasing, bank debt, fiscal policy, market saturation

LITERATURA

Akintoye, A., Beck, M. and Hardcastle, C. (2008), *Public Private Partnership-Managing risk and opportunities*, Blackwell Science Ltd, United Kingdom.

Bujić, B. (2013), „Lizing i poreski izazovi“ *Vodič kroz Lizing*, Avgust 2013

Erić, D. (2013), *Finansijska tržišta i instrumenti*, Čigoja štampa, Srbija.

Erić, D., Beraha, I., Đurićin, S., Kecman, N., i Jakšić, B. (2012), *Finansiranje malih i srednjih preduzeća u Srbiji*, Institut Ekonomskih nauka i Privredna Komora Srbije, Srbija.

<http://www.ekapija.com/website/sr/page/740950/Krov-nad-glavom-sve-dalji-Za%20u-Srbiji-jo%20niko-nije-kupio-stan-na-lizing>
(Pristup: 30/12/2014)

https://www.kpmg.com/RS/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Tax%20Alerts/Documents/2012/PoreskeVesti/2012_oktobar_KPMG_Poreske%20vesti_%20Usvojene%20izmene%20i%20dopune%20zokona%20o%20PDV-u.PDF(Pristup: 14/2/2015)

<http://novaekonomija.rs/sr/artikli/potreban-je-bolji-privredni-ambijent> (Pristup: 10/02/2015)

<http://www.novimagazin.rs/spvest/lizing-najefikasnije-resenje-za-finansiranje-malih-i-srednjih-preduzeca-u-evropi> (Pristup: 21/11/2012)

Istraživanje Evropske Centralne Banke, *Vodič kroz lizing*, Mart 2013

Izveštaj o malim i srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2013. godinu, Ministarstvo Privrede, Nacionalna Agencija za regionalni razvoj

Jovanović-Gavrilović, B. (2009), „Svetska ekonomska kriza i perspektive održivog rasta” *Ekonomski Horizonti*, br. 11 (2), str. 19-31

Labudović-Stanković, J. (2007), „Uloga i značaj kompanija za osiguranje života kao institucionalnih investitora na finansijskom tržištu” *Evropska Revija za Pravo Osiguranja*, br.4, str. 30-36

Laušević, Lj. (2014), „Povratni lizing-alternativni izvor povećanja obrtnog kapitala preduzeća” *Bankarstvo*, br.1, str. 30-63

Međunarodni Računovodstveni Standard br.17, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 77/2010

Mitrašinović, B. (2013), “Lizing poslovi u Srbiji” *Institut za pravo i finansije*

Narodna Banka Srbije, Sektor Finansijskog Lizinga, Izveštaj o finansiskom lizingu

Zakon o finansijskom lizingu, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 55/2003, 61/2005, 31/2011 i 99/2011

Zakona o porezu na dobit pravnih lica, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 25/2001, 80/2002, 80/2002, 43/2003, 84/2004, 18/2010, 101/2011, 119/2012, 47/2013, 108/2013, 68/2014 i 142/2014

Zakon o Porezu na dodatu vrednost, Službeni Glasnik Republike Srbije br. 84/2004, 86/2004, 61/2005, 61/2007, 93/2012, 108/2013, 6/2014, 68/2014, 142/2014 i 5/2015

Yescombe, E. (2002), *Principles of Project Finance*, Academic Press, United Kingdom.

EFEKTI STRATEŠKOG PARTNERSTVA KOMPANIJE AIR SERBIA NA POSLOVANJE AERODROMA BEOGRAD

Aleksandra Tornjanski*

aleksandra.tornjanski@gmail.com

Rezime

Avio kompanije imaju izuzetno veliki uticaj na razvoj turizma jer stvaraju nove vidove saradnje između turističkih agencija, turoperatora i putnika. One su nosioci većine poslovnih i turističkih putovanja u svetu, inovativnih i razvojnih procesa. Sem toga, avio kompanije vrše prenos novih tehnologija i stvaraju nove kanale prodaje.

Air Serbia svojim rastom i razvojem postaje značajan evropski prevoznik i vodeći u regionu, sa veoma perspektivnom budućnošću. Otvarajući nove destinacije pre svega u regionu, a zatim i u zemljama Evrope i dalekim zemljama Azije, Air Serbia će učiniti nacionalni aerodrom regionalnim HUBom ali i jednim od glavnih tranzitnih centara u ovom delu sveta.

Cilj ovog rada je da se pokažu efekti strateškog partnerstva dveju avio kompanija Air Serbia i Etihad Airways koji će za rezultat imati mnoge prednosti kao što su: veliko povećanje broja putnika, razvoj regionalne povezanosti, stvaranje domaćeg aerodroma regionalnim HUB-om.

