



EKONOMSKI VIDICI

Časopis Društva ekonomista Beograda (Osnovano 1932.g.)

Godina XVI

Beograd, septembar 2011.

Broj 3 str. 439-596

Izdavač:

Društvo ekonomista Beograda,
Beograd, Kneza Miloša 10
Tel/faks: 011/3230-120
Žiro račun: 180-0183780101000-02
E-mail: debeograd@gmail.com

Predsednik Društva

ekonomista Beograda:

Prof. dr Gojko Rikalović

Glavni i odgovorni urednik:

Prof. dr Jelica Petrović - Vujačić

Urednik:

Bude Šever, dipl. ecc, dipl. prav.

Redakcija, Board of Editors

Redakcioni kolegi

Prof. dr Jelica - Petrović Vujačić, Prof. dr Zorka Zakić, prof. dr Vesna Milićević, prof. dr Petar Đukić, prof. dr Branko Medojević, prof. dr Ljubinka Joksimović, prof. dr Gojko Rikalović, prof. dr Ivica Stojanović, prof. dr Darko Marinković, dr Milan Šojić, dr Jugoslav Mijatović, prof. dr Sreten Vuković, prof. dr Sida Subotić, prof. dr Nataša Cvetković, prof. dr Ljiljana Jeremić, prof. dr Radmila Grozdanić, dr Snežana Grk, naučni savetnik, prof. dr Bojan Ilić, prof. dr Gordana Kokeza, Bude Šever, dipl. ek. dipl. prav.

Tehnički urednik:

Slavomir Mirković

Štampa:

FORMA B, Čika Miše Đurića 20,
Beograd, tel. 2777-104

Časopis izlazi četiri puta godišnje

Publisher:

Economists Association of Belgrade (Founded in 1932), Beograd, Kneza Miloša 10, Tel/fax: 011/3230-120

President of Economists Association of Belgrade:

Profesor dr Gojko Rikalović

Editor-in-Chief:

Prof. dr. Jelica Petrović - Vujačić

Editors:

Bude Šever, dipl. ecc, dipl. prav.

Technical Editor:

Slavomir Mirković

Издательство:

Сојуз економиста Белграда, Београд, Кнеза Милоша 10, Тел/факс: 011/3230-120

Председатель Союза экономистов Белграда:

Проф. др Гојко Рикаловић

Главный и ответственный редактор:

Проф. др Јелица Петровић - Вујачић

Редакторы:

Буде Шевер, дипл. ецц, дипл. прав.

Технический редактор:

Славомир Мирковић

Ekonomski vidici godina XVI Broj 3 2011.

SADRŽAJ

| | |
|---|-----|
| Slobodan Pokrajac, Nikola Dondur, Tatjana Pokrajac, Sonja Grbić | |
| JAVNO PRIVATNO PARTNERSTVO KAO VID FINANSIRANJA INFRASTRUKTURNIH INVESTICIJA | 439 |
| Savić Radojka, Đedanski Stevica, Grozdanić Radmila | |
| ZNAČAJ RAZVOJA INDUSTRIJSKIH ODNOSA ZA NOVU INDUSTRIJSKU POLITIKU SRBIJE 2020. | 451 |
| Doc. dr Jugoslav Aničić, Doc. dr Dragan Radović, mr Branka Radović, dr Svetlana Andelić | |
| POSTKRIZNI MODEL EKONOMSKOG RASTA - ŠANSE I OGRANIČENJA ZA RAZVOJ SEKTORA MSPP | 463 |
| Dr Goran Popović, Jelena Popović | |
| STRATEGIJA EU 2020: POTVRDA AFIRMACIJE I KONTINUITETA DUGOROČNIH RAZVOJNIH CILJEVA EVROPSKE UNIJE | 481 |
| Prof. dr Vesna Miličević, Tamara Rebihić, prof. dr Bojan Ilić | |
| INDUSTRija NAMEŠTAJA U KONTEKSTU STRATEGIJE EKONOMSKOG RAZVOJA EVROPSKE UNIJE DO 2020. | 495 |
| Milić Joksimović | |
| NAJNOVIJI PLANOVI ZA POVEĆANJE ENERGETSKE EFIKASNOSTI U EU I SRBIJI: OTKLJUČAVANJE POTENCIJALA | 505 |
| Dr Srđan Tomić, prof. dr Miodrag V. Nikolić | |
| BUDUĆNOST INOVATIVNOG MENADŽMENTA U INDUSTRIJSKOM OKRUŽENJU REPUBLIKE SRBIJE. | 521 |
| Mr Miroslav Nikolić, mr Maja Stošković | |
| MESTO I ULOGA MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA I PREDUZETNIKA U RAZVOJnim STRATEGIJAMA EU I SRBIJE | 529 |
| Slobodan Obradović, Milan R. Milanović | |
| MOGUĆNOSTI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA NA TERITORIJI OPŠTINE ŠABAC | 547 |

Bojana Biserčić Kostić

| | |
|--|-----|
| RAZVOJ GRAĐEVINSKE INDUSTRIJE - MARKETING SLUŽBA U PREDUZEĆIMA GRAĐEVINSKE DELATNOSTI | 559 |
| Jevtić Boris, Damnjanović Aleksandar, Matić Radoje, Grozdanić Radmila IZAZOVI INDUSTRISKE POLITIKE U IKT SEKTORU | 571 |
| Dr Vladimir Marinković, Msc Nataša Stanisavljević ELEMENTI ZA EVROPSKU STRATEGIJU RAZVOJA LJUDSKIH RESURSA U SRBIJI | 585 |

*Slobodan Pokrajac**

*Nikola Dondur***

*Tatjana Pokrajac****

*Sonja Grbić*****

JAVNO PRIVATNO PARTNERSTVO KAO VID FINANSIRANJA INFRASTRUKTURNIH INVESTICIJA

Rezime

Pojam ''javno-privatno partnerstvo'' opisuje širok raspon mogućih odnosa između javnih i privatnih subjekata u oblasti infrastrukture i raznih usluga. Zbog stalnih budžetskih ograničenja, kako na nivou Republike, tako i na nižim lokalnim nivoima, potrebno je primenjivati javno-privatna partnerstva jer se njima postiže privredni razvoj i postižu važni socijalni ciljevi, kao i poboljšanje kvaliteta usluga za građane. JPP je dugoročni ugovor između javnog sektora i privatnih učesnika koji mogu biti preduzeća ili konzorcijumi za ostvarivanje javnih usluga. Glavna razlika između JPP i privatizacije jeste u tome da javni sektor igra ključnu ulogu kao kupac usluga.

Ključne reči: javno-privatno partnerstvo; infrastruktura, investicije, rizik

Uvod

Zabrinjavajuće usporavanje privrednog rasta i opasan zastoj u ekonomskom i društvenom razvoju našeg društva su činjenice koje nikog u ovoj zemlji ne mogu i ne smeju da ostave ravnodušnim. Pri tome, ekonomisti i političari imaju posebnu odgovornost: prvi da predlože valjana rešenja da se pomenuti procesi zaustave i preusmere, a drugi da obezbede uslove da se sprovedu ponuđena rešenja.

*

** Redovni profesor Mašinskog fakulteta, Univerzitet u Beogradu

*** Vanredni profesor Mašinskog fakulteta, Univerzitet u Beogradu

**** Saradnik u NIS Beograd, dipl. iur., LLM

Saradnik u nastavi, Mašinski fakultet, Univerzitet u Beogradu

Ovom načelnom ''algoritmu'' treba dodati i nekoliko podsećanja na stanje socijalnog i ekonomskog ambijenta, a koja imaju za cilj da dodatno ukažu na važnost ključnih razvojnih odluka za opstanak naše države kao suverene političke zajednice:

- dugotrajno neostvarivanje usvojenih planskih ciljeva
- produženo trajanje svetske ekonomske i finansijske krize
- dramatičan porast spoljnog i unutrašnjeg duga
- nekontrolisan rast javne potrošnje i pad investicija
- spor razvoj materijalne (putevi, energetika ...) i institucionalne (zakoni, pravna država...) infrastrukture
- hronično tehnološko zaostajanje i ubrzani odliv mozgova (brain-drain)
- porast nezaposlenosti, pad životnog standarda i rastuća socijalna naporost uz kumuliranje nezadovoljstva sve šireg kruga građana.

Rešavanje ovako složene društvene situacije podrazumeva primenu složenih mera. Ne ulazeći šire u njihovu analizu ukazaćemo samo na jednu, koja se inače uvek podrazumeva, ali koja se takođe uvek javlja kao deficitarna ili nedostajuća. Reč je, razume se, o investicijama, o realnim ulaganjima u realne projekte iz izvora koji su sve skromniji, sve nedostupniji i sve neizvesniji, pa samim tim i sve skuplji. U nastavku ćemo ukazati na jedan izvor koji se u našoj praksi do sada nije dovoljno koristio, a za koji verujemo da može biti veoma pouzdan i koristan, posebno kada je reč o investicijama u infrastrukturu. Reč je o modelu javno-privatnog partnerstva (JPP) koje se temelji na priznavanju da i javni i privatni sektor mogu imati koristi od udruživanja svojih finansijskih resursa, znanja i stručnosti za poboljšanje pružanja usluga svim građanima.

Sve više svima postaje potpuno jasno da jednosektorski (npr. samo privrede ili samo države) pristup društvenom razvoju više nije dovoljan. Siromaštvo, neravnomeran razvoj i ugrožavanje životne sredine toliko su veliki problemi da nijedan sektor nije u stanju da ih sâm reši – nema dovoljno kapaciteta, resursa i, konačno, ne može sam da snosi odgovornost. S druge strane, sazreva svest da svi moramo biti društveno odgovorni: donosioci odluka, građani i njihova udruženja, kompanije. Sve više korporacija uviđa potrebu za dugoročnom stabilnošću, kao i potrebu da se „oduže“ zajednici u kojoj posluju. Postoje brojni načini da se ta društvena odgovornost javno ispolji. Partnerstva su samo jedan od načina na koji poslovni sektor može pokazati svoju odgovornost prema zajednici u kojoj posluje.

Šta je partnerstvo privatnog i javnog sektora?

Javno-privatno partnerstvo (JPP, engl. PPP – Public Private Partnership) se odnosi na saradnju organa državne (javne) vlasti i preduzetnika na različitim nivoima organizovanja (lokalna ili centralna vlast) u cilju zadovoljavanja neke javne potrebe. Obično se radi o skupim kapitalno intenzivnim infrastrukturnim objektima za koje ne postoji veliki javni interes, ali ne i dovoljan privatni interes, zbog dugog roka povraćaja ulaganja. Znači, reč je o inicijativama javnog ili privatnog (profitnog i neprofitnog) sektora u kojima svaki učesnik angažuje određene resurse i učestvuje u planiranju i odlučivanju, odnosno realizaciji nekog projekta ili poduhvata od opšteg interesa. Bitno je podvući da JPP nije partnerstvo kojem je svrha komercijalna delatnost. Takođe, važno je istaći da JPP nije transfer javnog vlasništva u privatni sektor, već se radi o tome da ono generiše novu vrednost.

U stvari, javno-privatno partnerstvo se razlikuje od privatizacije i po tome što se pravo na korišćenje javne imovine privatnom partneru daje na određeno vreme, te se po isteku tog roka imovina vraća javnom sektoru, u prvobitnom stanju ili uz određenu naknadu, ako su ulaganja u međuvremenu povećala njenu vrednost. Znači, javno-privatno partnerstvo otvara šanse za privatna ulaganja koja mogu omogućiti realizaciju projekata koje ili ne bi uopšte bilo moguće realizovati na teret klasičnog (budžetskog) finansiranja, ili bi to zahtevalo mnogo duže vreme. JPP omogućava korišćenje finansijskih, poslovnih i drugih znanja i veština privatnog sektora, te inovativan preduzetnički pristup u upravljanju projektima, što ponekad predstavlja i ključni razlog primene modela JPP-a.

Uopšte, model inovativnog i razvojnog javno-privatnog partnerstva može se posmarati sa više aspekata. Pre svega, reč je o postojanju političke volje da se pokušaju objediniti i aktivirati javni i privatni resursi radi postizanja nekog cilja od opšteg značaja. U našoj i drugim tzv. tranzicijskim zemljama to je ponекад i najteže postići zbog nagomilanih predrasuda i međusobnog nepoverenja na relaciji država-građani. U ekonomskom smislu primena modela JPP faktički predstavlja afirmaciju neoliberalne ekonomske i razvojne politike, jer se otvaraju nova tržišta za zajedničke javno-privatne investicije uz očekivanu veću rentabilnost i efikasnost ulaganja. Na socijalnom planu modelom JPP postiže se povećana društvena kohezija, komplementarnost društvenih i ekonomskih interesa, što dovodi do poželjnih sinergijskih efekata.

Mada javno-privatno partnerstvo, kao poslovni model, nije sasvim nova praksa, ona se u svetu počela obnavljati 80-tih godina prošlog veka¹ kroz davanje koncesija za gradnju i korišćenje raznih infrastrukturnih objekata. Početkom 90-tih u Vel. Britaniji počela je primena modela na inicijativu i uz podršku države. U to vreme nastao je i pojam javno-privatnog partnerstva kao zajednička odrednica za sve oblike takvog partnerstva. Danas se JPP koristi u gotovo svim područjima gde se pruža javna usluga, izvode javni radovi ili koristi javno dobro.

Partnerstvo je pojam koji naglašava novi kvalitet odnosa između preduzetnika i države, jer se deli i nagrada, odnosno uspeh, i rizik i eventualni neu-

speh. To samo po sebi donosi značajne prednosti, kao npr.:

- smanjenje ukupnih troškova projekta
- potreba za privatnim finansiranjem u uslovima budžetskih ograničenja.
- koristi od korišćenja “know how”, efikasnosti i metoda rada privatnog sektora
- poboljšanje kvaliteta usluge
- brža realizacija potrebne infrastrukture
- Osim toga, treba ukazati i na relativno dugo trajanje kooperacije javnog i privatnog partnerstva, što obema stranama donosi prednosti tako što:
- privatni partner, finansira, projektuje i gradi te upravlja i održava objekat ili pruža usluge na postojećem objektu, a
- javni partner štiti javni interes i definiše ciljeve u smislu kvaliteta usluge, politike cena i praćenja ostvarivanja tih ciljeva.

Dakle, da bismo jedan odnos mogli nazvati partnerstvom, potrebno je da postoji:

- zajednički cilj
- zajedničko angažovanje
- podjela rizika, odgovornosti, sposobnosti, resursa i koristi.

Znači, javno-privatno partnerstvo pozicionirano je između tradicionalnih modela obavljanja javnih poslova i modela privatizacije, te se javlja u sledećim vidovima:

¹

Treba reći da postoje autori koji misle da su izvesni modeli JPP korišćeni još u starom Rimu, naročito prilikom izgradnje velikih objekata kao što su bili putevi, vodovodi i sl. Takođe, izgradnja poznatog Sueckog kanala finansirana je putem 99-godišnje koncesije koju je dao egipatski sultan F. Lesepsu 1854. god.

- neformalno partnerstvo – saradnja između javnog i privatnog sektora na nivou razmene informacija ili kao priprema za buduću saradnju;
- javno-pravni kooperativni ugovori ili koncesije – privatni sektor putem javnog konkursa dobija koncesiju za izgradnju ili korišćenje javnog dobra i za obavljanje javnih poslova, pri čemu privatni sektor naplatom naknada ostvaruje prihod nad javnim dobrom, uz plaćanje koncesije javnom sektoru;
- građansko-pravni kooperativni ugovori – dugorocni ugovori o zakupu, lizingu, nabavci i pružanju usluga, sa kooperativnim elementima, a koji se odnose na planiranje, izgradnju, finansiranje, poslovanje i upravljanje javnim poslovima ili dobrom;
- delimična privatizacija – javni sektor ustupa deo osnivačkih prava privatnom sektoru, zadržavajući većinsko vlasništvo, a javna usluga pruža se zajednički;
- društveno-pravna kooperacija – spajanje javnog i privatnog sektora u zajedničko (projektno) društvo, nakon čega privatni sektor pruža javnu uslugu ili upravlja javnim dobrom, a javni sektor nakon izvršene kontrole nad kvalitetom obavljenih poslova plaća privatnom sektoru naknadu.