Air Serbia stvara regionalne mreže avio linija, koje pored uloge regionalnog povezivanja treba da imaju, kroz uključivanje aerodroma u regionu, priključne linije koje bi povezale manje aerodrome, preko tranzitnih centara, sa svetskom mrežom linija. Takav razvoj predstavlja kvalifikaciju za međunarodnu saradnju, uključivanje u vazduhoplovne alijanse i dalji rast i razvoj kompanije.

Cilj regionalne turističke saradnje obuhvatio bi: inteviziranje saradnje između turističkih privreda država regiona, koja bi se ogledala u povećanju broja turista između zemalja u regionu; uspostavljanje posebnih i tešnjih vidova saradnje između privrednih subjekata na bazi međusobnih interesa; promociju gotovih regionalnih turističkih proizvoda.

Ključne reči: avio kompanija, Air Serbia, aerodrom, regionalno povezivanje, regionalni HUB.

* Privredna banka Beograd a.d.

1. VAŽNOST VAZDUŠNOG SAOBRAĆAJAZA RAZVOJ TURIZMA

Vazdušni saobraćaj je imao veoma dinamičan razvoj i postao je važna grana masovnog prevoza. Danas je jedan od sektora sa najbržim razvojem u svetskoj ekonomiji. Vazdušni saobraćaj je odigrao izuzetno značajnu ulogu u proširenju i omasovljenju turizma u domaćim i svetskim okvirima.

Transport je od fundamentalnog značaja za postojanje turizma. To je ključni element koji povezuje turiste sa destinacijama, objedinjujući elemente destinacije sa dinamičnim elementima turističkog sistema.¹

Neosporan je značaj koji se pridaje vazdušnom saobraćaju od strane države, upravo zbog velikog uticaja koji ima na razvoj privrede jedne zemlje, a posebno na razvoj turizma. Mammadov navodi da zemlje, u cilju očuvanja održivog razvoja turizma, moraju da posvete posebnu pažnju razvoju avio saobraćaja, kroz izgradnju aerodroma sa visokim modernim standardima i kupovinom aviona sa naprednom tehnologijom i visokim komforom.²

Države nastoje da iskoriste sve potencijalne mogućnosti za razvoj sopstvenog avioprevoznika, ne samo zato što se time obezbeđuje potpuna mreža avio linija i bolje povezivanje zemlje sa svetom, već i zbog neposrednog privrednog značaja avioprevoza i njegovog rastućeg učešća u nacionalnoj ekonomiji i spoljno-trgovinskom bilansu.³

Svetski ekonomski razvoj predstavljao je osnovnu pokretačku snagu za povećanje obima avioprevoza, što će se sigurno nastaviti i u narednom periodu. Zahvaljujući tehnološkom progresu, naročito u oblasti proizvodnje aviona i razvoja EDS⁴, globalizaciji saobraćajnog sistema i daljoj racionalizaciji poslovanja, avioprevoz će se i dalje ubrzano razvijati i ostvarivati veliki uticaj na privredu, a pre svega na turizam zemlje. Istovremeno će se povećavati tražnja za prevozom, kao posledica povećanja ličnih primanja, porasta obrazovanja, povećanja slobodnog vremena, promene u stilu života i rastućih potreba za turističkim aktivnostima.⁵

¹ Page (2004), str. 146.

² Mammadov (2012), str. 386.

³ Krstić i Stepanović (2004), str.12.

⁴ EDS - Elektronski distribicioni sistemi

⁵ Krstić i Stepanović (2004), str.25.

Prema poslednjim objavljenim podacima UNWTO⁶ u svetu je registrovano preko milijardu međunarodnih turista u 2013.godini. Međunarodni turizam čini 9% globalnog BDP i očekuje se povećanje ovog učešća u godinama koje dolaze.

Prema projekcijama UNWTO broj putnika će dostići 7,3 milijardedeo 2034.godine, što predstavlja prosečan godišnji rast od 4,1% u potražnji za avio prevozom. Očekuje se da će Kina preuzeti vođstvo od SAD, kao najvećeg svetskog tržišta po broju putnika, do 2030.godine.⁷

Pretpostavlja se da će globalne tehnološke, ekonomske i društvene promene, koje su u toku, imati stimulatívni efekat na dalju ekspanziju vazdušnog saobraćaja, a vazdušni saobraćaj na privredni razvoj i turizam.

Avio saobraćaj i veći stepen životnog standarda su odigrali revolucionarnu ulogu u razvoju savremenog turizma, posebno kod udaljenih destinacija, gde je nezamislivo neko drugoprevozno sredstvo osim aviona.⁸

Globalizacija avio saobraćaja umnogome utiče na razvoj turizma, jer svetske destinacije postaju dostupnije, a pokretljivost ljudi veća. Horizontalna i vertikalna integracija avio prevoznika doprinosi boljem povezivanju destinacija, većem broju letova, snižavanju cena usluga i boljem usluživanju putnika.