Prednosti i nedostaci JPP

Dosadašnja iskustva u primeni JPP ukazuju na brojne prednosti, pre svega zbog aktiviranja pasivnog privatnog kapitala u vreme kada javna vlast nema dovoljno sredstava za investicije i kada se ne može lako zaduživati u inostranstvu. Te prednosti ogledaju se u sledećem:

Efikasnost i veći kvalitet u procesu izgradnje i pružanja potrebnih usluga od strane privatnog sektora, posebno u pogledu očekivanih troškova i zadatih rokova;

Bolja alokacija rizika - osnovni princip jeste da svaki partner preuzima onaj rizik s kojim može upravljati uz što manje troškove;

Bolja motivacija za izvršenje - kod JPP projekta raspodela rizika treba da podstiče privatnog partnera da poboljša upravljanje i performanse na svakom projektu;

Stvaranje dodatnih prihoda - od trećih lica koji se može ostvariti pomoću angažovanja dodatnih kapaciteta ili preraspodelom dodatne imovine;

Poboljšano upravljanje sistemom javnih usluga - izlaganjem javnih usluga konkurenčiji omogućice se postizanje najbolje vrednosti za novac;

Dodatne pogodnosti za građane - proizlaze iz angažovanja znanja privatnih kompanija u operativnim područjima i izrazitoj motivaciji proizašloj iz mogućnosti ostvarivanja dugoročnih prihoda.

Ipak, pored ovih prednosti, u primeni JPP projekata postoje i određeni nedostaci kao što su:

- spora priprema pojedinačnih JPP projekata, koja za projekte visokih standarda može potrajati veoma dugo;
- u pripremi i evaluaciji JPP projekta prednost se daje ekonomskim pokazateljima, a zanemaruju se društveni i ekološki parametri;
- nedovoljan kapacitet administracije za interakciju s privatnim partnerom, kako u definisanju odgovarajuće ugovorne obaveze tako i u praćenju izvršenja ugovora;
- negativan finansijski uticaj u slučaju raskidanja partnerstva, kao i mogući iznenadni prenos rizika s privatnog na javnog partnera u slučaju bankrota privatnog partnera.

Projektno finansiranje u JPP

Iz do sada rečenog vidi se da postoji više razloga za partnerstvo javnog i privatnog sektora. Sa stanovišta države lako je uočiti da ona sama ne može da finansira izgradnju razvojnih i infrastrukturnih projekata (povećana tražnja za javnim uslugama) pa se trudi da stvori odgovarajući institucionalni okvir za uključivanje privatnog sektora. Osim toga, neretko je prisutna prekapacitiranost, niska produktivnost i neefikasno upravljanje objektima u državnom vlasništvu, uz hroničan nedostatak sredstava za nove infrastrukturne investicije bez kojih nije moguć rast i razvoj čitave privrede i društva. Zbog svega, savremene države, kao i većina lokalnih vlasti, moraju tragati za novim rešenjima finansiranja ovih investicija. Model JPP je veoma pogodan okvir za implementaciju tzv. projektnog finansiranja.

Projektno finansiranje (project finance) uključuje finansiranje razvoja određenog projekta u kojem zajmodavac očekuje otplatu zajma od prihoda koje će ostvarivati projekt, koristeći pritom imovinu projekta za osiguranje otplate. U praksi se projektno finansiranje obično koristi u kapitalno intenzivnim delatnostima u kojima nosioci projekta često nisu kreditno sposobni za tradicionalne oblike finansiranja ili pak nisu spremni preuzeti pripadajuće rizike i kreditne

obaveze. U modelu projektnog finansiranja rizici projekta se raspoređuju na više partnera i tako snižavaju do nivoa koji je prihvatljiv svakom partneru.

Inače, projektno finansiranje je u poslovnom svetu veoma popularno jer se ne oslanja na klasičan način plaćanja investitora, već se oslanja na sam objekt koji se gradi, na njegov potencijal samostalnog postojanja na tržištu i na njegov potencijal ostvarenja potrebne zarade za otplate kredita. Takav način finansiranja projekata razvio se pri redovnoj izgradnji privatnih građevinskih preduzetnika, kada investitor nije imao dovoljno sredstava da sam izgradi određenu građevinu.

Projektni način finansiranja pretpostavlja složenu strukturu kapitala koja u određenoj meri disperzira rizik između investitora, izvođača i finansijera. U takvim finansijskim aranžmanima se traži i ulaganje sopstvenog kapitala u obliku uloga (equity), zatim srednjeg kapitala (mezzanine capital) koji se može sastojati od raznih vrsta osiguranih i neosiguranih kredita, kao i od hipotekarnih i sekundarnih kredita, te od čisto zajmovnog kapitala (debt capital). Osim toga, projektnim načinom finansiranja mogu se predvideti i određene rezerve u obliku rezervnog kapitala (standby capital), koji omogućuje finansiranje i kada izgradnja zapadne u teškoće i kada su potrebna dodatna sredstva.

Najčešće se projektno finansiranje infrastrukture obavlja na bazi koncesionog ugovora kojim organ javne (centralne, lokalne) vlasti (concedent) održava projektnom preduzeću (koncesionaru) pružanje javne usluge na određeno vreme pod određenim uslovima te ga u tu svrhu obavezuje na ulaganje u novu infrastrukturu. Za ustupanje koncesije koncesionar plaća ugovorenu naknadu koja je najčešće definisana u obliku udela ukupnog prihoda ili neto novčanog toka koji pripada concedentu, ali moguća su i drugačija rešenja.

Modeli JPP

Postoji veći broj modela partnerstva. Na njihov izbor utiču brojni činioci: 1. dužina učestvovanja privatnog sektora u projektu, 2. oblik nadoknade privatnom sektoru za učestvovanje u projektu, 3. učešće privatnog sektora u ostvarivanju profita, 4. stepen autonomije privatnog sektora u određivanju cena za pružene usluge i dr.

U već bogatoj praksi javno-privatnog partnerstva posebno su popularni sledeći modeli JPP:

- Izgradi i prenesi (engl. Build-and-Transfer - BT)
- Izgradi, iznajmi i prenesi (engl. Build-Lease-and-Transfer - BLT)

- Izgradi, deluj i prenesi (engl. Build-Operate-and-Transfer - BOT)
- Izgradi, prenesi deluj (engl. Build-Transfer-and-Operate – BTO)
- Renoviraj, deluj i prenesi (engl. Rehabilitate-Operate-and-Transfer – ROT)
- Izgradi, poseduj i deluj (engl. Build-Own-Operate - BOO)
- Kupi, izgradi i deluj (engl. Buy-Build-Operate - BBO)

Unutar tog raspona, javno-privatno partnerstvo možemo razvrstati u nekoliko grupa zavisno od stepena uključenosti javnog i privatnog sektora i od raspoređenosti rizika. Tako razlikujemo:²

Design-Build (DB) – Privatni sektor osmišljava i gradi infrastrukturu u skladu sa specifikacijama javnog sektora. Troškovni rizik je prenet na privatni sektor, budući da je cena, koju je javni sektor spremam da plati, fiksna.

Operation & Maintenance (O&M) - Privatni preduzetnik, na osnovu ugovora, pod određenim uslovima upravlja javnom imovinom koja ostaje u vlasništvu države.

Design-Build-Finance-Operate (DBFO) - Privatni sektor osmišljava, finansira i gradi javno dobro, uzima ga u dugoročni zakup, nakon isteka zakupa predaje ga javnom sektoru.

Build-Own-Operate (BOO) - Privatni sektor finansira, gradi i upravlja javnim dobrom u svom vlasništvu. Ograničenja su uspostavljena ugovorom i ona se regulišu od strane javnog sektora.

Build-Own-Operate-Transfer (BOOT) - Privatni sektor dobija franšizu za finansiranje, dizajn, izradu i upravljanje javnim dobrom tokom određenog razdoblja, nakon kojeg se vlasništvo predaje javnom sektoru.

Buy-Build-Operate (BBO) - Transfer javne imovine privatnom sektoru najčešće na osnovu ugovora, prema kome će se dobro unaprediti i njime upravljati od strane privatnog preduzetnika tokom određenog perioda.

Operation License – Privatni sektor dobija dozvolu da pruža javnu uslugu u određenom razdoblju.

Finance Only - Privatni sektor neposredno finanisira projekat ili koristi dugoročni zakup.

Poznato je da sve savremene države i privatne firme imaju dugu tradiciju zajedničkog rada po jednostavnom obrascu (npr. država kupuje proizvod koji je proizveo privatni sektor). Međutim, obe strane često oklevaju ući u kompleksnije odnose. Vlast se boji da će ih privatna preduzeća iskoristiti, dok privatna preduzeća često razmišljaju o pristupima koje zauzima vlast kao o dodat-

2

Videti šire: B. Gulija: *Javno privatno partnerstvo*, **Euroscope**, broj 73, jun 2004.

nom teretu i gubljenju vremena. Ovi razlozi opredeljuju i izbor odgovarajućeg modela JPP.

Faktori uspešnosti JPP

Između većeg broja činilaca uspešnosti modela JPP posebno se izdvajaju sledeća dva:

- Kompatibilni ciljevi

Da bi javno-privatno partnerstvo bilo uspešno u svom delovanju razni kriterijumi moraju biti zadovoljeni. Za početak, javni i privatni sektor moraju imati kompatibilne ciljeve.

Npr. i javni i privatni sektor žele podići opšti standard života – vlast i zajednice žele raditi na tome kako bi se smanjilo siromaštvo, a poslovni svet želi da se to dostigne jer će tako više ljudi moći da kupi njihove proizvode. Oba sektora takođe žele poboljšati veze na lokalnom nivou, naročito na “rastućim tržištima” – poslovni sektor u cilju rasta tržišta, a vlast i zajednice u cilju promovisanja razvoja i razmene ideja.

Ipak, sve strane se moraju usresrediti na šire, kompletnarne ciljeve koje žele postići. Važno je da shvate da javni i privatni sektor ne treba da budu isti da partnerstvo funkcioniše – moraju biti približno kompatibilni.

- Podržavajuća okolina

Sledeći ključni faktor u održavanju javno-privatnog partnerstva je podržavajuća okolina. Podržavajuća regulatorna, pravna i politička okolina – ambijent - predstavlja kamen temeljac za održivo uključivanje privatnog sektora.

Regulatorni okvir čak i ako je jasno postavljen od strane vlade, ne garantuje efikasno regulisanje. Obzirom da su lokalne samouprave različite, javni i privatni sektor će se susresti sa problemima kad budu pokušavali definisati i regulisati svoj međusobni odnos te svoje uloge u pružanju usluga. Posebno javni sektor treba da definiše javnu raspodelu odgovornosti između centralne vlade i lokalne samouprave, te javno iskazati svoju ulogu kao onoga koji pruža i reguliše. Privatna preduzeća radije žele da ugovor služi kao glavni regulatorni mehanizam kao i da lokalna samouprava ima vrlo ograničeno pravo na regulatornu diskreciju nakon što je ugovor potpisana. Detaljno specifikovane odredbe koje određuju dužnosti, ciljeve koji se žele postići, pravila za menjanje cena i načine rešavanja nesporazuma, dozvoljavaju privatnom sektoru bolju mogućnost predviđanja profitabilnosti poduhvata i odlučivanja ako se žele ili ne žele

takmičiti za dobijanje ugovora. Imajući to u vidu, vlasti moraju doneti važnu odluku o stepenu regulatorne diskrecije koje su se spremni odreći, naročito kod dugoročnih ugovora.

Pravni okvir vrlo je bitan za ugoveranje i sprovođenje javnih nabavki te za investiranje privatnog sektora. Vrlo je važno uvesti odgovarajuće mehanizme kako bi se smanjila mogućnost za korupciju u bilo kojoj fazi partnerstva, jer se korupcijom smanjuje politička prihvatljivost i interes mnogih privatnih investitora.

Najzad, političko okruženje lošom političkom klimom može stvoriti barijere za početak ili održavanje javno-privatne saradnje. Pritisci izbornih ciklusa, potencijalna nestabilnost mladih demokratija, posebne agende vladinih službenika te poseban status nekih usluga (npr. pristup vodi) mogu uveliko smanjiti interes privatnog sektora. U cilju podsticanja javno-privatnog partnerstva vlasti bi trebale da garantuju privatnim partnerima da politički faktori neće dovesti do prekidanja ugovornog partnerstva. Drugim rečima, potrebno je političko i društveno prihvatanje

Da bi model JPP uspeo, javni i privatni sektor ne mogu graditi partnerstvo sami, stoga je političko i društveno prihvatanje uključivanja privatnog sektora izuzetno važan faktor uspešnosti modela JPP. Javnost mora videti učestvovanje privatnog sektora kao korisno, ako se želi da partnerstvo potraje. Javno prihvatanje uključivanja privatnog sektora kroz duže vreme, zavisće prvenstveno od pružanja obećanih usluga i ostvarene koristi po prihvatljivim cenama. Zbog toga, vrlo je važno razviti mehanizme kako bi se osiguralo da organizacija koja pruža uslugu, bilo da se radi o organizaciji iz javnog ili privatnog sektora, bude odgovorna prema svojim korisnicima.

Javna podrška će takođe zavisiti od mogućnosti partnerstva da zadovolje potrebe svih učesnika. Npr. službenici u javnim službama mogu biti izvor velikog otpora povećanom uključivanju privatnog sektora u pružanju usluga. Ugovori treba da osiguraju zapošljavanje ili zbrinjavanje javnih službenika i lokalnih stanovnika u najvećoj mogućoj meri.

Na kraju, lako можемо да закључимо да efikasnu saradnju između lokalne vlasti, poslovnog sveta i zajednice nije lako postići, jer je uključeno mnogo različitih učesnika, a često postoji i nizak stepen poverenja među potencijalnim partnerima. Takođe, nedostaje i predvidljivost u procesu, zbog čega kao kritične odrednice dugoročnog uspeha treba pomenuuti i kredibilitet i transparentnost procesa.

Naravno, JPP nije nikakav univerzalni lek (panacea) ili recept za sve probleme koji su posledica nedostatka novca u budžetu. Zato za svaki projekat treba utvrditi da li JPP daje "value for money" u poređenju s tradicionalnim način-

ima ugovaranja. JPP zahteva dugotrajnu i često skupu pripremu i dogovore partnera. Mada JPP ne treba i ne može da zameni tržišnu konkurenčiju, ono je potvrđeno kao uspešan komplementaran način finansiranja onih biznisa za koji je direktno zainteresovana i država kao zastupnik javnog interesa, a ne samo preduzetnici, odnosno privatni investitori.

Već samo to je dovoljan razlog da se računa na ovaj koncept koji otkriva nove horizonte poslovanja, a da pri tome istovremeno doprinosi kako individualnim interesima, tako i boljitu šire društvene sredine.

Zaključak

Analizirani pristup JPP po kojem je partnerstvo savremeni model finansiranja javnog sektora kojim javna vlast pomoći privatnog partnera prevladava jaz u finansiranju većih kapitalnih ulaganja nije potpun, jer partnerstvu prilazi samo kao obliku u kojem je jedino pitanje finansiranja prisutan problem. Stoga ovakav pristup JPP - kao modelu finansiranja javnog sektora - značajno je uži nego što je JPP po svojoj suštini. Suština partnerstva javnog i privatnog sektora je, kao što to i sama reč partnerstvo kaže, uspostavljanje saradnje javnog i privatnog sektora na realizaciji zajedničkih ciljeva, posebno u investiranju poželjno, jeftinija za poreskog obveznika. Pri navedenom, osnova na kojoj počiva JPP predstavlja aranžman partnerstva javnog i privatnog, u kojem se pojavi različiti modeli partnerstva, od kojih finansiranje javnog sektora uključivanjem privatnog sektora predstavlja tek jedan deo. Ostali delovi na kojima počiva JPP najčešće su: projektovanje, izgradnja, korišćenje i održavanje javne infrastrukture i usluga, kojima i javni i privatni sektor nastoje podstaći ekonomski rast i razvoj i realizovati svoje ciljeve - sve uz zajednički definisanu odgovornost partnera i dogovorenou alokaciju rizika.

Suština javno-privatnog partnerstva leži u raspodeli rizika jer je za uspeh nekog projekta najvažnije ustanoviti rizike vezane za svaki element i fazu projekta te ih rasporediti tako da osiguramo najbolju vrednost na uložene resurse. Mogućnosti raspodele rizika kreću se od neposrednog pružanja usluga države do potpune privatizacije, kada država sve rizike i nagrade prenosi na privatni sektor.

U svakom slučaju, JPP nije nikakvo čudotvorno rešenje za javni sektor ali može znatno poboljšati dostupnost, kvalitet, inovativnost i cenu javne usluge. Naravno, javno-privatnim partnerstvom ne mogu se rešiti problemi nedovoljnosti sredstava i budžetskih ograničenja javnog sektora ali se može osigurati veće investiranje u projekte javne infrastrukture i brže zadovoljavanje po-

treba javnog standarda. I jedno i drugo su kardinalno važni preduslovi za brži sveukupni razvoj našeg društva.