Horizontalna integracija dovodi do povećane mogućnosti izbora letova i različitih tarifa, što omogućava turistima da mogu bolje, brže i jeftinije da dođu do turističkih destinacija, a avioprevozioci mogu bolje povećati load faktor⁹ i poboljšati svoje prihode. Vertikalno povezivanje je povezivanje aviokompanija sa hotelima, turističkim agencijama, rent-a-car agencijama, aerodromima i ostalim kompanijama koje pružaju turističke usluge, a u cilju boljeg zadovoljavanja potreba turista i stvaranja gotovog turističkog proizvoda.

Puni značaj avioprevoza može se sagledati kada se imaju u vidu sve delatnosti koje opslužuju aviosaobraćaj: avioprevozioci, aerodromi, ATC¹⁰ službe, agencije, proizvođači aviona, serviseri itd. Osim toga, avioprevoz predstavlja pokretačku snagu i nerazdvojnu komponentu turizma zemalja kao i regionalnog i međunarodnog turizma.

⁶ UNWTO sa sajta www.unwto.org

⁷ Ibid.

⁸ Štetić (2001), str.20.

⁹ Load faktor - Koeficijent iskorišćenosti ponuđenog prevoznog kapaciteta

¹⁰ ATC- Air Traffic Control – Kontrola letenja (regulisanje aviosaobraćaja)

2. UTICAJ AVIOKOMPANIJA NA RAZVOJ TURIZMA

Avio kompanije ulažu ogromne marketinške napore u privlačenju novih putnika i zadržavanju postojećih. Pored toga, avio kompanije unapređuju odnose sa postojećim putnicima, stvaraju lojalne putnike, izgrađuju odnose sa njima. Reputacija avio kompanije i reputacija turističke privrede u celini, je od presudnog značaja za motivisanje potrošača u pravcu nastavljanja odnosa sa avio kompanijom i turističkim agencijama.

Mnogi autori ističu značaj uloge avio kompanija na razvoj turizma. Poon ističe da uloga aviokompanija samo potvrđuje da su presudno uticale i na razvoj turizma, podstičući proces horizontalne i vertikalne integracije i javljajući se kao lideri koji su delovali na difuziju novih tehnoloških rešenja u poslovanju brojnih privrednih subjekata u turizmu.¹¹

Bieger i Wittmer ističu da avio kompanije utiču na razvoj turizma pre svega jer otvaraju nove destinacije i turističke proizvode kao što su ekskurzije na duge linije. S druge strane, turizam je pokretač i u nekim slučajevima stimulator promena u vazдушnom saobraćaju, što se najbolje vidi kroz razvoj drugih vrsta poslovanja kao što je čarter.¹²

Dalje, avio kompanije razvijajući informacione sisteme razvijaju svoje poslovanje, a time i omogućavaju povezanost sa svim svetskim avio kompanijama, turoperatorima i turističkim agencijama. Dostupnost u svakom trenutku pravovremenih informacija, međusobna saradnja avio kompanija, turoperatora i turističkih agencija na globalnom nivou, doprinosi daljem razvoju avio saobraćaja i turizma.

Takođe, avio kompanije stvaraju nove kanale prodaje čime nalaze način da dođu do svojih putnika, razvijajući na taj način poslovna i turistička putovanja. Poslovanje preko Interneta uzima maha u svim privrednim oblastima, a u industriji putovanja postaje nezamenljivo sredstvo promocije i prodaje. Potpuna ažurnost, visoka informisanost i niski troškovi svakako su ključni elementi za odlučivanje o ulasku u on-line poslovanje. Elektronski tiketing kao i automatski kiosci za elektronski check-in su savremeni način da se skрати vreme kupovine karata, čekiranja i maksimalno poveća udobnost putnicima prilikom odluke o putovanju, kao i na samom putovanju.

Avio kompanija kroz dobar i razvijen marketing mix usluga, prevoz putnika na visokom nivou, ceni usluga koje pruža, programe lojalnosti,

¹¹ Poon (1993), str. 51-52.

¹² Bieger and Wittmer (2006), str. 40-46.

promocije, popuste, dobre i razvijene kanale prodaje i rezervacione sisteme, doprinosi, ne samo razvoju i povećanju sopstvenih aktivnosti i profitabilnosti, već direktno utiče na poboljšanje poslovanja turističkih agencija i na razvoj turizma.

3. UTICAJ RAZVOJA AVIOKOMPANIJE AIRSERBIA NA RAZVOJ AERODROMA U BEOGRADU

Air Serbia je usredsređena na konstantan rast i širenje svoje mreže. Organski rast upotpunila je proširenjem putem *codeshare*¹³ partnerstava. Uvođenjem novih linija za zemlje u regionu Air Serbia stvara ekonomski i širi značaj za države obuhvaćene njenom saobraćajnom mrežom. Otvaranjem linija za zemlje u regionu, Air Serbia će doprineti zbližavanju ljudi i privrede ovih zemalja kao i razvoju transporta, trgovine i turizma.