Literatura

- Akintoye, A.; Beck M.; Hardcastle, C., Public-Private Partnerships; Managing risks and opportunities, Blackwell Scientific Publications, Oxford, 2003
Green Paper on Public - private partnerships and Community law on public contracts and concessions, 2004, Brussels: Commission of European Communities
Gulija, B., Javno privatno partnerstvo, Euroscope, broj 73, jun 2004.
Kačer, H., Kružić, D., Perković, A., Javno - privatno partnerstvo, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, god. 45, 3/2008
Savas, E. S., Privatization and Public-Private Partnerships, New York, Seven Bridges Press, 2000
Zakon o koncesijama, Službeni glasnik RS, br.55/03
Walker, C., Smith A., Privatized infrastructure - the BOT aproach, Thomas Telford, London, 1995

PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP AS A MODE OF FINANCING OF INFRASTRUCTURE INVESTMENT

Abstract

The term “public–private partnership” describes a range of possible relationships among public and private entities in the context of infrastructure and other services. Due to the permanent budget limitations faced by both the Republic of Serbia and its local and regional authorities, entering of public-private partnership agreement should be practiced, aimed to further economy development, implementation of important social goals, as well as to providing better quality public services to the citizens. PPP is a long-term contract between the public sector and a private player, which could be a company or a consortium, to provide a public service. The main distinction between PPPs and privatisation schemes is that the public sector plays a key role as purchaser of services.

Key words: public-private partnership; infrastructure; investment; risk

*Savić Radojka**

*Dedanski Stevica***

*Grozdanić Radmila****

ZNAČAJ RAZVOJA INDUSTRIJSKIH ODNOSA ZA NOVU INDUSTRIJSKU POLITIKU SRBIJE 2020.

Rezime

Srpska industrija koja ima nepovoljnu strukturu, smanjen broj zaposlenih od 250.000 radnika u odnosu na 1990. godinu, bitno smanjeno učešće u BDV, da bi se održala i razvijala treba da odgovori svojom transformacijom na globalne zahteve savremenog tržišta, Industrijski razvoj Srbije je u direktnoj zavisnosti od temпа sprovodenja strukturnih reformi (95% izvoza) i podizanja stepena konkurentnosti. U formulisanju nove industrijske politike za uspešniji inudstrijski razvoj, povećanje konkurentnosti i održivosti neophodan je i konsensus sa socijalnim partnerima i izgradnjia industrijskih odnosa. Srpska ekonombska industrijska politika 2020. treba više da se bazira na tri stuba, koja čine: istraživanje i razvoj, mala i srednja preduzeća, obrazovanje i poslovne usluge, prvenstveno u oblasti: industrije hrane, /više od trećine svega čini agrokomples/, metalkog kompleksa - elektronskog inženjeringu, namenske industrije, saobraćajnih sredstava, IKT.

Ključne reči: industrija, strukturne promene, konkurentnost, industrijski odnosi, socijalno parnterstvo

Uvod

U tranzicionom periodu do 2010. Srbija je ostvarila značajan napredak u realnom i finansijskom sektoru, ali zaostaje u odnosu na opšte reforme, posebno u industriji. Srbija je i dalje pred ozbiljnim fiskalnim problemom, značajnim

*

** Savić Radojka, RRA Kraljevo

*** Deđanski Stevica, Doc. dr, Megatrend, Beograd

Redovni profesor, Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo (PEP), Beograd

padom fiskalnih prihoda vlade, stalnim rastom stope nezaposlenosti, inflacije, deprecijacije dinara. Konkurentska pozicija Srbije na 96. poziciji od 139 zemalja sa Indeksom ekonomskih sloboda 101. pozicije od 179 zemalja, govore tome u prilog.

Socijalni dijalog i industrijski odnosi, saradnja između poslodavaca i zaposlenih je nepromenjena. Srbija nije uspela da to unapredi i zato je rangirana tek na 135 mesto.U brojnim dokumentima i preporukama MKS, ETUC i MOR-a, kao i deklaracijama izdatim od strane samita G-20, istaknuto je da antikrizne mere i izlazne strategije Srbije u narednom periodu moraju biti predmet konsultacija i sa socijalnim partnerima na nacionalnom nivou. Ova preporuka nije realizovana jer nije bilo veće političke volje i duha partnerstva među pregovaračkim stranama (vlada, sindikati, poslodavci), a nije bilo ni intenzivne pripreme od strane socijalnih partnera i njihovih stručnjaka da se profesionalno pregovara i da se angažuju na odgovornoom dijalogu. Na srednji rok, razne mere su u diskusiji –kao na primer one koje treba da dovedu do smanjenja javne potrošnje, penzioni sistem, kao najveći pojedinačni program vladinih rashoda, počinje da bude reformisan, struktura industrije, industrijska politika i razvoj Srbije 2020., što sve traži drugačiji, zajednički prisut p socijalnih partnera, da bi ova politika i razvoj bili održiviji i konkurentniji i mogli da obezbede realnom sektoru bolje industirske odnose i kvalitet života i rada u Srbiji.

Industrijski odnosi

Industrijski odnosi pokušavaju da postanu sastavni deo društvenih odnosa u Srbiji , uz nepovoljne socijalne uslove, te je neophodan dalji razvoj odnosa aktera koji utiču na napredak uspostavljanja demokratskih industrijskih odnosa, jer su oni i jedan od neophodnih uslova za evropske integracije Srbije. Međutim, 135 mesto Srbije u saradnji radnika i poslodavaca, 22 mesta lošije nego 2009. ukazuje na pogoršanje u industrijskim odnosima. Kolektivne ugovore je bilo vrlo teško zaključiti i oni se ne poštuju. Opšti kolektivni ugovor, koji ima za cilj da uvede efikasniji sistem zaštite prava radnika , potpisani 29. aprila 2008, posle tri godine pregovora između predstavnika reprezentativnih sindikata i poslodavaca Srbije, dopunjavan 2009. i 2010.godine, u praksi ima velike problem primene.

Nakon što Srbija nije uspela da na početku tranzicije postigne društveni konsenzus između radnika, poslodavaca oko socijalnih troškova tranzicije, u skladu sa ekonomskom moći određenih socijalnih principa, socijalne pravde i

solidarnosti, ključni predmet sukoba u 2010. između sindikata, poslodavaca i države bio je upravo -socijalni trošak tranzicije. Takođe, postoji nedostatak kapaciteta socijalnih partnera da izgrade mehanizme i praksu socijalnog partnerstva i trajnog mira. Srbija još uvek praktikuje sistem kolektivnog pregovaranja nasleđen iz prethodnog perioda, a na osnovu Opštег kolektivnog ugovora, koji u suštini štiti administrativnim mehanizmam raspodelu plata iz socijalističkog vremena. Industrijski partneri imaju velike probleme vezane za njihov reprezentativni kapacitet: Unija poslodavaca Srbije još uvek nema razvijenu kapilarnu organizacijsku mrežu koja pokriva celu teritoriju zemlje, ni dovoljno jaku i konzistentnu organizacionu sektorskiju strukturu, te uglavnom okuplja lokalne privatne vlasnike malih i srednjih preduzeća. Izvan su, po pravilu, direktori javnih i opštinskih preduzeća, kao i menadžeri koji predstavljaju vlasnike. Sindikati su podeljeni i u konfliktu jedni sa drugima, što slabi njihovu ionako malu društvenu moć, i povećava dalji pad poverenja radnika u sindikate i doprinosi smanjenju sindikalne organizacije. Procenjuje se da je stopa sindikalne organizacije u 2010. bila oko 30%. Jedno od pitanja koje treba rešiti u funkciji uspostavljanja i razvoja socijalnog partnerstva je pitanje reprezentativnosti sindikata i udruženja poslodavaca, kao suštinu pitanja legitimnosti demokratskih industrijskih odnosa aktera. Sigurno je da će proces integracije u EU uticati na demokratski razvoj industrijskih odnosa, ali su tu bitni zajednički programi i obrazovnog sistema u oblasti industrijskih odnosa, jer mnoge probleme sa kojima se suočavaju socijalni partneri proizlaze i iz nedovoljnog znanja, posebno nepozanvanja industrijsih trendova, prakse i strategija EU i drugih zemalja u okruženju.

Vlada je inicirala Radnu grupu za rešavanje problema radnika i Agenciju za mirno rešavanje radnih sporova. Osnovano radno i socijalno zakonodavstvo, kao institucionalna osnova za tripartitni socijalni dijalog u Srbiji, iako strateški važno, nije dovoljno, jer socijalni partneri nemaju motivaciju i sposobnost da izgrade odnose sa efikasno socijalno partnerstvo, na osnovu svesti o zajedničkim interesima i odgovornosti za te interese, koje su u suštini principi korporativne kulture i korporativne društvene odgovornosti. Zastupljenost zaposlenih u Srbiji je manja nego u drugim zemljama Istočne Evrope, a posebno je loša u većini malih firmi. Ako se respektuje podatak da 95% srpskih preduzeća čine upravo preduzeća do 10 zaposlenih, problem čini i obezbeđenje njihovog učešća u formulisanju industrijске politike Srbije za 2020.godinu i razvoj industrijskih odnosa i socijalnog partnerstva, što sve može da utiče na ishode transformacije industrije i integracione porcese.

Izazovi industrijske politike Srbije 2020.

Jaka proizvodnja neophodna je za održivi ekonomski rast i stabilnost u Srbiji. A snažna industrijska politika usmerena na rast i inovacije neophodna je srpskim preduzećima, radnicima i potrošačima u vreme ekonomiske nestabilnosti i izazova održivog razvoja. Uprkos snažnom procesu deindustrializacije, industrija Srbije i dalje igra važnu ulogu u ekonomiji, doprinosi rešavanju mnogih društvenih problema (životna sredina, mobilnost, zdravstvena zaštita, bolji kvalitet života, približavanje ciljeva održivog razvoja). Ali, industrija je istovremeno, pod pritiskom širokog spektra izazova koji se međusobno pojačavaju:

- Dugogodišnje opadanje industrijske proizvodnje i zapošljavanja u njoj
- Nova međunarodna podela rada sa brzo rastućim i razvijajućim ekonominama (BRIK) koja daje novu dimenziju procesu globalizacije koji je u toku
- Porast brzine tehnološkog razvoja i tehnološke difuzije uz sve veće prisustvo ekonomija u razvoju u sektoru “visoke tehnologije” (koje prati brz napredak informacionih i komunikacionih tehnologija). Kao rezultat, usavršavanje proizvodnje i proizvoda sa dodatnom vrednošću obezbeđuje sve manju zaštitu od konkurenциje
- Razvoj (globalnog) društva zasnovanog na znanju. Kao posledica toga, inovacija i istraživanje preuzeli su prednost od fizičkog kapitala i mamejnog rada i postali pokretačka snaga za razvoj i konkurenциju
- Klimatske promene i izazov održivog razvoja podstiču industriju da se kreće u pravcu proizvodnje bez ugljenika i efikasne upotrebe resursa.
- Starenje našeg stanovništva podstiče pojavu specifičnih izazova: novi proizvodi i usluge za pomoć starijim ljudima, izazov aktivnog i zdravog starenja, rast prosečne godine starosti potrebne za penzionisanje, mogućnost zapošljavanja starijih radnika, nedostatak kvalifikacija
- Pojavljivanje čitavog spektra naprednih tehnologija kao što su biotehnologija, nano tehnologija i novih materijala koji mogu dovesti do velikih promena u organizaciji i proizvodnji novih aktivnosti i biti osnova za stvaranje novih industrija i transformaciju postojećih.
- Ubrzano smanjenje troškova komunikacije i koordinacije učinilo je nepotrebnom dotadašnju praksu da se proizvodnja realizuje na maloj udaljenosti, čime je omogućena geografska raštrkanost različitih proizvodnih aktivnosti koje se odnose na isti proizvod. Ovo se ogleda u offshoring/premeštanju proizvodnih faza u kojima je potreban veliki broj zaposlenih (i nisko kvalifikovanih radnika) a uslovljen je napretkom na

polju digitalne tehnologije i takoreći nepostojećim troškovima telekomunikacije. Globalna konkurenca se ne ogleda više u proizvodnji, već u prostorno nerazrađenom proizvodnom procesu

- Pojava međusobno usko povezanih – i geografski još više udaljenih – lanaca vrednosti. Prethodno integrisane industrijske aktivnosti razdeljene su u izuzetno kompleksne, manje proizvodne i uslužne pakete koji se preraspodeljuju na globalnom nivou. Posledica toga je da se industrijski sektor više ne može sagledavati kao homogena, nezavisna i nacionalna celina. Vrednosni lanci su izuzetno složeni isprepleteni, vertikalno segmentirani i prevazilaze tradicionalna ograničenja kategorija i geografskih granica u sektoru. Ovo ima nekoliko posledica:
 - sve veći značaj mreža dobavljača i inovativnih partnera, a za kompanije da premeste strateške pozicije unutar ovih lanaca snabdevanja
 - uspešnost kompanije sve više zavisi od rezultata tekućih aktivnosti (ne samo za proizvodne poslove već i za funkcionisanje prethodno internih usluga)
 - sve veći značaj ciljnih politika usmerenih ka posebnim elementima u okviru vrednosnih lanaca posebnih kategorija firmi, ili ka jačanju veza i stvaranju sinergija u okviru lanaca. Nacionalna industrijska politika će trebati da se sve više usmerava ka podršci i razvoju lanaca, i jačanju pozicija domaćih kompanija unutar ovih globalizovanih mreža kompanija, pre nego li na politike usmerene na opšti sektor
- Pojava globalnih lanaca vrednosti olakšava ubrzaru integraciju zemalja u razvoju i tranziciji u globalnu ekonomiju putem prenosa kapitala, tehnologija i znanja.
- Nejasna granica između industrije i usluga, takozvana „tercijarizacija“ industrije¹, čini tradicionalne statističke kategorizacije zastarelim instrumentima za pravljenje politike (pošto oni prave stvarnu razliku između industrije i usluga). Značajna komponenta rastućeg udela usluga u ekonomskim aktivnostima može se pripisati „izmeštanju aktivnosti“ na specijalizovane vršioce usluga, za usluge i aktivnosti koje su prethodno obavljane u okviru industrije. Kompanije se čak preorjentišu od proizvodnih na kompanije koje pružaju usluge. To može uzeti oblik potpunog preorientisanja posla ili biti deo razdvajanja proizvodnih procesa (povezano sa procesom fragmentacije, off-shoring, vertikalne specijalizacije ili podele lanca vrednosti), kroz koji firme prestaju da se

1

Termin je prihvatljiviji od „de-industrializacije“ koji ne reflektuje u potpunosti ono što se dešava.

angažuju u stvarnim proizvodnim procesima. Najzad, mnoge industrije dobijaju značajan deo svoje dodate vrednosti od pružanja usluga dodatih uz robu koju obezbeđuju. Shodno tome, umesto bavljenja pitanjem „de-industrializacije“, industrijska politika mora adekvatno oslikavati bliske međusobne veze između industrije i usluga

- Postojeći izazov integracije industrije Centralne i Istočne Evrope u Zapadno evropsku ekonomsku strukturu
- Stvaranje monetarne zajednice u Evropi sa postepenim nagomilavanjem unutrašnjih tenzija usled odsustva ekonomске zajednice. Trenutno, ogromna dužnička kriza u Grčkoj, Irskoj i Portugaliji je dovela do intenzivne rasprave o budućnosti evra i ekonomskom upravljanju evro-zonom. Nova ekomska arhitektura EU (ojačan Pakt o stabilnosti i razvoju, procedura Ekonomskog disbalansa. Godišnje istraživanje rasta i Euro plus pakt imaju veliki uticaj na industrijski razvoj zemalja članica EU iz oblasti Mediterana (i Irske), a i na Srbiju u njenom periodu pristupa EU

Potreba da se posveti pažnja dugoj listi strukturnih izazova sa kojima se suočava srpska industrija, pored niza internih problema nelikvidnosti, loše privredne strukture, nepovoljnog finansijskog i fiskalnog ambijenta u kome privređuje, leži u osnovi podsticanja potrebe paralelnog razvoja industrijskih odnosa i industrijske politike.

Industrijska politika: „pokretački“ koncept

„Prisutna je zbnjenost u vezi toga šta je industrijska politika, koju nadilazi jedino zbnjenost oko toga šta bi srpska industrijska politika mogla da predstavlja“²

Iako je decenijama industrijska politika smatrana kontraverznom konceptom, jasno obrazloženje industrijske politike u ekonomskoj teoriji zaista postoji. Prisutna je saglasnost oko činjenice da državnim intervencijama treba da se ispravljaju greške tržišta, barijere tržišta i eksternalije koje sprečavaju razvoj tržišta koja dobro funkcionišu u efikasnoj raspodeli oskudnih resursa. Monopol je jasan primer neuspeha tržišta. Ali neuspeh tržišta se takođe odnosi i na činjenicu, da pojedinačne firme nemaju mogućnosti da investiraju u javnu infra-

2

Žak Pelkman, Evropska industrijska politika, Briž Brifing Evropske ekonomске politike br. 15, str. 2.

strukturu (puteve, škole, razvoj i istraživanje) koji su im neophodni da bi pravilno funkcionisale.

Tržišne prepreke se javljaju usled nedostataka u informisanju (npr. oko mogućnosti tržišta za pokretanje novih proizvoda, i oko strukture cena novih aktivnosti) i problema koordinacije (za početak novih aktivnosti neophodno je razviti novi lanac dobavljača, koji prevazilazi sposobnost pojedinačne firme; moraju se ustanoviti standardi da bi se mogao definisati proizvod/tržište).

Da bi se uklonile tržišne barijere, ili da bi se ispravio neuspeh tržišta, jasno je da je neophodno da postoje industrijske politike koje će regulisati tržište, obezbediti javnu infrastrukturu, ispraviti asimetrije u informisanju i podržati programe za razvoj i istraživanje uz duge periode otplate.

Najzad, eksternalije su troškovi i koristi koji se ne prenose kroz cenu. Zagađenje je najpoznatiji primer spoljnih troškova, dok se eksplorativno nečijeg izuma može smatrati pozitivnom eksternalijom. Vlada mora da utiče na ispravke ovih eksternalija donošenjem propisa i „internalizuje“ ove troškove i koristi npr. kroz poreze i subvencije, uvođenjem prava intelektualne svojine ili zahtevanjem od zagađivača da ispravi štetu.

Iako ekonomска teorija ne obezbeđuje opšte prihvaćenu definiciju industrijske politike, moglo bi se reći da se industrijska politika odnosi na sve mikro ekonomске instrumente sa strukturnim uticajem na kompanije (utičući na strateške procese odlučivanja) i na regulatorni okvir u kom funkcionišu.

Ova definicija ne znači da je industrijska politika statični koncept. Naprotiv, pojam industrijske politike se tokom godina razvio, od veoma širokog do veoma uskog tumačenja. Iako industrijska politika vodi poreklo iz Evropske unije (Evropske integracije su počele 1952. stvaranjem Evropske zajednice uglja i čelika), njen značaj je oslabio tokom osamdesetih i devetdesetih. Tokom ovog perioda Evropsko odlučivanje je uglavnom bilo usmereno na:

- Uspostavljanje makroekonomske ravnoteže u EU (inflacija, javni deficit, monetarna stabilnost)
- Stvaranje monetarne zajednice
- Stvaranje jedinstvenog tržišta sa slobodnim kretanjem kapitala, ljudi i usluga. Politika konkurenčije bila je ključna za izgradnju zajedničkog tržišta dok je industrijska politika smatrana nekompatibilnom sa aktivnim nacionalnim industrijskim politikama (orientisana ka obezbeđivanju državne pomoći kompanijama i podršci nacionalnoj industrijskoj osnovi tzv. stvaranju „nacionalnih šampiona“). Smatralo se da je nacionalna industrijska politika u potpunoj suprotnosti stvaranju otvorenog tržišta i da je neophodno ukloniti nacionalne barijere, subvencije i direktnе intervencije

- Ubeđenje da će usluge i „nova“ ekonomija zasnovana na informacionim tehnologijama preuzeti ulogu stvaranja bogatstva od industrije, koja će dugoročno posmatrano svakako nestati usled de-industrializacije. Industrija i industrijska politika su otpisane kao ostaci iz prošlosti. Doprinos koji industrija pruža društvu više se ne vrednuje u skladu sa svojom stvarnom vrednošću.

Štaviše, došlo je do rasta neoliberalnog radikalizma, koji je usmeren na iskorenjavanje bilo koje vrste državnog intervenisanja i koji tvrdi da je najbolji oblik industrijske politike nepostojanje industrijske politike pošto su slobodno tržište i slobodna konkurenca najbolji instrumenti za modernizaciju industrije i za njenu konkurentnost. Povrh toga postoje i loša iskustva sa interventnim industrijskim politikama iz perioda posle rata: očuvanje „zalazećih“ industrija (ili „odžačarske industrije“), koje su u svakom slučaju morale da se restukturiraju i da smanje obim, što je štetilo javnim finansijama i nije dugoročno doprinelo opstanku tih industrija.

Donekle, industrijska politika je tretirana kao ružna reč i koncept koji je postojao u prošlosti, povezan sa industrijskim lobiranjem, državnim vlasništvom i rasipanjem novca. Čak je i razgovor o industrijskim politikama postao zastareo pošto je viđen kao suprotnost dinamičnosti slobodnog tržišta. Usled toga, tradicionalne interventne industrijske politike postepeno su prevaziđene.

Sve ovo dovelo je do jasne tendencije da se ograniči uloga nacionalne industrijske politike dok na nivou Evropske unije još uvek nije postojao ekvivalent. Instrumenti za donošenje industrijske politike drastično su se smanjili. Subvencije kojima bi se veštački održavale posrnule kompanije i sektori, podrška „nacionalnim šampionima“, protekcija domaćeg tržišta, strategije zamene uvoza i javni kapital u strateškim kompanijama više nisu bili u skladu sa pravilima internog tržišta. Nacionalne interventne industrijske politike (poslednji talas nacionalizacije u Evropi desio se 1982. u vreme predsedavanja Fransa Miterana u Francuskoj) morale su da ustupe mesto pravednom stvaranju povoljnijih uslova za kompanije da posluju. Pokazalo se da su industrijske politike, u stvari, politike za podršku preduzetnicima.

Ali suočeni sa pucanjem internet mehura 2001. godine (što je značilo kolaps takozvane „nove“ ekonomije) i uslovjenim kontinuiranim usporavanjem ekonomije, javile su se inicijative koje su zatražile donošenje savremenih i primenljivih industrijskih politika koje bi se bavile bitnim strukturnim izazovima sa kojima je industrija morala da se suoči u uslovima globalizacije i izazovom održivog razvoja.

Počev od 2001. Evropska komisija je objavila šest komunikacija o industrijskoj politici. To je dovelo do postepenog ponovnog otkrivanja koncepta in-

dustrijske politike u Evropi i jasno ukazalo na obnovljenu posvećenost Komisije – nakon dve decenije tišine – da zaštiti i ojača industrijsku osnovu Evrope i da se pozabavi dubokim strukturalnim promenama sa kojima se industrija suočava. To je dovelo do jasnog prepoznavanja pokretačke uloge industrije u društvenom, ekološkom i ekonomskom napredku. Talas komunikacija o industrijskim politikama se takođe mora posmatrati kao novi pokušaj pomirenja industrijske politike sa potrebama internog tržišta i izazovima svetske konkurenциje.

Tokom godina, pojavilo se novo i šire razumevanje industrijske politike. Sada postoji u velikoj meri slaganje oko ideoških ograničenja: industrijska politika se mora posmatrati kao politički proces koji podržava stratešku saradnju između privatnog i javnog sektora koji je uglavnom zasnovan na „lakim“ instrumentima (pošto su „teški“ instrumenti kao što je kontrola cena, kampanje kupovine nacionalnih proizvoda ili necarinskih barijera nepomirljive sa opštom politikom EU) i koji takođe uključuje i ekološke ciljeve i politike (održivi razvoj), ciljeve i politike koje se odnose na energente (Evropski klimatski plan) i socijalne ciljeve i politike (obuka, socijalno upravljanje promenama, nedostaci u veštinama i korporativna socijalna odgovornost). Rezultat je modernizovana lista instrumenata za industrijsku politiku.

Nova industrijska politika se smatra bitnom polugom za postizanje ciljeva Lisabonske strategije iz 2001. godine. Lisabonska strategija je usvojena kako bi Evropa postala najkonkurentnija ekonomija u svetu zasnovana na znanju, sa stopom rasta od 3%, sa 3% troškova na razvoj i istraživanje i stopom zapošljavanja od 70%. Mnoge smernice ekonomске politike na kojima su zasnovani nacionalni Lisabonski planovi odnosile su se na industrijsku politiku (inovacije, konkurenčiju, obuku, informacione tehnologije, infrastrukturu i jačanje industrijske osnove).

Od 2010. naslednik Lisabonske strategije, EU 2020, se ponaša kao kišobran koji natkriljuje aktivniju industrijsku politiku. Strategija se sastoji od ograničenog broja naslova:

- Zapošljavanje: 75% populacije između 20-64 godina starosti treba biti zaposleno (trenutno je zaposleno 69%)
- Istraživanje i razvoj / inovacije: 3% bruto domaćeg proizvoda EU (kombinacija privatnog i javnog) će se investirati za razvoj i istraživanje/inovacije (sada se izdvaja manje od 2%)
- Klimatske promene / energija
 - Emisija gasova koji izazivaju efekat staklene bašte 20% niža u odnosu na 1990. (ili čak 30%, ukoliko se može postići zadovoljavajući međunarodni sporazum koji će dopuniti Kijoto sporazum)

- 20% energije iz obnovljivih izvora
- 20% povećanje energetske efikasnosti
- Obrazovanje:
 - Smanjenje stope napuštanja škole sa 15% na 10%
 - Bar 40% osoba 30-34 godina starosti završava treći stepen obrazovanja (više od 32%)
- Siromaštvo / socijalna isključenost: bar 20 miliona ljudi manje koji se mogu svrstati u grupu siromašnih ili su na granici siromaštva i socijalne isključenosti (smanjenje sa 80 na 60 miliona)

Ova Strategija je dopunjena sa 7 vodećih inicijativa, od kojih se 5 direktno odnose na industrijsku politiku: Digitalni program za Evropu, Inovativna unija, Mladi u pokretu, Evropa efikasnog korišćenja resursa, Industrijska politika za eru globalizacije, Program za nove veštine i poslove, Evropska platforma protiv siromaštva.

U izgradnji „nove“ industrijske politike u Srbiji u procesu evropskih integracija neophodne su bolje komunikacije u industrijskoj politici za realizaciju vizije „moderne“ industrijske politike Srbije, čiji glavni pristupi bi bili, snažan naglasak na:

- društvu zasnovanom na znanju kroz jaku podršku istraživanju, razvoju i inovacijama;
- na sektorskim politikama zasnovanima na: korišćenju horizontalnih instrumenata (ali na način prilagođen sektoru), integraciji dimenzije održivog razvoja, promovisanju IKT kao bitnog pokretača produktivnosti i rasta i integrisanju socijalne dimenzije. Ovome moraju da doprinесу i socijalni partneri. Naime, spoznaja potrebe da industrijske promene budu uravnotežene sa socijalnim politikama koje će pratiti te promene: stvaranje Fonda za prilagođavanje globalizaciji, promovisanje korporativne društvene odgovornosti, aktivne politike koje uređuju tržište rada, a koje se odnose na tehnološke viškove, strukturni fondovi za podršku upravljanju industrijskim promenama, promovisanje nematerijalnih ulaganja i ljudskog kapitala: bavljenje razlikama u kvalifikacijama, promovisanje socijalne inovacije, difuzija znanja, učenja tokom čitavog života, kao i novoh načins javnih intervencija, unapređenog upravljanja

Integriran pristup industrijskoj politici kroz bolju eksploraciju sinergije između različitih politika i korišćenje otvorenog metoda koordinacije svih učesnika je neophodnije nego ikad.

Tabela 1: Prikaz industrijske revolucije

| | Prva Industrijska revolucija (1780) | Druga Industrijska recolucija (1890) | Treća Industrijska revolucija (1990) |
|-----------------------------------|---|---|--|
| Dominantna tehnologija i sirovine | Parna mašina, mehanički razboj, obrada gvožđa | Struja, hemija, motor sa unutrašnjim sagorevanjem, montažna traka | IKT, miktoelektronika, novi materijali, ekološke-industrije |
| Dominantan izvor energije | Ugalj | Ugalj, nafta | Obnovljive energije, energetska efikasnost |
| Sirovine | Čelik | Plastika | Obnovljive sirovine, biotehnologija, recikliranje |
| Transport/komunikacija | Železnica, telegraf | Auto, avion, radio, TV | Brza železnica, internet, mobilni telefoni |
| Dominantni faktor | Rad | Kapital | Znanje |
| Društvo/država | Liberalna država, sloboda trgovine, konstitucionalna država, prava vlasništva | Socijalna država, masovna proizvodnja, masovno društvo, socijalni partneri, parlamentarna demokratija | Civilno društvo, globalizacija, globalno upravljanje, ekološka država, demografija |
| Centralne zemlje | UK, Belgija, Nemačka, Francuska | SAD, Japan, Nemačka | EU, SAD, Kina, Japan |

Izvor: Janik i Jakov, 2009

Zaključci

Izazov za sindikate i poslodavce u pregovorima sa Vladom jesu rezultati industrijskog sektora: prihodi i njihova raspodela, ali mnogo više održiv razvoj savremene industrije Srbije u narednom periodu. U zaštiti radničkih prava može da se uoči određeni optimizam, dostupnost nacionalne mreže pregovaračkih grupa, koja se razvila u instituciju za konsultacije i razmenu informacija, kao i veća dostupnost početnog podsticaja u cilju postizanja održivog partnerstva. Međutim socijalni dijalog u Srbiji još uvek nije dovoljno jak da postane so-

lidan alat za rešavanje negativnih ishoda krize, kao i industrijskih odnosa³. Neophodan je kosensus sindikata, poslodavaca i države oko:

- osnovnih izazova sa kojima se industrija u Srbiji suočava
- zajedničkih predloga glavnih aktera industrijskih odnosa za Strategiju industrijskog razvoja 2020. sa nacionalnim planovima promene industrijske strukture u prilog „Treće industrijske revolucije“

Literatura

- Arsić, M., Mladenović, Z., Nojković, A., Petrović, P. (2005) Makroekonometrijsko modeliranje privrede Srbije - Teorijske osnove i rezultati. Beograd: CES-MECON
Bajec, J.M., Jakopin, E. Nacionalna strategija privrednog razvoja Srbije 2006-2012 - osnovni nalazi, rezultati i rizici. u: Miločerski ekonomski forum, SES
Commission of the European Communities (2008) European Competitiveness Report 2008. Brussels
Madžar, L. (2008) Nedostajuće dimenzije u evaluaciji makroekonomskih performansi Republike Srbije. Beograd: Ministarstvo finansija
Milanović, B. (2006) Dva lica globalizacije. Beograd: Arhipelag
3392837 World Bank (2010) Western Balkan integration and the EU: An agenda for trade and growth. Washington DC
World Bank (2010) World Development Report. Washington DC
World Economic Forum (2010) The global competitiveness report 2009-2010. New York: Oxford University Press

THE IMPORTANCE OF INDUSTRIAL RELATIONS FOR THE NEW INDUSTRIAL POLICY OF SERBIA 2020.

Abstract

Serbian industry, which has an unfavorable structure, reduced number of employed workers of 250,000 in 1990. year, significantly reduced share in GDP, to maintain and develop its responses to the global demands of the modern market, is directly dependent on the pace of structural reforms (95% of exports) and raising the level of its competitiveness. In formulating a new industrial policy for the successful development, competitiveness and sustainability the consensus of social partners and higher level of industrial relations would be needed. Serbian Economic Industrial Policy 2020. should more be based on three pillars, which include: research and development, SMEs, education and business services primarily in the food industry, /more than a third of all is Serbian agricultural complex, /metal complex-electronic engineering, defense industry, transport equipment and ICT.

Key words: industry, structural change, competitiveness, industrial relations, social partnership

*Doc. Dr Jugoslav Aničić**

*Doc. Dr Dragan Radović***

*Mr Branka Radović ****

*Dr Svetlana Andelic*****

POSTKRIZNI MODEL EKONOMSKOG RASTA - ŠANSE I OGRANIČENJA ZA RAZVOJ SEKTORA MSPP

Rezime

Krajem 2010. godine donet je novi model privrednog rasta i razvoja Srbije za narednih deset godina, koji je proinvesticioni i izvozno orijentisan, a u skladu sa strategijom „Evropa 2020“, kao dugoročnim odgovorom Evropske unije na ekonomsku krizu. Značajno mesto i uloga u strategiji razvoja Srbije daje se sektoru MSPP, od koga se očekuje da, u skladu sa Evropskom poveljom o malim preduzećima, ima mnogo veći uticaj na privredna kretanja i sveukupni razvoj Srbije u budućem periodu. Zbog pogrešne ekonomske politike i mnogobrojnih ograničenja u tranzpcionom periodu sektor MSPP nije dostigao potreban nivo razvijenosti i konkurentnosti. Ekonomска politika narednog perioda mora se zasnovati na značajnjem podsticaju inovacija i preduzetništva, kako bi sektor MSPP blagovremeno i adekvatno bio pripremljen da iskoristi sve potencijalne pozitivne efekte od procesa pridruživanja Srbije EU.