Air Serbia je pored svoje regionalne mreže, proširila svoje poslovanje i širom sveta, čime su putnicima obezbeđeni lakši pristup i povezanost sa destinacijama u Švajcarskoj, Indiji, Dalekom Istoku.

Kompanija Air Serbia želi da povrati svoju poziciju koju je kao JAT, do 1991. godine imala u regionu tj. da postane značajan evropski prevoznik i vodeći prevoznik u regionu. Svojom politikom rasta i razvoja, modernizacijom i prilagođavanjem promenama u vazдушnom saobraćaju Evrope i sveta, na dobrom je putu da to i ostvari.

Prema poslednjim objavljenim podacima Air Serbia je zabeležila rekordne rezultate u trećem kvartalu 2014. godine, uz dvocifren rast broja putnika i obima tereta.

Rezultati poslovanja u trećem kvartalu 2014. godine u odnosu na treći kvartal 2013. godine su sledeći:¹⁴

- Ukupan prihod je uvećan za 54%, sa 37 miliona evra na 57 miliona evra.
- Ukupan broj putnika je uvećan za 74%, sa 419.000 na 730.000.
- 239.000 putnika je koristilo usluge ove aviokompanije u avgustu mesecu, što je povećanje od 71 % u odnosu na avgust 2013. godine.

¹³ Codeshare – Ugovor o zajedničkom letu – omogućava većem broju kompanija da zajednički prodaju mesta na istom letu koji obavlja samo jedna od kompanija.

¹⁴ Air Serbia sa sajta <http://www.airserbia.com/>

- Obim kargo prevoza je uvećan za 64 procenta, sa ukupno prevezenih 669 tona robe.
- Broj raspoloživih sedišta i ukupno pređenih kilometara - ASK¹⁵ do kraja trećeg kvartala 2014.godine iznosio je 967 miliona, što predstavlja rast od 62% u odnosu na isti period prošle godine.

Gore navedeni rezultati poslovanja za treći kvartal 2014.godine ukazuju na poboljšanje finansijskih pokazatelja, pre svega uvećanje ukupnog prihoda za 54% u odnosu na treći kvartal prethodne godine. Ukupan prihod za treći kvartal 2014.godine iznosi 57 miliona evra, a ukupan broj putnika je 730.000. Broj prevezenih putnika beleži veliki rast od 74% u odnosu na prethodnu godinu, kao i prevoz tereta – rast od 64%. Avgust mesec je bio rekordan mesec u istoriji aviokompanije, jer je ukupno 239.000 putnika koristilo usluge Air Serbia-e, što predstavlja povećanje od 71% u odnosu na isti period prošle godine.

Imajući u vidu veliki značaj povećanja broja putnika Air Serbia je pristupila organizovanju čarter letova u cilju zadovoljenja turističkih potreba. Aviolet, čarter Air Serbia-e, koji je počeo sa radom u maju 2014. godine, obavio je 520 letova u toku letnje sezone i prevezao 90.000 putnika ka brojnim destinacijama u Turskoj, Grčkoj, Egiptu, Italiji i drugim zemljama.¹⁶

Air Serbia je glavni pokretač razvoja turizma u Srbiji i regionu, tako što: svojom širokom mrežom destinacija povezuje veliki broj ljudi koji žive i rade u regionu, omogućava brži i jednostavniji tranzit putnika, a čini da aerodrom u Beogradu postaje glavna luka u regionu koja povezuje ljude između zemalja u regionu i zemlje iz regiona sa drugim destinacijama u svetu. Ovakvim poslovanjem Air Serbia pored razvoja turizma, značajno doprinosi i rastu i razvoju privrede Srbije i celog regiona.

Prema gore navedenim podacima o poslovanju aviokompanije Air Serbia vidimo da je partnerstvo sa Etihad Airways-om dovelo do rasta broja putnika iz i u Srbiju, veće pokretljivosti ljudi i to ne samo ljudi u Srbiji već i u celom regionu. Takođe, ukupan broj putnika koji dolazi u Srbiju je značajno porastao, posebno od formiranja Air Serbia-e, od oktobra 2013. godine, pa na dalje.

Aviokompanija Air Serbia je glavni pokretač regionalne saradnje i povećanja broja aviooperacija (sletanja i poletanja) i broja putnika na prostoru Srbije. Regionalni saobraćajomogućava efikasno povezivanje regija u širem geografskom okruženju više država. Takođe, regionalni saobraćaj povezuje

¹⁵ ASK - Available Seat Kilometers – broj raspoloživih sedišta i ukupno pređenih kilometara

¹⁶ <http://www.airserbia.com/>

regiju sa tranzitnim centrima, preko kojih dobijaju priključak na svetsku mrežu aviolinija.