Ključne reči: strategija, ekonomski rast, konkurentnost, preduzetništvo.

Uvod

Svet se godinama unazad suočava sa promenama u poslovnim ciklusima, što je naizgled očekivana i normalna pojava. Uspesi na tržištu nisu trajnog ka-

*

** Fakultet za preduzetnički biznis, Beograd, bilansaudit@open.telekom.rs

*** Univerzitet Alfa u Beogradu, Fakultet za menadžment Novi Sad, drarad@open.telekom.rs

**** Nacionalna služba za zapošljavanje Beograd, banka.radovic@gmail.com

Visoka železnička škola strukovnih studija Beograd, svetangela@gmail.com

raktera, kao što se granice rasta ne dosežu kontinualnim rastom. Pozitivni ishodi najčešće nastaju kao rezultat delovanja na promene u ekonomiji koja prolazi kroz uspone i padove. Promene u kriznim situacijama stvaraju nesumljiv osećaj urgencije, potrebe za snažnim i brzim preokretom kao rezultatom dobro osmišljenih strategija za kojima postoji visok stepen političke usaglašenosti u procesu implementacije.

Povremeni padovi u razvoju poslovnih aktivnosti svetske a i nacionalnih privreda su očekivani. Radi se o očiglednim posledicama, teško kontrolisanih postupaka kojima se stiču i obezbeđuju koristi pojedinih interesnih grupa, kojima se narušava potreba za dugoročnim usklađivanjem i uređenjem principa za funkcionisanje tržišta i izgradnju konkurenčkih sposobnosti ekonomija ponosa. Od nacionalnih ekonomija se očekuje da „razumeju“ promene na tržištu, sagledaju sopstvene pozicije, identifikuju opasnosti i prepoznaju šanse za, u prvom trenutku neutralisanje negativnih uticaja, a potom očuvanje i izgradnju sopstvene konkurentnosti na domaćem i međunarodnom tržištu.

Veliki razmaci koji se stvaraju između postojećeg i poželjnog nivoa performansi stvara gep (jaz učinka). Promene na tržištu koje stvaraju ogromne razlike između željenog ili opšte prihvatljivog stanja poslovnih aktivnosti, odnose se na interval opadanja u dugom periodu stalnog rasta i razvoja, identificuju se sa ekonomskom krizom. U akademskom govoru, kriza označava fazu nereda u naizgled normalnom razvoju nekog sistema¹. Poremećaji koji rezultiraju velikim jazovima predstavljaju prelazne faze, tokom kojih nije moguće funkcionisanje po postojećim modelima jer oni predstavljaju nedopustivu pretnju koju treba eliminisati i uticaje u dužem roku kontrolisati.

Kriza u Srbiji manifestovala se kroz najmanje četiri fundamentalna poremećaja i to²:deindustrijalizaciju privrede i rastuću dominaciju sektora proizvodnje nerazmenljivih dobara, poremećaj u monetarnoj sfери, ogroman resursni jaz i finansiranje resursnog jaza, što se po mišljenju autora ovog rada posebno nepovoljno odrazilo na poslovanje sektora malih i srednjih preduzeća, razvoj inovativnih aktivnosti, otvaranje radnih mesta i zaposlenost. Zamena postojećih modela poskriznim modelima treba do ohrabre poslovnu aktivnost, obezbedi rast i razvoj ekonomске aktivnosti i omogući rast konkurentnosti domaćih kompanija i nacionalne privrede na duži rok.

1

Videti Almond, Flangan, and Munndt (1973); Tilly and Stinchcombe (1997)

2

Opširnije videti Labus M., Milošević S.: „Ekonomski kriza u Srbiji između rasta i strukturnih promena“ Zbornik radova, Kopaonik Biznis forum 2009. ; Petrović Vujačić J.:“Ekonomski kriza u Srbiji i mere ekonomski politike“ DEB, Ekonomski vidici Godina XV, broj 1. str.11

U ovom radu analiziraće se postkrizni model ekonoskog rasta i razvoja Srbije, regionalni aspekti novog modela rasta, rezultati u poslovanju MSP (Mala i srednja preduzeća), ograničenja i šanse za razvoj MSP kao jedan od ključnih faktora za uspešno ovladavanje krizom.

Strategija privrednog razvoja Srbije 2011-2020. godine

Oktobra 2010. godine javnosti Srbije je predstavljen „Postkrizni model ekonomskega rasta i razvoja Srbije 2011-2020.“ sačinjen od strane autora okupljenih oko USAID, FRENA – Ekonomskog fakulteta u Beogradu i Ekonomskog instituta iz Beograda, koji predstavlja novi razvojni model sa naglaskom na glavne prioritete reformi koje bi Srbija morala da sproveđe u narednoj deceniji kako bi ostvarila potreban ekonomski rast. Osnovni cilj modela je sagledavanje razvojnih mogućnosti Srbije u narednoj deceniji baziranih na novom konceptu, izvozno orijentisanog, rasta i razvoja.

Prema shvatanju autora novog modela, iscrpljene su mogućnosti i pretpostavke na kojima je Srbija zasnivala razvoj u dosadašnjem tranzpcionom periodu jer ekonomska politika u dosadašnjem periodu nije rešila dve osnovne makroekonomske neravnoteže:

- veći rast javne i privatne potrošnje u odnosu na ostvareni BDP, i
- neopravdano oslanjanje na rast sektora nerazmenljivih dobara u stvaranju BDP-a, što je povećalo spoljno-trgovinski deficit i tekući deficit platnog bilansa države.

Novi model rasta se zasniva na ključnoj pretpostavci po kojoj bi se preveliki rast potrošnje zamenio dominantnim rastom ulaganja u narednom desetogodišnjem periodu. Nova strategija razvoja ima optimističan scenario koji se zasniva na nekoliko najvažnijih parametara: povećanje učešća fiksnih investicija u BDP-u na 25% u 2015. godini i 28% u 2020. (uz prosečan godišnji rast od 9,7%), smanjenje učešća potrošnje u BDP-u sa 92,5% u 2011. na 81% u 2020. godini, povećanje učešća izvoza robe i usluga u BDP-u sa 27,6% koliko je zabeleženo 2009. godine na 65% u 2020. i značajno smanjenje deficitu tekućeg računa platnog bilansa sa 7,1% BDP-a u 2010. na 3,3% u 2020. godini.

Predviđena strategija bi dovela do prosečnog realnog rasta BDP-a od 5,8% godišnje i vrednost BDP-a bi 2020. godine dostigla 52,7 milijardi evra (cca 8.000 EUR po stanovniku). Kumulativan rast proizvodnje u ovom periodu predviđen je na nivou od 50,4%, a zaposlenost bi porasla za 16,9% odnosno, bilo bi otvoreno 430.000 novih radnih mesta.

Prema pretpostavkama novog modela rasta, razvoja i restrukturiranja privrede, prosečan rast industrijske proizvodnje u periodu od 2011. do 2020. projektovan je na 6,9% godišnje, poljoprivrede 3,4% i usluga 5,5%. Osnovu za rast proizvodnje omogućio bi obiman rast investicija, sa 4,9 milijardi E koliko su iznosile u 2009. godini, na cca 15 milijardi E koliko se očekuje u 2020. godini, uz direktnе strane investicije od cca 2,3 milijarde E godišnje. Strategija razvoja Srbije je u skladu sa usvojenom strategijom „Evropa 2020“, koja predstavlja dugoročan odgovor Evropske unije na izazove svetske ekonomskе krize.

Nesumnjivo je da je ovakav scenario budućeg razvoja veoma optimističan, imajući u vidu aktuelna ekonomска kretanja u našoj privredi: podsetimo da je 2009. godine naša zemlja imala pad BDP-a od 3,1% a u 2010. rast od samo 1,7%, uz stopu nezaposlenosti koja se kreće na nivou od 19,2%³ i hroničnu ne-likvidnost privrede, u kojoj, krajem februara 2011. godine čak 66.255 preduzeća ima blokirane račune, sa ukupnim dugom od 287,6 milijardi dinara.[9]

Takođe, na ostvarenje planirane strategije razvoja bitno će uticati i buduće, očekivane promene u okruženju. U predstojećim godinama će makroekonomski i mikroekonomski rizici biti još izraženiji, pooštice se regulatorni zahtevi na nacionalnom i međunarodnom planu, aktuelna fiskalna relaksacija velikog broja zemalja u svetu (koja je sprečila pad tražnje i dublju recesiju) neće duže potrajati. Pad izvoza, povećanje nezaposlenosti i zaduženosti pojedinih zemalja uzrokovat će promene u monetarnoj politici a sve to će dovesti do pojačanog protekcionizma, trgovinskih ratova i rastuće nestabilnosti u međunarodnoj ekonomiji.

Ekonomiju Srbije u narednom periodu, pored promena u međunarodnom okruženju, očekuje i rešavanje nagomilanih domaćih problema i budućih izazova, od kojih se najveća pažnja mora staviti na sledeće grupe problema:

- perspektive oporavka realnog sektora privrede, posebno industrije su neizvesne, jer je ovaj sektor, od strane kreatora ekonomске politike, bio potpuno zanemaren u tranzisionom periodu;
- neophodna je (predugo odlagana) reforma javnog sektora, jer bez njegog sprovođenja bi dalje rastao budžetski deficit i javni dug. Oporavak privrede i smanjenje sive ekonomije bi popravili prihodnu stranu budžeta, dok bi glavni izazovi ostali na rashodnoj strani budžeta;
- spoljni dug zemlje je krajem 2010. godine, prema podacima Narodne banke Srbije, iznosio 23,8 mlrd. EUR i stalno je u porastu - sposobnost

3

Republički zavod za statistiku, „Anketa o radnoj snazi“, oktobar, 2010. godine

- urednog servisiranja spoljnog duga predstavlja veliku pretnju privrednoj stabilnosti i rastu;
- inflacija u Srbiji će, prema međunarodnim standardima, biti relativno visoka, a devizni kurs nestabilan i nepredvidiv.

U prošeklom periodu više se pažnje poklonilo sektoru usluga umesto industrijskoj proizvodnji i energetici. Srbija nije koristila brojna iskustva zemalja u tranziciji i razvoju: nijedna zemlja nije, bez uspona u industrijskoj proizvodnji, uspela da podigne životni standarad građana[8].

Regionalni aspekti novog modela rasta i razvoja

Svi dosadašnji modeli privrednog rasta i razvoja bazirali su se na sektorskim prioritetima i sektorskim politikama, uglavnom na kratkoročnim i srednjoročnim ciljevima. Regionalni razvoj i dugoročno regionalno planiranje su bili marginalizovani, a mere na ovom području su bile nesinhronizovane, kratkoročnog karaktera i usmerene uglavnom na podsticanje razvoja pojedinih nerazvijenih područja. Tranzicioni procesi od 2000. godine samo su dodatno potencirali i multiplikovali negativne efekte regionalne ekonomske politike.

Ciljevi regionalnog razvoja definisani Strategijom regionalnog razvoja Srbije 2007-2012. godine su: održiv razvoj, podizanje regionalne konkurentnosti, smanjenje regionalnih neravnopravnosti i siromaštva, zaustavljanje negativnih demografskih kretanja, nastavak procesa decentralizacije, ekonomska integracija srpskih zajednica na Kosovu i Metohiji i izgradnja institucionalne regionalne infrastrukture. Međutim, navedeni ciljevi ne samo što nisu ostvareni, već se u ovom periodu još više produbljuju regionalne neravnopravnosti i razlike, što ukazuje na težinu ovog problema.

Otklanjanje regionalnih disprporacija neće biti nimalo lak posao jer je ekonomska politika u tranzicionom periodu dodatno uticala na povećanje regionalnih razlika. Pre svega, pogrešni model privatizacije je najviše pogodio nerazvijene regije: s jedne strane, nestala su regionalna preduzeća koja su bila nosioci lokalnog razvoja i zaposlenosti, a s druge strane privatizacioni prihodi su centralizovani, sa simboličnim delom koji je ostajao lokalnoj samoupravi. Posledica takvog razvoja događaja je i odlazak kvalitetnog kadra iz nerazvijenih područja ka regionalnim centrima, pa će tim biti teže sprovesti buduću razvojnu politiku u lokalnim samoupravama.

Proces tranzicije je imao izrazito negativan uticaj na regione-centre tradicionalne industrije, kao što su metalski kompleks, proizvodnja saobraćajnih sredstava, tekstilna industrija i dr. koji su angažovali veliki broj radno sposob-

nog stanovništva. Za neodgovornu ekonomsku politiku tranzicionog perioda plaćamo visoku cenu: da bi popravila ekonomsku poziciju nerazvijenih regiona i smanjila nezaposlenost, vlada je pribegla davanju subvencija investitorima (pre svega stranim) koje se kreću i do 10.000 E po novootvorenom radnom mestu. Logično se nameće pitanje ekonomske opravdanosti takvih mera: visoke stimulacije po radnom mestu se daju najviše u tekstilnoj industriji, u mestima gde već postoje fabričke hale, oprema, dovedena infrastruktura, obučena radna snaga...

Tabela 1: Regionalni dispariteti u Srbiji (2008. godina)

| Indikatori | BDV po stanovniku | Zarade po stanovniku | Stopa nezaposlenosti | Demografsko pražnjenje 1971-2000 (%) |
|---------------------|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--|
| Ekstremne vrednosti | 16:1 Grad Beograd: Toplički | 4:1 Grad Beograd: Jablanički | 4:1 Jablanički: Grad Beograd | (-28,5): (+32) Pirotski: Grad Beograd |

Izvor: Republički zavod za razvoj, 2009.

Nepovoljna je i činjenica da se strani investitori uglavnom koncentrišu na područjima većih gradova i razvijenih regiona, što je još više produbilo ionako velike regionalne razlike. Nesklad u regionalnoj konkurentnosti se ogleda u koncentraciji privredne aktivnosti uspešnih preduzeća, visokoj dobiti i zaposlenosti u Beogradu i Južno-bačkom okrugu, dok su svi ostali regioni suočeni sa niskom privrednom aktivnošću, nerazvijenošću i visokom stopom nezaposlenosti. Na primer, u 2008. godini (Tabela 4.) ova dva regiona učestvuju sa 2/3 ukupnog republičkog prihoda i dobiti, i više od 2/3 kapitala.

Regionalna privreda nije dovoljno prilagođena za visoke zahteve konkurenčkih ino-tržišta, tako da je izvoz koncentrisan u razvijenim regionima dok je učešće pojedinih nerazvijenih regiona u ukupnom izvozu i uvozu simbolično. Konkurenčki potencijal nacionalne privrede najbolje odražava njena izvozna aktivnost, dok je regionalna konkurentnost sposobnost regiona da privuče investitore, ubrza i podrži privrednu aktivnost tako da privreda regiona ima održiv i dinamičan privredni rast. Kako je ravnomeran privredni razvoj cilj, a podizanje njihove konkurentnosti strateško opredelenje Srbije, prioritet regionalne politike u izvoznom segmentu je podsticanje dinamičnog razvoja regiona povećanjem njihove konkurentnosti i izvozne orijentacije.

Tabela 2: Regionalna ekonomska asimetričnost 2008. (u %)

| | Broj preduzeća | Zaposl. | Prihod | Dobit | Gubitak | Kapital |
|-------------|----------------|---------|--------|-------|---------|---------|
| Beograd | 41,0 | 31,4 | 49,0 | 52,0 | 53,0 | 56,0 |
| Južno-bački | 11,2 | 10,8 | 16,6 | 14,0 | 7,4 | 12,5 |
| Ukupno | 52,2 | 42,2 | 65,6 | 66,0 | 60,4 | 68,5 |

Izvor: Republički zavod za razvoj, 2009.