Aerodromi imaju centralni značaj za razvoj kvalitetnog turizma. Turizam jedne zemlje zavisi, i u budućnosti će još više zavisiti, od razvijenosti infrastrukture za vazdušni saobraćaj. U budućem periodu, očekuje se razvoj vazdušnog saobraćaja, pogotovo u turističkim putovanjima, pa je neophodno da postoje aerodromi u svakoj zemlji koja želi da ima razvijen turizam.

S obzirom na geografski položaj Air Serbia smatra da ima uslove da svoj matični aerodrom u Beogradu razvije u regionalni HUB¹⁷ aerodrom, koji bi razgranatom mrežom i povećanom frekvencijom letova bio povezan sa svim centrima u regionu, a takođe i sa svim većim centrima u Evropi.

Broj putnika i aviooperacija na aerodromu Beograd je zabeležio ogroman rast, posebno od formiranja Air Serbia-e, odnosno tokom 2014.godine. Veća pokretljivost ljudi dovodi do razvoja turizma i do uvećanja privrednog rasta Srbije. Air Serbia povezuje ljude kako u regionu tako i šire, povezujući tržište Srbije sa dalekim destinacijama. Otvarajući linije ili codeshare partnerstva do destinacija širom sveta, povezuje putnike iz tih zemalja sa Srbijom kao turističkom destinacijom.

Prema podacima aerodroma Beograd uočen je trend porasta broja putnika, a posebno veliki rast ostvaren je u 2014.godini, što se vezuje za poslovanje Air Serbia-e.

Tabela br. 1. Broj putnika na aerodromu Beograd od 2005. do 2014.godine

Mesec	Broj putnika										indeks	indeks
	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2014/2013	2014/2005
Januar	120.771	135.291	153.547	168.355	148.949	156.472	178.732	214.579	210.050	270.784	129	224
Februar	106.534	115.979	128.617	145.461	130.687	136.604	162.813	173.606	173.396	232.065	134	218
Mart	120.081	133.489	156.077	168.703	152.471	167.372	188.826	216.025	220.278	282.447	128	235
April	132.478	167.619	187.444	193.370	183.321	173.005	240.282	267.354	251.873	368.171	146	278
Maj	164.826	186.879	198.333	239.518	197.899	219.751	262.974	284.522	300.993	383.773	128	233
Jun	195.871	205.578	240.538	266.041	235.587	258.384	301.782	325.896	350.453	451.324	129	230
Jul	280.214	283.880	324.918	343.204	308.710	352.992	384.256	409.807	432.780	539.823	125	193
Avgust	272.724	292.243	318.450	338.415	300.551	358.750	382.787	411.340	441.088	576.461	131	211
Septembar	207.552	226.205	255.345	259.942	228.704	274.383	316.711	339.400	349.589	485.383	139	234
Oktoibar	159.594	182.647	208.421	202.274	188.842	226.017	272.673	275.583	294.350	406.757	138	255
Novembar	131.386	146.660	165.911	162.075	146.859	182.651	215.113	220.938	251.047	314.696	125	240
Decembar	140.326	145.975	175.289	162.690	161.497	192.349	217.684	224.869	267.297	326.893	122	233
Ukupno	2.032.357	2.222.445	2.512.890	2.650.048	2.384.077	2.698.730	3.124.633	3.363.919	3.543.194	4.638.577	131	228

Izvor: Aerodrom Beograd, sa sajta www.beg.aero

¹⁷ HUB- Saobraćajni (tranzitni) centar u sistemu prevoza, „Hub and spokes” (Hub and spokes - Prevozni sistem po kome se putnici iz manjih regionalnih centara, prikupljaju u tranzintnom centru, odakle nastavljaju put do krajnjih destinacija).

Prema podacima prikazanim u gornjoj tabeli uočen je porast broja putnika na aerodromu Beograd u periodu od 2005. do 2014.godine, izuzev 2009.godine gde je uočen pad. U 2014.godini prevezeno je ukupno 4.638.577 putnika, što je u odnosu na prethodnu 2013.godinu rast od 31% odnosno rast od 1.095.383 putnika. Gledano po mesecima vidi se konstantan porast u broju putnika u svim mesecima u 2014.godini u odnosu na 2013.godinu, s tim da je najveći porast broja putnika zabeležen u aprilu mesecu, rast od 46%, dok je očekivano najveći broj putnika bio u julu i avgustu. Kada uporedimo 2014.godinu sa 2005. godinom, uočavamo ogroman porast broja putnika na aerodromu Beograd, rast od 128% odnosno 2.606.220 putnika više.

Kada su u pitanju avio operacije primećuje se porast od 25% u 2014. godini u odnosu 2013.godinu, odnosno rast od 56% u odnosu na 2005.godinu. Broj avio operacija u 2014.godini je iznosio 58.695 i najveći broj avio operacija je ostvaren u letnjim mesecima, julu i avgustu. Međutim, primećuje se porast broja avio operacija u 2014.godini i u zimskim mesecima, i to posebno u odnosu na 2005.godinu gde se vidi da je napravljen rast od 80% u aprilu mesecu, a mart, maj i jun imaju porast od oko 60%. U odnosu na 2013.godinu broj poletanja i sletanja je takođe porastao za oko 30% u periodu od januara do juna meseca. Ovakav porast broja avio operacija na aerodromu Beograd ukazuje na to da se broj poletanja i sletanja uvećava dosta brzo i to baš u 2014. godini kada je nacionalni prevoznik Air Serbia počeo sa proširenjem svoje mreže, odnosno kada je uveo veći broj letova na više destinacija, širom sveta. Broj avio operacija se povećava ne samo u letnjim mesecima već u toku cele godine, sa posebno velikim porastom početkom godine.

Tabela br. 2. Broj aviooperacija na aerodromu Beograd od 2005. do 2014.godine

Mesec	Avio-operacije (poletanja/sletanja)										indeks	indeks
	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2014/2013	2014/2005
Januar	2,476	3,014	3,094	3,114	2,798	2,938	3,136	3,304	3,108	4,150	134	168
Februar	2,528	2,838	2,848	3,138	2,662	2,737	3,010	2,988	2,731	3,701	136	146
Mart	2,628	3,268	3,298	3,426	3,064	3,204	3,421	3,457	3,110	4,209	135	160
April	2,586	3,352	3,462	3,536	3,100	2,999	3,479	3,627	3,349	4,663	139	180
Maj	3,098	3,818	3,634	4,002	3,366	3,754	3,844	3,744	3,787	4,987	132	161
Jun	3,426	3,922	4,012	4,210	3,902	4,094	4,093	4,240	4,354	5,602	129	164
Jul	4,028	4,404	4,514	4,810	4,400	4,787	4,641	4,677	5,123	6,047	118	150
Avgust	3,874	4,364	4,432	4,540	4,226	4,808	4,631	4,731	5,171	6,003	116	155
Septembar	3,426	3,824	3,958	4,090	3,800	4,200	4,193	4,110	4,541	5,516	121	161
Oktoibar	3,328	3,556	3,662	3,540	3,398	3,849	3,750	3,654	3,998	4,908	123	147
Novembar	3,040	3,098	3,222	3,042	2,946	3,442	3,300	3,255	3,629	4,325	119	142
Decembar	3,176	2,902	3,312	3,006	3,002	3,348	3,425	3,202	3,927	4,584	117	144
Ukupno	37,614	42,360	43,448	44,454	40,664	44,160	44,923	44,989	46,828	58,695	125	156

Izvor: Aerodrom Beograd, sa sajta www.beg.aero

Broj poletanja i sletanja na aerodromu Beograd je u posmatranom periodu pokazao tendenciju stalnog rasta, izuzev u 2009.godini gde se beleži pad usled uticaja svetske ekonomske krize. Ovakvi ostvareni rezultati aerodroma Beograd pokazuju da je u pitanju aerodrom koji ima veliki broj putnika i aviooperacija i izuzetnu pozicioniranost u regionu. Takođe, ovaj aerodrom ima izuzetno velike potencijale za dalji rast i razvoj vazdušnog saobraćaja.

Veliki porast u 2014.godini govori o velikom uticaju AirSerbia-e kako na broj aviooperacija, tako i na broj putnika uopšte. Iz gore navedenih rezultata poslovanja aviokompanije Air Serbia i aerodroma Beograd, vidi se porast broja putnika u AirSerbia-i za 74% zaključno sa trećim kvartalom 2014.godine u odnosu na 2013. godinu, kao i porast broja putnika na samom aerodromu od 31% u 2014.godini u odnosu na prethodnu godinu.

Broj putnika i broj avio operacija od osnivanja AirSerbia-e se povećao na glavnom i najvećem aerodromu u Srbiji, što ukazuje na značaj dobrog poslovanja aviokompanije, širenje njegove mreže, ulaganja u marketing i povezivanja sa svetskim destinacijama, ali i destinacijama u regionu, na porast broja putnika u Srbiji odnosno, na porast broja putnika u regionu. Porast broja putnika i porast broja aviooperacija u 2014.godini u odnosu na 2013.godinu ukazuje na to da je otvaranjem novih linija u regionu AirSerbia doprinela većoj pokretljivosti ljudi u regionu, čime direktno utiče na povećanje broja aviooperacija i broja putnika na aerodromu Beograd. Aerodrom Beograd pre svega, zahvaljujući svom geografskom položaju, ali i širenjem saobraćajne mreže AirSerbia-e postaje HUB odnosno mesto gde će se obavljati veliki broj transfernih letova za stanovništvo ovog regiona ali i sveta.