Sigurno je da se ovako negativno regionalno stanje može promeniti, pre svega, povećanjem investicija u pojedine opštine, okruge i regije a u tom procesu aktivnu ulogu moraju imati i nadležne državne institucije, od Fonda za razvoj, Agencije za regionalni razvoj, SIEPE i drugih regulatornih tela na državnom i lokalnim nivoima. Značajne mere za dinamičan regionalni razvoj su infrastrukturne investicije u putnoj privredi, investicije u energetski sektor (hidro i termo-elektrane), formiranje razvojne (investicione) banke na nivou države, razvoj regionalnog tržišta hartija od vrednosti, povezivanje institucionalnih investitora (investicioni fondovi, dobrovoljni penzioni fondovi, sektor osiguranja) i privrede, posebno sektora malih i srednjih preduzeća, stvaranje stimulativnog privrednog ambijenta i pravne sigurnosti za privlačenje investicija iz dijaspore, stimulisanje povezivanja sektora malih i srednjih preduzeća putem poslovnih inkubatora, klastera i dr.

Dosadašnji rezultati razvoja sektora MSPP

Uporedna analiza pokazatelja poslovanja sektora MSPP sa EU-27 i zemljama u okruženju ukazuje na produbljivanje razlika u nivou razvijenosti sektora MSPP u Srbiji u odnosu na posmatrane zemlje. Negativni efekti svetske ekonomske krize uticali su na usporavanje razvoja sektora MSPP u zemljama okruženja uz činjenicu da su negativni efekti izraženiji kod manje ekonomski razvijenih ekonomija u koje spada i Srbija. Na pogoršanje preuzetničke klime u Srbiji ukazuje i istraživanje Global Entrepreneurship Monitor (GEM), prema kome indeks ukupne preuzetničke aktivnosti Srbije u 2009. godini iznosi 4,9 i pokazuje da je na 100 odraslih osoba nepunih 5 preuzetnički aktivno, dok je ovaj pokazatelj u 2008. godini bio značajno veći i iznosio 7,6.

Opadanje broja potencijalnih preduzetnika koji u pokretanju novog posla vide priliku za zaposlenje ukazuje na veoma nepovoljne uslove za pokretanje i održavanje sopstvenog biznisa.

Kvalitativni pokazatelji nivoa razvijenosti sektora MSPP niži su u odnosu na prosek EU i većine zemalja regiona – zaposlenost po preduzeću, promet, BDV i profit po zaposlenom (Tabela 3). Relativno visoko učešće sektora MSPP u osnovnim indikatorima poslovanja privrede ukazuje na usporenu dinamiku strukturnih reformi u zemlji, pre svega velikih privrednih sistema u restrukturniranju. U poređenju sa 2008. godinom, pogoršane su osnovne performanse poslovanja sektora MSPP, smanjena je vrednost ostvarenog prometa, BDV i profita. Na nizak i opadajući nivo razvijenosti ovog sektora ukazuje i njegova nemogućnost za efikasnije rešavanje problema izražene nezaposlenosti u zemlji – mali broj MSPP na 1.000 stanovnika (43,0), [2].

Tabela 3. Pokazatelji poslovanja sektora MSPP u izabranim zemljama EU i Srbiji u 2009. godini

| | EU | Češka | Rumunija | Slovenija | Srbija | |
|-----------------------|--------|-------|----------|-----------|--------|-------|
| | | | | | 2008 | 2009 |
| Br. preduzeća u 000 | 20.727 | 899 | 440 | 102 | 303,4 | 314,8 |
| Br. zaposlenih u 000 | 90.006 | 2.505 | 2.633 | 424 | 940,2 | 872,5 |
| Promet, u mlrd E | 14.284 | 245 | 268 | 51 | 58,3 | 46,6 |
| BDV, u mlrd. E | 3.626 | 49 | 37 | 11 | 10,5 | 8,7 |
| Profit, u mlrd E | 977 | 9 | 19 | 1 | 4,0 | 3,2 |
| Br MSPP na 1.000 st. | 41,6 | 86,6 | 20,4 | 50,7 | 41,4 | 43,0 |
| Br. zaposlenih po pr. | 4,3 | 2,8 | 6,0 | 4,2 | 3,1 | 3,1 |
| Promet po zap. 000 E | 158,7 | 97,8 | 101,8 | 120,3 | 62,0 | 53,4 |
| BDV po zap. u 000 E | 40,3 | 19,6 | 14,1 | 25,9 | 11,1 | 10,0 |
| Profit po zap.u 000 E | 10,9 | 3,6 | 7,2 | 2,4 | 4,2 | 3,6 |
| Stopa profitabilnosti | 27,0 | 19 | 52,0 | 9,0 | 38,1 | 36,2 |

Procentualno učešće MSP u nefinansijskom sektoru

| | | | | | | |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|
| Broj preduzeća | 99,8 | 99,8 | 99,6 | 99,7 | 99,8 | 99,8 |
| Broj zaposlenih | 67,4 | 67,6 | 63,6 | 67,0 | 67,2 | 66,7 |
| Promet | 57,7 | 58,8 | 58,7 | 63,2 | 66,6 | 67,8 |
| BDV | 57,7 | 54,8 | 42,2 | 59,8 | 59,1 | 57,4 |
| Profit | 49,4 | 31,5 | 34,8 | 29,1 | 58,7 | 54,1 |

Izvor: EUROSTAT, DG enterprise and Industry. Podaci za Srbiju RZR, RZS

Prema podacima Republičkog zavoda za razvoj, sektor MSPP u 2009. godini je ostvario 67,8% prometa i 57,4% BDV nefinansijskog sektora privrede Srbije, dok je učešće ovog sektora u ukupnom BDP iznosilo 33%, u izvozu 49,2%, u uvozu 58,0%, u ukupnoj zaposlenosti 42,3 %. U 2009. godini u sektoru MSPP zaposленo je 67.619 radnika manje nego u 2008. godini, uz realno smanjenje prometa od 14,7% a BDV za 11,2% u odnosu na prethodnu godinu.

Efekti ekonomske krize intenzivirali su osnovne razvojne probleme ovog sektora:

- nepovoljna struktura sa dominantnim učešćem mikro i malih preduzeća, uz nedovoljan broj i nizak nivo razvijenosti srednjih preduzeća, koja su u svim razvijenim zemljama pokretači razvoja celokupnog sektora;
- ograničeni proizvodno-ekonomske resursi izraženi kroz pogoršanje opštih uslova poslovanja i zavisnost razvoja sektora od izuzetno nepovoljnih spoljnih izvora finansiranja;
- nizak nivo konkurentnosti-nedovoljna internacionalizacija,oličena u podatku da je učešće sektora MSPP u deficitu spoljnotrgovinske razmene bilo čak 72,8 % u 2009. godini.

Ekonomска kriza je dodatno usporila sprovođenje započetih reformi što je negativno uticalo na pogoršanje konkurentnosti srpske privrede, a time i konkurentnosti sektora MSPP. Nedovoljno razvijen sektor MSPP nije uspeo da u novonastalim okolnostima nacionalnog poslovnog ambijenta i otežanim uslovima, koji se pre svega odnose na ograničene i skupe izvore finansiranja, poveća stepen mobilnosti i razvoj unutrašnjih potencijala i spreči opadanje nivoa konkurentnosti. U strukturi robnog izvoza Srbije i dalje dominiraju proizvodi koji ne zahtevaju upotrebu napredne tehnologije i angažovanje intelektualnog rada (Tabela 2.). Izvoz zasnovan na ovim proizvodima ne predstavlja osnov za

dostizanje respektivne konkurentske pozicije na tržištu EU. Srbiji je potrebna suštinska promena izvozne strukture u pravcu povećanja učešća proizvoda veće finalizacije, kao što su to činile naprednije zemlje u tranziciji koje su sada članice EU.

Tabela 2: Proizvodi Srbije prema faktorskoj intenzivnosti, (u %)

| | Izvoz | | | | Uvoz | | | |
|---|-------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| A Primarni proizvodi | 32,4 | 33,1 | 30,3 | 28,6 | 34,7 | 34,5 | 30,1 | 33,1 |
| B Resursno-intenzivni proizvodi | 19,2 | 20,7 | 20,0 | 19,3 | 6,7 | 7,6 | 8,4 | 7,9 |
| C Radno intenzivni proizvodi | 11,6 | 11,1 | 11,3 | 11,0 | 6,6 | 6,7 | 7,2 | 7,1 |
| D Tehnološko intenzivni proizvodi | 23,7 | 23,0 | 25,7 | 27,4 | 39,9 | 39,7 | 42,6 | 40,7 |
| E Proizv. intenzivni ljudskim kapitalom | 12,8 | 12,1 | 12,6 | 12,8 | 11,7 | 11,3 | 11,6 | 11,1 |
| Nerazvrstani proizvodi | 0,2 | 0,0 | 0,0 | 0,8 | 0,3 | 0,1 | 0,0 | 0,0 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Izvor: Republički zavod za razvoj - Izveštaj o razvoju Srbije 2009.

Visina, kvalitet i struktura investicija su najvažnije dugoročne odrednice privrednog rasta i unapređenja konkurentnosti privrede. Analiza investicija po zaposlenom i po preduzeću u Srbiji i njihovo poređenje sa zemljama u okruženju i EU-27 ukazuje na značajno niži nivo ovih pokazatelja u Srbiji, kako za sektor malih i srednjih preduzeća tako i za ukupnu privredu (Tabela 3). Imajući u vidu trenutni nivo razvijenosti Srbije, intenzitet investicione aktivnosti bi morao da bude na značajno višem nivou, kako bi se dinamizirao razvoj i ostvarili dugoročni razvojni ciljevi. Neophodno je da preduzeća iz ostvarene dodate vrednosti ne pokrivaju samo materijalne troškove proizvodnje i zarade, već da mnogo više investiraju, posebno u sektorima gde se stvara veća dodata vrednost, što je bila praksa novih članica neposredno pre ulaska u EU.

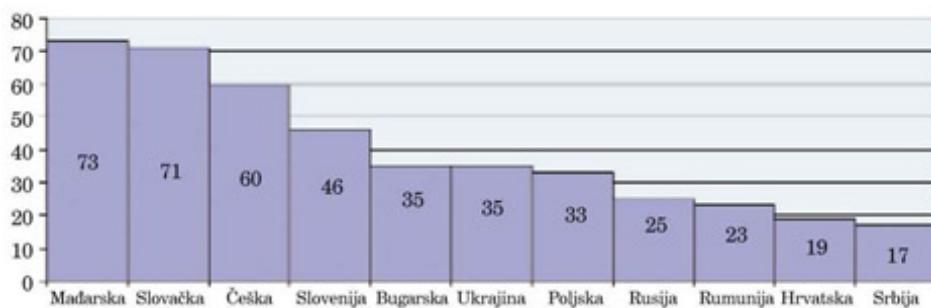
Tabela 3: Investicije po zaposlenom i po preduzeću 2007-2008. godine

| | Investicije u 2008. | | Inv. po aposl. (u 000 din) | | Inv. po preduzeću (u 000din) | | Investicije i BDV | |
|----------------------|---------------------|-------|----------------------------|------|------------------------------|---------|-------------------|------|
| | u mil. d | U % | 2007 | 2008 | 2007 | 2008 | 2007 | 2008 |
| Nefinansijski sektor | 449.657 | 100,0 | 356 | 321 | 1.659 | 1.479 | 0,40 | 0,32 |
| Velika preduzeća | 223.116 | 49,6 | 426 | 487 | 339.881 | 392.809 | 0,39 | 0,38 |
| MSPP | 226.542 | 50,4 | 319 | 241 | 976 | 747 | 0,40 | 0,27 |

Izvor: Republički zavod za razvoj, APR, RZS.

Izolacija privrede Srbije u predtranzicionom periodu i pogrešna ekonomska politika posle 2000. godine su uticale na tehnološko kašnjenje za svetskim kretanjima i pad konkurentnosti domaćih proizvoda na svetskom tržištu. Strana konkurenca je potisnula domaća preduzeća sa određenih segmenata svetskog tržišta, a pre svega sa tržišta EU. Strani kupci imaju sve strožije zahteve u pogledu kvaliteta proizvoda, dizajna, servisiranja, kreditiranja prodaje i sl. Za anuliranje tehnološkog zaostajanja neophodan je uvoz tehnologija iz razvijenih zemalja, kao i poboljšanje domaće istraživačko-razvojne osnove. Priliv stanog kapitala kroz strane direktnе investicije i zaduživanje nije kvalitativno izmenio strukturu celokupne privrede a time ni njenog izvoznog dela, tako da je učešće izvoza u BDP na nezavidno niskom nivou (Grafikon 1). Zbog toga su neophodna ulaganja u revitalizaciju i izgradnju novih kapaciteta koja će dovesti do strukturnih promena realnog sektora privrede a time i do snažnijeg rasta izvoza i veće pokrivenosti uvoza u narednim godinama.

Grafikon 1: Izvoz kao % BDP, 2008 godine



Izvor: EBRD, IMF, www. Database for CZE, Roland Berger

Ograničenja i šanse za razvoj sektora MSPP

Dinamičan i ravnomeran privredni razvoj i rast se zasniva na otvaranju novih privrednih subjektata i novim investicijama. Osnovni cilj politike razvoja MSPP je kontinuirano unapređenje uslova poslovanja i podsticanje preduzetništva, shvaćenog kao spremnost ljudi da preuzmu rizik i započnu sopstveni posao, zapošljavajući sebe i druge. Pri tome, država nizom mera stvara uslove kojima se podstiče stvaranje novih preduzeća i radnji i ohrabruju domaći i inostrani investitori. Osnovni pozitivni efekti državnih mera treba da se ispolje povećanjem nivoa razvijenosti preduzetničkog sektora i njegovog rastućeg uticaja na ukupna privredna kretanja.

Politika podsticanja razvoja sektora MSPP zasnovana je na principima Evropske povelje o malim preduzećima, a ocena Indeksa⁴ MSP politike od 3,3 u 2009. godini ukazuje da je Srbija prešla polovinu puta u izgradnji sistema podsticanja razvoja sektora MSPP, u odnosu na stanje koje je potrebno imati u trenutku pristupanja EU. Izgrađena je gotovo kompletna zakonska infrastruktura uz izraženu politiku podsticanja razvoja sektora, a najveći napredak je postignut u oblastima unapređenja poslovanja na domaćem i inostranom tržištu, jeftiniji i brži početak rada (start-up), efikasnija zastupljenost interesa MSPP, modeli uspešnog elektronskog poslovanja i podrška malim preduzećima, unapređenje on-line pristupa i jačanje tehnoloških kapaciteta MSP.

Tranziciona kretanja prati promena privrednog i društvenog sistema u Srbiji sa svim negativnim posledicama koje proizilaze iz nezavršenih strukturalnih promena u privredi, tako da je dinamika razvoja preduzetničkog sektora determinisana ukupnim makroekonomskim ambijentom. Iako je postao značajan segment privrede, sektor MSPP još nije prerastao u pokretača razvoja nacionalne ekonomije, a niska konkurentnost ovog sektora mu onemogućava dinamičnije uključivanje na međunarodno tržište i značajnije učešće u ukupnom izvozu privrede.

Dosadašnja politika podsticanja preduzetništva zasnivala se na unapređenju opštih privredno-sistemskih mera u cilju podizanja ukupnog nivoa razvijenosti preduzetništva u zemlji. Uspostavljanje i sprovođenje specifične

⁴ Indeks MSP politike je strukturalna i uporediva ocena napretka u politici MSP, definisanim pozicije zemlje u svakoj od deset oblasti politike koje su pokrivenе Poveljom, koristeći skalu od 1 (što ukazuje na nedostatak političke inicijative) do 5- nivo koji se praktikuje u EU Okvir povelje i indikatori su prilagođeni tako da odražavaju specifične uslove u kojima se donose odluke na Zapadnom Balkanu. Ovaj pokazatelj je razvijen u DG Enterprise i OECD Investment Compact, ETF i EBRD sa aktivnim učešćem nacionalnih koordinatora za sprovođenje Evropske povelje za Zapadni Balkan.

fičnih podsticajnih mera za preduzeća u fazi rasta i razvoja, a pre svega dinamičkih preduzeća je još uvek u početnoj fazi. Mere podsticanja MSP i preduzetništva još uvek nisu dovoljno posvećene promovisanju sektora MSPP sa potencijalom za visok rast, što utiče na njihov usporen razvoj i stagnaciju.

Osnovna ograničenja sektora MSPP u fazi rasta i razvoja:

- nezaokruženo institucionalno okruženje i regulativa;
- nedovoljno znanje i sposobnost preduzetnika i zaposlenih;
- nedovoljno promovisanje istraživačko-razvojnih i menadžerskih veština;
- nepovoljni uslovi finansiranja, neodgovarajući oblici i obim finske podrške, nerazvijeni programski pristup finansijama;
- nedovoljna povezanost sa velikim preduzećima;
- nedovoljni podsticaji za uvođenje savremenih tehnologija, inovacija, standarda, kontrole kvaliteta i sl;
- nedovoljan podsticaj internacionalizacije i nedovoljne informacije o tržištima.

Uspostavljanje zaokruženog podsticajnog sistema i rešavanje ključnih problema poslovanja MSP u fazi rasta i razvoja⁵ proizilazi iz prakse visoko razvijenih zemalja OECD i EU koje razmatraju posebne mere i aktivnosti na izgradnji sistema za podsticanje razvoja dinamičkih preduzeća, u cilju sprovođenja Lisabonske strategije za obezbeđivanje rasta i zapošljavanja i stvaranja preduzetničkog društva zasnovanog na znanju. U zemljama razvijene tržišne privrede preduzetništvo ima važnu ulogu u otvaranju novih radnih mest u kroz pokretanje ili širenje privredne aktivnosti, osvajanjem i korišćenjem novih proizvoda, procesa i tržišta. Pojam preduzetništva se sve više izjednačava sa dinamičkim preduzetništvom, jer se sprovode brojni programi zasnovani na strategijskom značaju podrške rastu preduzeća i ohrabrvanju ovog procesa: u fokusu više nije broj preduzeća-korisnika, već ekonomski efekti, ostvarena dodata vrednost i zaposlenost.

Kakve efekte na rast i razvoj sektora MSPP možemo očekivati ukoliko Srbija u narednom desetogodišnjem periodu postane članica EU? Završetak tranzicije i eventualno priključenje EU, na osnovu iskustva bivših socijalističkih zemalja koje su prošle ovaj put, sektor MSPP suočava sa novim izazovima i posledicama, koje su uglavnom pozitivne, ukoliko je sektor MSPP adekvatno pripremljen i konkurentan za nastup na razvijenom tržištu EU.

5

Sa prosečnim EBRD indikatorom od 2,89, Srbija je na granici treće, tzv. napredne faze tranzicije, koja nastupa kada je formiran okvir neophodan za funkcionisanje tržišne privrede. EBRD, 2009, Transition Report 2009: Transition in Crisis? UK: London, str. 216-219.

Najvažnije pozitivne posledice priključenja EU su: pristup razvijenom jedinstvenom tržištu EU; mogućnost saradnje, umrežavanja i povezivanja sa razvijenim industrijskim preduzećima unije; pristup dodatnim izvorima finansiranja iz nebanskarskih izvora i državnim subvencijama; mogućnost dobijanja novih tehnoloških, organizacionih i upravljačkih znanja. Korišćenje tih mogućnosti za poslovanje i razvoj sektora MSPP odraziće se na povećanje BDP, zaposlenosti i životnog standarda, a stvorice se i mogućnost za smanjivanje rapsona u nivou razvijenosti pojedinih regionala. Proces integracije će povoljno delovati kroz proces pozitivne selekcije na privredne subjekte koji su spremni da se suoče sa konkurenčijom.

Broj preduzeća koja će moći da koriste podsticaje namenjene razvoju sektora MSPP će se značajno povećati, kao i mogućnost pristupa raznovrsnim izvorima finansiranja, uključujući fondove rizičnog kapitala i mikrofinansijske linije. Uspešnost korišćenja ovih izvora neposredno će zavisiti od tehničke premljenosti i institucionalne podrške sektoru MSPP. Takođe, deo troškova prilagođavanja će biti podržan iz pretpristupnih fondova, a otvorice se i mogućnosti učešća u brojnim programima EU, kao što je Okvirni program za istraživanje i razvoj (FP7), Program za konkurentnost i inovacije (CIP), i program JEREMIE.

Veći deo pozitivnih efekata će biti na srednji i duži rok, ali se mogu očekivati i kratkoročni neto mikroekonomski efekti, izraženi kroz poboljšanje efikasnosti poslovanja preduzeća pod uticajem konkurenčije. Usklađivanje sa zakonodavstvom i normama EU će dovesti do smanjenja administrativnih prepreka i regulatornog opterećenja privrede: zbog smanjenja troškova poslovanja i ulaska na veća i razvijena tržišta, preduzeća će biti konkurentnija i profitabilnija.

Priključenje jedinstvenom tržištu će zahtevati aktivan odnos MSPP, što je uslov za korišćenje poslovnih mogućnosti koje će se ovim otvoriti. Olakšani pristup inovacijama, novim tehnologijama, istraživanjima, stručnim znanjima i menadžerskim veštinama omogućiće ubrzani razvoj MSPP u profitabilnom privrednim delatnostima. Značajnije uključivanje konkurentno-sposobnih preduzeća u delatnosti sa većom dodatom vrednošću (informatičko-komunikacione tehnologije i dr.) dodatno će uvećati njihov potencijal, a širenje na regionalna tržišta i razvoj novih proizvoda i usluga doveće do daljeg jačanja i ukrupnjavanja ovog sektora.

U Tabeli 3. Članstvo u EU – šanse i opasnosti za razvoj MSPP prikazani su potencijalni odgovori na sedam pitanja koja su prema istraživačima imala poseban značaj za razvoj preduzetništva u tranzisionim zemljama. Odgovori su fokusirani na potencijalne šanse i opasnosti koje mogu proisteći kao ishodi iz

procesa pristupanja članstvu EU. Najvažniji identifikovani potencijalni problemi su u postizanju i očuvanju tržišne konkurentnosti, ostvarivanju vođstva u troškovima, zadovoljenju potreba za unapređenje tehnološkog razvoja, razvoja inventivnosti i inovacija u procesima. Očigledno je da nizak nivo sposobnosti privrede i preduzeća za ulaganje u nove investicije predstavlja jedan od značajnijih ograničavajućih faktora razvoja poslova i postizanja neophodne konkurentnosti na domaćem i međunarodnom tržištu.

Tabela 3. Članstvo u EU – šanse i opasnosti za razvoj MSPP

| Pitanje | Šanse | Opasnosti |
|--|---|--|
| Izvoz | Nove izvozne mogućnosti | Povećana konkurenca na dom. tr |
| Ekonomija obima | Smanjenje troškova i efikasna proizvodnja | Rat cenama i istiskivanje malih dobavljača |
| Otvaranje granica i integracija tržišta | Uklanjanje tržišnih barijera Unapređenje prekogr. trgovine | Troškovi tehničkih standarda Nove veštine spec. upravljanja |
| Dalje uklanjanje ograničenja za trgovinu, tj. carinske procedure | Smanjivanje transakcionih troškova poslovanja | MSP pravi veće troškove prilagođavanja i nove investicije |
| Povećanje mogućnosti građana EU | Liberalizacija avio-saobraćaja povećava pristup turistima | Opadanje ponude rada zbog „odliva mozgova“ ka zemlj. EU |
| Harmonizacija regulative | Unapređenje opšteg poslovnog okruženja | Veće opterećenje: zaštita životne sredine, naduvavanje cena |
| Viši životni standard | Povećanje potrošnje | Viši troškovi proizvodnje Trošk. prednost rada brzo erodira |

Izvor: R. Aidis, 2005. „Entrepreneurship in Transnational Countries: A Review“, University College London.

Svakako da je jedan od ključnih benefita procesa pridruživanja neophodno i preko potrebno unapređenje opšteg i poslovnog okruženja, što u Srbiji predstavlja, u dužem vremenskom periodu, nepremostivu prepreku privrednom razvoju.

Zaključak

Najavljeni zaokret u ekonomskoj politici i nova strategija privrednog razvoja Srbije do 2020. godine, koji se zasnivaju na povećanju investicija, većoj podršci izvozno orijentisanim preduzećima i ulaganju u infrastrukturu, dobra su teorijska osnova za dugoročni, realno održiv privredni razvoj, i mogućnost za veće učešće sektora MSPP u ukupnim ekonomskim aktivnostima. To bi znalo narušiti dosadašnje ekonomske politike zasnovane na prekomernoj potrošnji, neselektivnom uvozu i zaduživanju i okretanje razvojnoj ekonomskoj politici gde su investicije i proizvodnja u prvom planu.

Ukoliko se ekonomskom politikom iskoriste pozitivni efekti koji pruža proces pridruživanja EU, može se očekivati značajnija uloga sektora MSPP u privrednom i ukupnom društvenom razvoju. Vlada Srbije i njene institucije moraju, pre svega, otkloniti još uvek prisutne mnogobrojne prepreke i ograničenja za rast ovog sektora, i blagovremeno ga pripremiti za konkurentan nastup na razvijenom tržištu EU. Od malih i srednjih preduzeća se očekuje otklanjanje unutrašnjih slabosti, veća inovativna i investiciona aktivnost, usvajanje standarda, međusobno udruživanje na regionalnom nivou i povezivanje sa velikim proizvodnim sistemima, kako bi relativizovao nedostatke malih tržišnih učesnika i mogao da koristi efekte ekonomije obima.

Literatura

- FREN, Postkrizni model ekonomskog rasta i razvoja Srbije 2011-2020., Beograd, 2010.
Republički zavod za razvoj, „Izveštaj o razvoju Srbije 2009., Beograd, jul. 2010.
Vlada Republike Srbije: „Strategija razvoja konkurentnih i inovativnih MSP za period od 2008. do 2013. godine“, Beograd, 2007.
Republika Srbija, Agencija za privredne registre: Saopštenje o rezultatima poslovanja privrede u Republici Srbiji ostvarenim u 2009., Beograd, jul 2010.
Jefferson institute (2003) „Konkurentnost privrede Srbije“, Beograd, 2003.
Statistički bilten NBS, januar, 2011. Beograd
Narodna banka Srbije (2011), „Analiza duga Republike Srbije“, januar 2011.
Radović D., Aničić J., Čekerevac Z., Radović B.: Ekonomski i investiciona politika, razvoj MSP i preduzetništva pre i posle krize, Ekonomski vidici, DEB Godina XV, broj 1 str. 17-29 ISSN 0354-9135 UDK-33
Ekonomski institut, Bilten „Makroekonomske analize i trendovi“, više brojeva, Beograd, 2011.
Petrović Vujačić J.: „Ekonomski kriza u Srbiji i mere ekonomske politike“ DEB, Ekonomski vidici Godina XV, broj 1. str. 11-16, ISSN 0354-9135 UDK-33

POST-CRISIS MODEL OF ECONOMIC GROWTH - OPPORTUNITIES AND LIMITATIONS FOR THE DEVELOPMENT OF SME SECTOR

Abstract

A new model of economic growth and development of Serbia was presented around the end of 2010. The model itself covers the coming 10-year-period and is pro-investment and export oriented, in accordance with the strategy "Europe 2020", as a long-term response of the European Union to the economic crisis. The SME sector is given a significant place and role regarding the strategy of Serbian development. This sector is supposed to exert more impact on economic trends and the overall development of Serbia in the coming period, in accordance with the European Charter for Small Enterprises. Due to rather wrong economic politics and numerous limitations in the period of transition, the SME sector did not manage to reach the necessary level of development and competitiveness. The economic politics, planned to be implemented in the future period, is to be based on more significant and visible stimulation of innovation and entrepreneurship, so that the SME sector could be timely and properly prepared for using all positive effects of Serbia's EU accession process.

Key words: strategy, economic growth, competitiveness, entrepreneurship.

*Dr Goran Popović**
*Jelena Popović***

STRATEGIJA EU 2020: POTVRDA AFIRMACIJE I KONTINUITETA DUGOROČNIH RAZVOJNIH CILJEVA EVROPSKE UNIJE

Rezime

Evropska unija je usvojila Strategiju razvoja do 2020. godine, koja se temelji na nekoliko strateških ciljeva. Danas je EU27 jedinstvena i kompleksna društveno-ekonomska struktura moderne epohe. Od nastanka do danas, dugoročno opredjeljenje EU je razvoj zasnovan na rastu produktivnosti i tehničkom progresu. Poslednjih decenija se forsira i održiva komponenta ekonomskog razvoja. I konačno, treba istaći da se početkom druge decenije ovog milenijuma Unija izborila za poziciju jednog od globalnih lidera, i uz SAD postala najrazvijenije svjetsko tržište. Na značajnije promjene dugoročne strategije nisu uticali ni periodi ekonomske krize, koje zbog različitih okolnosti eskaliraju od 2008. godine. Otpornost i sposobnost prevazilaženja eksternih kriza, ključni su argumenti za kontinuitet razvojnih ciljeva, posebno od Lisabonske strategije do danas. Zbog toga su evroplaneri zadržali okosnicu društveno-ekonomske prioriteta, pa će se rast i do 2020. godine zasnivati na znanju, konkurentnosti i produktivnosti. Sve navedeno će pratiti strukturne promjene i afirmacija održivog razvoja. Zajedničko tržište će, kao i do sada, biti ekonomski prostor proizvodnje i prodaje proizvoda najvišeg stepena obrade i dodate vrijednosti. Očigledno, ciljevi Strategije EU 2020 su kompatibilni sa njenim prethodnim strateškim opredjeljenjima. Strategija će se realizovati ohrabrvanjem ljudi za sticanje novih znanja, razvoj demokratije i jačanje socijalne sfere. Sinergija trojstva pametnog, održivog i inkluzivnog rasta će osigurati konkurentnu, međusobno povezanu i održivu ekonomiju, te afirmisati EU kao prostor najboljih životnih i radnih uslova na svijetu.

Ključne riječi: Evropska unija, strategija, rast, konkurenčnost, održivost.

*

Vanredni profesor, Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci

**

Diplomirani ekonomista, Uprava za indirektno oporezivanje BiH

Uvod

U savremenim ekonomskim odnosima je značajno planiranje budućih aktivnosti na nacionalnim nivoima, i za svjetsku privrodu u cjelini. Potrebe predviđanja i planiranja rastu i zbog makroekonomskih nestabilnosti i kriza u svijetu, koje se zbog djelovanja spillover efekata prenose na nacionalne ekonome. Zbog toga su se, uz klasično planiranje, razvile i druge metode predviđanja i očekivanja budućih ekonomskih tendencija. Očigledno, i pored velikih napora nije lako održavati dugoročnu stabilnost svjetske ekonomije. Jedan od razloga je, što je rast svjetske privrede poslednjih nekoliko decenija dinamičan, pa je svjetska ekonomija danas primorana i na strukturna "smirivanja" sve do neke nove faze ekonomskog uzleta. Danas su nacionalne vlade posvećene preventivnim aktivnostima i amortizaciji efekata ekonomskih kriza. Najviše se angažuju na problemima privrednog rasta, strukturnim promjenama, povećanju broja novih radnih mesta, rastu investicija i kontroli agregatne tražnje i inflacije, itd.

Primarni cilj EU27 je da se što brže prevaziđe kriza, pa se i Strategija EU 2020 temelji na principima stabilne i odgovorne fiskalne politike. U ovoj fazi se javljaju problemi budžetske nediscipline nekih članica. Nepoštovanje kriterijuma konvergencije i deficiti budžeta u Grčkoj (grčka budžetska kriza) i najeve nedopuštenih deficitova Irske, Španije i Portugalije izazivaju dodatni oprez. Recesija je više uticala na zemlje koje su već imale makroekonomskе probleme, pa nije iznenadnje što su one odmah po izbijanju krize prve iskazale budžetske probleme.

Većina deficitova finansijskog sektora EU i EA treba biti što prije sanirana¹, kako bi se nakon stabilizacije ušlo u fazu uzleta. Naki analitičari smatraju da će opravak ići sporo, prije svega, zbog opasnosti od izbijanja novih kriza, i još uvjek nedovoljno brzog zapošljavanja. Kriza traje od 2008., i z ogromnu prijetnju po globalni razvoj nije bila razorna kao ranije, u vrijeme velikih ekonomskih kriza². Jedan od razloga je i to, što su odmah poslije prvih signala o dolasku krize, vlade najrazvijenijih zemalja bile spremne za ovaj izazov. Uz finansijska sredstava

¹

Pakt za stabilnost i rast ima važnu ulogu u budžetskoj politici i fiskalnoj konsolidaciji, jer nudi budžetska sredstva za održivi rast i zaposlenost. Ipak, ne mogu se ostvariti značajne ekonomski reforme bez ulaganja u ljudski faktor. Zato se apostrofiraju nove strukturne reforme, u čemu EU ima veliko iskustvo (strukturne politike i strukturni fondovi).