Aerodrom Beograd razvojem Air Serbia-e, uz razvijenu aerodromsku mrežu i izuzetni geografski položaj, može postati glavni aerodrom u ovom delu Evrope. Otvarajući linije za zemlje u regionu Air Serbia će doprineti da Srbija odnosno njen glavni aerodrom 'Nikola Tesla' u Beogradu postane glavni HUB u svom regionu. Avio saobraćaj u regionu je podeljen mnogobrojnim granicama, što čini ovo tržište dosta usitnjeno. Međutim, pored usitnjenosti tržišta, što predstavlja ograničenje za rast vazdušnog saobraćaja, ovo tržište karakteriše i izuzetno veliki razvojni potencijal, sa oko 80 miliona stanovnika u njemu. Potencijal zemalja u ovom regionu će biti u porastu, paralelno sa privrednim oporavkom i razvojem međunarodne saradnje unutar regiona i sa ostatkom sveta. Air Serbia otvarajući nove destinacije u zemljama Evrope i dalekim zemljama Azije učiniće nacionalni aerodrom regionalnim HUB-om i jednim od glavnih tranzitnih centara u ovom delu sveta.

Air Serbia sa dobro osmišljenom strategijom moći će da iskoristi potencijalne mogućnosti koje pruža lokalno i regionalno tržište. Potrebno je dalje da ispita mogućnosti za stvaranje primarne i sekundarne regionalne mreže linija, koja pored uloge intraregionalnog povezivanja (gde treba uključiti sve sadašnje i perspektivne aerodrome u regionu), treba da ima ulogu feeder linija.¹⁸ Air Serbia sa aerodromom u Beogradu, sa sadašnjim razvojem regionalnog saobraćaja ostvaruje ulogu tranzitnih centara.

ZAKLJUČAK

Turizam i njegov razvoj u zemaljama našeg regiona mora imati najviši prioritet među privrednim granama. Zemlje ovog regiona, pre svega zbog izuzetne geografske pozicije, poseduju prirodnu i pogodnu materijalnu bazu u pogledu saobraćajnih uslova za razvoj turizma. Povoljan geografsko-saobraćajni položaj i dostignuti razvoj prevoza daju veliku šansu za dalji razvoj turizma.

Takođe, od trajnog korišćenja privrednih potencijala, atraktivnosti ukupne turističke ponude i njene međunarodne konkurentnosti, zavise uposlenost i standard širokih krugova stanovništva za sadašnje i buduće generacije u ovom regionu.

Kroz nadmetanje na regionalnom i domaćem tržištu, kao i kroz set novih marketinških aktivnosti i povoljnosti za putnike, strategija nižih tarifa, bolje i profesionalnije usluge i komfora, Air Serbia će direktno uticati na razvoj turizma Srbije i regiona.

Procesi globalizacije svetskog tržišta zajedno sa intezivnim tehnološkim razvojem i transferom tehnologije stvorili su pretpostavke za stvaranje novih načina poslovanja, za integraciju zemalja i stvaranje uslova za veće povezivanje zemalja kako unutar samog našeg regiona, tako i u celoj Evropi i na kraju u celom svetu.

Podaci navedeni u ovom radu ukazuju na značaj poslovnog povezivanja Air Serbia-e sa drugim avio prevoziocima u regionu, koristeći svoje potencijale i resurse, davanjem legitimiteta novom modelu zajedničkog nastupa na

¹⁸ *Feeder lines* - priključne linije (linije hranilice), koje pored prevoza lokalnih putnika, imaju i ulogu povezivanja manjih aerodroma, preko tranzitnih centara, sa svetskom mrežom linija.

turističkom tržištu i razvojem strategije koja će omogućiti da se turizam i vazdušni saobraćaj restrukturiraju u skladu sa novim okolnostima. Avio kompanije u regionu zajedno sa Air Serbia-om treba da iskoriste potencijalne mogućnosti koje pruža lokalno i regionalno tržište i da se osposobe za ravnopravnu konkurenciju na budućem integrisanom evropskom tržištu.

Dobro dizajnirani i koordinirani vazdušni saobraćaj i turizam jedne zemlje doprinose rastu broja turista koji dolaze u zemlju. Turizam jedne zemlje je u mnogome zavistan od nacionalnog avioprevozioca, te je u interesu države da svojim propisima i zakonima omogući takav sistem funkcionisanja da olakša avioprevoziocima da šire svoje poslovanje. Destinacije koje otvara AirSerbia u regionu će povećati mobilnost ljudi u regionu i dovešće do rasta turizma u svim zemljama regiona. Pored regionalnog značaja koji vrši Air Serbia, treba istaći i značaj otvaranja letova ka svetu, posebno ka dalekim destinacijama. Daleke destinacije postaju dostupnije ljudima iz Srbije i regiona, ali i ljudi iz zemalja u koje AirSerbia leti, će dolaziti u Srbiju zbog lakše dostupnosti i povezanosti.

Višesturke koristi od rasta i razvoja nacionalne aviokompanije AirSerbia na rast i razvoj turizma Srbije i regiona, su najlakše uočljive putem porasta broja putnika, ali pravi efekti tek treba da slede, kada se pokretljivost ljudi i iz regiona i iz sveta bude uočila u godinama koje dolaze.

Povećanjem broja putnika aviokompanije i povećanjem broja putnika aerodromu Beograd, dovešće do povećanja broja poslovnih i turističkih putovanja, što će neosporno uticati na razvoj turizma Srbije i regiona. Očekuje se povećan broj transfernih putovanja na aerodromu Beograd, pre svega zbog velikog broja letova AirSerbia-e ka dalekim destinacijama i zemljama u regionu, te će aerodrom Beograd postati regionalni HUB.

Region u kojem se nalazi Srbija ima najveći potencijal u vazdušnom saobraćaju u ovom delu Evrope, zahvaljujući ekonomskom napretku, evropskim integracijama i geografskom položaju. Razvoj vazdušnog saobraćaja i turizma u ovom delu regiona pružamogućnost Air Serbia-i za dalji rast i razvoj, za povećanje prodaje, nalaženje novih načina poslovanja, kao i prenos novih tehnologija i znanja među različitim tržištima u regionu.

EFFECTS OF STRATEGIC PARTNERSHIP AIR SERBIA ON BUSINESS OF BELGRADE AIRPORT

Summary

Airline companies have a very significant impact on the development of tourist industry as they are creating new forms of cooperation between the tourists on one side, and travel agencies and touroperators on the other side. By doing that, they execute the highest portion of travel related to business and leisure travel. As a result of that, airline companies are transferring innovations and development processes all over the globe. With that, airline companies are transferring new technologies and they are creating new and unexplored channels of sales.

Due to its growth and development Air Serbia managed to become an important and leading European airline in the region, with very promising future. Opening up new destinations primarily in the region and then in Europe and distant countries of Asia, Air Serbia will make national airport as a regional HUB, but also one of the main transit centers in this part of the world.

The aim of this paper is to provide high-level perspective of the alliance between two airlines AirSerbia and Etihad Airways that will as a result have many benefits such as: drastic increase of served passengers, development of regional cohesion, creation domestic airport as HUB.

Air Serbia creates a regional network of airlines, which in addition to the role of regional networking, should have, through the inclusion of airports in the region, connecting lines that connect smaller airports, via transit centers, with world line network. This development represents a qualification for international cooperation, the inclusion of aviation in the alliance and further growth and development of the company.

The objective of regional tourism cooperation would include: intensifying cooperation between tourism economy countries in the region which would be reflected in an drastic increase of a number of regional tourists in all countries of the region; establishment of special and closer forms of cooperation between undertakings on the basis of mutual interest; promotion of regional tourism products.

Key words: airline, Air Serbia, airport, regional connections, regional HUB.

LITERATURA

Airey, D. and Tribe, J. (2005), *An International Handbook of Tourism Education*, Elsevier, London.

Boniface, B. and Cooper, C. (2005), *Worldwide Destination, The geography of travel and tourism*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, MA, USA.

Bieger, T. and Wittmer, A. (2006), "Air transport and tourism— Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments", *Journal of Air Transport Management*, Volume 12, Issue 1, Pg. 40-46.

Čomić, Đ. i Kosar, Lj. (2000), "Turizam u procesu globalizacije", *Turizam br. 4*, Prirodno matematički fakultet za geografiju, Novi Sad, str.12-15.

Durašević, S. (2008), *Turistička putovanja – savremeni koncepti prodaje*, CID, Podgorica.

Krstić, B. i Stepanović, Lj. (2004), *Avio saobraćaj u turbulencijama: Neki elementi za formiranje vazduhoplovne politike*, Centar za liberalno demokratske studije, Beograd.

Mammadov, R. (2012), *The Importance of Transportation in Tourism Sector*, 7th Silk Road International Conference "Challenges and Opportunities of Sustainable Economic Development in Eurasian Countries", Pg.381-386. (preuzeto 11/12//14sa sajta <http://ssrn.com/abstract=2231334>)

Page, S. (2004), *Transport and Tourism, A Companion to Tourism*, Chapter 12, Blackwell publishing.

Poon, A. (1993), *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, CAB, International Wallingford.

Štetić, S. (2001), "Globalizacija avio saobraćaja u funkciji razvoja turizma", *Časopis instituta za geografiju i turizam*, br. 5, str. 20-21.

Unković, S. i Zečević, B. (2009), *Ekonomika turizma*, dvadeseto izmenjeno i dopunjeno izdanje, CID, Ekonomski fakultet, Beograd.

<http://www.airserbia.com/sr-rs/o-nama> (Pristup: 15/01/15)

<http://www.beg.aero> (Pristup: 21/01/15)

<http://www.unwto.org> (Pristup: 25/01/15)