²

Početkom novog milenijuma EU je suočena sa globalnim promjenama. Krajem posljednje decenije ovog vijeka javljaju se novi naftni šokovi i finansijska kriza. Problemi počinju krajem 2007. i početkom 2008. Simptomi nestabilnosti su: rast cijena naftne i poljoprivrednih proizvoda, i slabljenje dolara prema evru i kriza finansijskih tržišta. Slijedi ogromna mobilizacija na rješavanju problema ekonomskog oporavka i vraćanje povjerenja u svjetski finansijski sistem.

ubrizgana u ekonomski sistem, vlade i ekspertske timove su imali dosta naučnih saznanja i iskustava u rješavanju sličnih kriza. I saradnja ključnih globalnih aktera, posebno EU, SAD, Kine, Japana i nekih zemalja BRIK-a je bila korektna. Iako se još uvijek osjeća sekundarni talas krize (posebno u zemljama u razvoju), oživljavanje svjetske ekonomije je u zamahu. Čak se može konstatovati da ekonomija EU, gledano kroz rast GDP 2010. premašuje očekivanja (realni rast GDP iznosi 1,8%). Od članica EU27, Švedska ima najvišu stopu rasta (4,8%), a zatim slijede Slovačka (4,1%) i Njemačka (3,6%). Od 2007. stopa rasta realnog GDP varira. On je pao za čitavih 4,2% (uz rast inflacije prouzrokovane rastom cijena energije i hrane) od jeseni 2007. do jeseni 2008. Tokom 2009 je zabilježena deflacija, a krajem 2010. i početkom 2011. u EA i EU je zabilježen rast inflacije (u EA inflacija u decembru 2010. je 2,2%, a u novembru 1,9%, dok je godinu ranije stopa iznosila svega 0,9%). U decembru 2010. prosječna inflacija je 2,6%, a godinu ranije je bila 1,5%³. Stanje na tržištu rada EU27 krajem 2010. i početkom 2011. se postepeno stabilizuje. U 2011. se očekuje rast zaposlenosti od 0,5%, a u 2012. od oko 0,75%. Stopa nezaposlenosti će postepeno padati sa oko 9% tokom 2010. na oko 9% do 2012. Ipak, situacija u vezi bržeg otvaranja novih radnih mesta se neće bitno popraviti⁴.

Rješavajući ova i druga pitanja, postavljaju se nove teorije i hipoteze, ne samo u EU, već i globalno. Evropska unija se opredijelila za projektovanje strateških pravaca na ekonomskom, i širem društvenom planu do 2020. Moderna i složena društveno-ekonomska struktura EU podrazumijeva postojanje institucija, znanja i drugih resursa za borbu sa internim i eksternim izazovima. Stremljenja Unije se uokviruju u sistem i mehanizme izrade, usaglašavanja⁵ i donošenja Strategije EU 2020, koja treba razriješiti buduće izazove i odrediti prioritete. Obzirom da je koncipirana u periodu krize, u nju su implementirana i iskustva izlaska iz kriznih situacija (ili načini prevencija).

3

Mjesečna inflacija u decembru 2010. je 0,6%. Iako je EUROSTAT objavio prvu procjenu cijena bez makroekonomskih detalja, inflacija je uglavnom refleksija rasta cijena hrane i energije. Ako se ovi trendovi nastave, moglo bi doći i do prigovora zagovornika oštire monetarne politike u EA koji strahuju da duže razdoblje niskih kamatnih stopa može stvoriti nove makroekonomske probleme. Trend godišnje inflacije tokom 2011. treba biti silasan, a realno je da će fiskalna štednja u EA ipak držati cijene pod kontrolom u dužem vremenskom razdoblju.

4

U decembru 2010. stopa nezaposlenosti u EU je 9,6%, i bez promjene je u odnosu na novembar, dok u EA iznosi 10,0% (bez promjene u odnosu na novembar).

5

Komisija je pozvala aktere involvirane u istraživanja u proces konsultacija oko Strategije.

U Strategiji se predviđaju postojeći i novi instrumenti u cilju maksimalnog korišćenja potencijala jedinstvenog tržišta⁶. Ona se fokusira i na eksterna, posebno globalna pitanja ekonomskog rasta, kroz punu implementaciju Pakta za stabilnost i rast. Prioritet je, da se do 2020. realizuje autentična politika koničnog uobličavanja Unije kao prostora najvišeg nivoa znanja, i tehnološki razvijenijeg svjetskog tržišta. U ostvarenju cilja EU će koristiti vlastite resurse i globalni naučni fundus radi efikasnog protoka kapitala, ljudi, znanja i tehnologija. U Evropskoj uniji je iskristalisan stav da je obrazovana radna snaga uslov dinamičnog i održivog ekonomskog rasta i povećanja konkurentnosti (unutrašnje i eksterne). Kao što to (gotovo jedan vijek) čine SAD, i Evropska unija se sve više oslanja na inovacije, vrhunsku organizaciju, ulaganja u nauku i istraživanja, što je sve više determiniše kao ekonomiju fundiranu na znanju⁷.

Konačno, Strategija je izraženo populističkog karaktera. Ohrabrvanjem ljudi za inicijative u inkluzivnom društvu se postiže mnogi društveni ciljevi, pa je realizacija Strategije zavisna i od aktivne uloge građana Evropske unije. U tom kontekstu, Evropska komisija u martu 2010. predlaže strategiju pametnog, održivog i inkluzivnog rasta (EUROPE 2020 A strategy for smart, sustainable and inclusive growth - Strategija EU 2020), u kome se uz analitičko pojašnjenje ciljeva predlaže i hronologija aktivnosti⁸ usvajanja i implementacije (akcioni plan). Lideri Unije 2010. u Briselu usvajaju dokument o strategijskom razvoju

6

O zajedničkom tržištu vidjeti u: Goran Popović, *Ekonomija Evropske unije-makroekonomski aspekti i zajedničke politike*, Ekonomski fakultet, Banja Luka, 2009.

7

Goran Popović, *Konkurentnost ekonomije EU u uslovima ekonomske krize*, Novi ekonomist, Fakultet poslovne ekonomije Bijeljina, Univerzitet Istočno Sarajevo, Bijeljina, 2010.

8

Aktivnosti u 2010: Komisija je dala prijedlog EUROPE 2020; Proljetno zasjedanje Evropskog savjeta podržalo pristup i izbor ciljeva; Komisija predložila integralne smjenice EUROPE 2020; Evropski parlament raspravlja i daje mišljenje o ključnim smjernicama; Savjet ministara poboljšava glavne parametre (nacionalne, i ciljeve EU, inicijative, smjernice); Na junskom zasjedanju Evropski savjet odobrava EUROPE 2020, ocjenivši ciljeve i smjernice validnim; Komisija pravi Operativni plan mjera; Na jesenjem zasjedanju Evropski savjet raspravlja o nekim temama EUROPE 2020; Članice usklađuju programe stabilnosti i konvergencije sa nacionalnim programima neophodnih reformi. U 2011 se predviđa: Mišljenje i usvajanje Godišnjeg izvještaja na Proljetnom samitu Komisije; Savjet ministara predlaže Komisiju za preporuke; Evropski parlament raspravlja plenarno i usvaja rezoluciju; Na proljetnom zasjedanju Evropski savjet procjenjuje napredak po pitanju strateških opredjeljenja; U EU i članicama, potrebno je praćenje i izvještavanje o provođenju Strategije. U 2012 se provodi praćenje progresa Strategije.

do 2010. i Odluku o unapređenju budžetske kontrole i makroekonomskog nadzora.

Aktuelna Strategija predstavlja kontinuitet Lisabonske strategije od 2000 do 2010⁹, a za Evropski savjet ona je i nov koncept¹⁰ podsticaja rasta zaposlenosti, održivog i inkluzivnog rasta zasnovanog na znanju i inovacijama. Ona je okvir koji treba dodatno razraditi, posebno koordiniranim djelovanjem zajedničkih politika. Njeni ciljevi biće ostvareni privatnim i javnim ulaganjima u visoke tehnologije, proizvodnju i korišćenje ekoloških izvora energije, što će samo po tom osnovu dovesti do minimalnog rasta od 2% i smanjiti nezaposlenost. Drugo, Strategijom se ubrzavaju strukturne reforme. Ovim dokumentom se (u tehničkom smislu) planira ostvarenje sljedećih ciljeva:

- Rast stope zaposlenosti osoba u dobi od 20-64 godine na 75%, uključujući veće učešće mlađih, starijih radnika i slabo kvalifikovanih radnika, i poboljšanje integrisanja legalnih migranata;
- Unapređenje uslova za istraživanje i razvoj, uz rast javnog i privatnog ulaganja u ovaj sektor na 3% BDP;
- Smanjenje emisije gasova koji dovode do efekta staklene bašte za 20% u odnosu na 90-e godine prošlog vijeka, uz rast učešća obnovljivih izvora energije na 20% ukupne potrošnje, i rast energetske efikasnosti za 20%;
- Unapređenje kvaliteta svih vidova obrazovanja, smanjenje procenta onih koji napuštaju školovanje ispod 10%, i povećanje učešće osoba od 30 do 34 godine u tercijarnom obrazovanju na najmanje 40%.
- Kako bi se najmanje 20 miliona ljudi izdiglo iz siromaštva i društvene isključenosti, potrebno je unaprijediti društvenu uključenost, i realizovati mjere za smanjenje siromaštva.

Dokument je obuhvatio samo određene aspekte društvenog razvoja EU. Djelovanjem drugih zajedničkih politika, komunitarnih institucija i vlada država članica, u EU se moraju rješavati i brojni drugi problemi. Zato se uloga

9

Evropski Savjet je promovisao "otvoreni metod koordinacije", sistem kolektivne koordinacije i nadzora nad zajedničkim politikama. Ovo je formalizovao Evropski savjet u Lisabonu 2000. posebno kroz nadgledanje makroekonomске politike i zapošljavanja, razvoj preduzetništva, socijalne i penzione politike. Odstupanja nacionalnih politika podrazumijevaju apele, upozorenja, i primjenu sankcija EU (npr. slučaj "probijanja" budžetskih limita u Grčkoj).

10

U zaključcima Evropskog savjeta se navodi da je kriza ukazala na mnoge slabosti u rješavanju ekonomskih pitanja, posebno u budžetskom i makroekonomskom nadzoru. Jača koordinacija ekonomске politike je najznačajniji i hitan prioritet.

Strategije 2020 ne smije ignorisati, ali joj ne treba dati ni veći značaj od realnog.

Motivi donošenja, izazovi i ograničenja strategije

I pored znakova ekonomskog oporavka, još se osjećaju posljedice finansijske i ekonomske krize na Zajedničkom tržištu, posebno u privredi, finansijskom i javnom sektoru. Kriza je uticala na povećanje stope nezaposlenosti, i pogoršala standard građana Unije. Jedan mogućih izbora djelovanja u budućnosti je, da se političko-ekonomske aktivnosti EU usmjere na efikasnije korišćenje *inputa*, dugoročni rast produktivnosti i konkurentnosti, jačanje svih vidova štednje energije i pažljiviju eksploataciju prirodnih i neobnovljivih resursa.

Konkurentnost ekonomije je faktor razvoja i oslonac makroekonomske ravnoteže. Evropski izvještaj o konkurentnosti 2008¹¹ naglašava faktore konkurenčnosti evropske privrede: otvorena trgovina, razvoj visokih tehnologija, korporativna društvena odgovornost (CSR), održiva industrijska politika, inovacije, rast malih i srednjih preduzeća (*SMEs*) itd. Otvorenost trgovine i strane direktnе investicije (*FDI*) donose velike ekonomske koristi¹². To su i razlozi zašto su otvorene ekonomije produktivnije i bogatije. Mnoge studije pokazuju da rast učešća trgovine u *GDP* od 1% povećava prihode od 0,9% do 3%¹³, što dodatno utiče na veću produktivnost izvozno orijentisanih preduzeća, sektora i država. Firme koje trguju sa svijetom su produktivnije od drugih. Izvozni motiv, kao dodatni stimulans izvoznika podiže produktivnost. Ovaj doprinos u EU iznosi od 3% do 10%.¹⁴ Izvještaj o stanju evropske konkurenčnosti apostrofira dva momenta za opredjeljenje ka izvozu i rastu produktivnosti: Prvi je autoselekcija, jer se najproduktivnije kompanije samokandiduju za izlaz na eksterno

¹¹

European Competitiveness Report 2008 COM (2008) 774 final, Brussels, 28. 11. 2008.

¹²

Vukmirica Vujo, *Ekonomiks i državni menadžment*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 1996., str. 559-567.

¹³

European Competitiveness Report 2008 COM (2008) 774 final, Brussels, 2008., str. 5. O trgovini i rastu vidi u: Kovač Oskar, *Spoljnoekonomska ravnoteža i privredni rast*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2002.

¹⁴

European Competitiveness Report 2008 COM (2008) 774 final, Brussels, 28. 11. 2008., str. 5.

tržište. Drugi je, rast produktivnosti zbog opšteg opredjeljenja za izvoznu orijentaciju. Oba pristupa nisu suprostavljeni. Zakonomjernost je i, da su kompanije koje svoj rast zasnivaju na *FDI* produktivnije od prosjeka privrede, a često i od izvozno-uvoznih preduzeća. Učešće u svjetskoj razmjeni roba veće dodate vrijednosti i visoka produktivnost stvaraju mehanizme odbrane od kriza, održavaju rast i zaposlenost i utiču na makroekonomsku stabilnost. Uz međunarodne aspekte, za razvoj ekonomije EU je ključno i Zajedničko evropsko tržište, koje stimuliše produktivnost i otvorenost. Jedinstveno evropsko tržište daje velike razvojne šanse, i kontinuirano evoluira od nastanka Zajednice. Kao segment tih procesa, i Strategija EU 2020. sadrži reformske ciljeve koji će se implementirati u drugoj deceniji XXI vijeka. Nesporno je, da su prednosti zajedničkog ekonomskog prostora ogromne, pa je logičan stav Komisije da su prioriteti Strategije EU 2020. redukcije fragmentacija koje usporavaju ili blokiraju razvoj tržišta, ili na bilo koji način ograničavaju slobodu kretanja kapitala, roba, usluga i ljudi.

Demografska situacija u EU je karakteristična po specifičnim okolnostima, manifestovanim i prije ekonomske krize, dok se u vrijeme njene eskalacije, i poslije smirivanja, uočavaju problemi nepovoljne strukture mladih u ukupnom stanovništvu. Korekcija demografskih devijacija jedan od važnijih ciljeva EU do 2020.

Neminovno, kriza je uticala na pogoršanje niza socijalnih problema kao što su: nepostojanje ili nedovoljna socijalna briga, rast siromaštva, nedovoljna briga o djeci, pad međugeneracijske solidarnosti itd. U prevazilaženju tih problema prioritet je rast zaposlenosti. Smanjenje nezaposlenosti muškaraca i žena mora pratiti sistem zaštite, čime jača i društvena kohezija, kao fundamentalni cilj EU. Ova, i druga pitanja se rješavaju u okviru kohezionih zajedničkih politika (posebno socijalne i kohezione politike), razvoja SMEs, ruralne politike itd. Navedene činjenice i dugoročni ciljevi razvoja evropskog društva, predstavljaju uporišne tačke Strategije EU 2020.

Prioriteti strategije EU 2010

U prethodnom poglavlju su navedeni motivi, kontekstualni uslovi, ograničenja i izazovi sa kojima se EU suočava, ili će se tek suočavati u budućnosti. Rješenja za ova, i slična pitanja zahtijevaju međunacionalni konsenzus koji je upravo postignut u osnovama Strategije EU 2020. Stavom Evropske komisije prioriteti EU do 2020., mogu se sublimirati u sljedećim aktivnostima:

- Privredni rast se mora zasnivati na znanju;

- Neophodno je dalje jačati konkurentnu, povezanu i održivu ekonomiju;
- Potrebno je ohrabrvati ljudе za aktivnosti u inkluзivnom društvu.

Privredni rast zasnovan na znanju. Privredni rast i najviše vrijednosti Unije se već sada baziraju na znanju. Takav pristup donosi dobre rezultate, jer tehnički progres i savremene tehnologije generišu dugoročni održivi rast. Afirmacija obrazovanja i naučno-istraživački rad povećavaju produktivnost i ekonomsko blagostanje, nužne uslove za smanjenje siromaštva.

Poslovne koristi od istraživanja treba ubrzati kako bi srednje i velike firme, mala i srednja preduzeća brže komercijalizovali rezultate naučnih dostignuća. Brza komercijalizacija je specifičnost SAD koje naučna dostignuća i inovacije u najkraćem roku transformišu u gotove proizvode ili usluge u cilju povećanja profita. Zato EU mora sprovoditi brzu i efikasnu implementaciju inovacija¹⁵, stimulisanjem povećanja nivoa znanja u samim preduzećima.

Činjenica je da Evropa ima odlične univerzitete. No, ambicije Strategije prevazilaze sadašnji nivo obrazovanja¹⁶, što traži veća ulaganja u obrazovanje, reforme i bolju saradnju između visokoškolskih institucija¹⁷. Poboljšanje kvaliteta rada na evropskim univerzitetima, naučna istraživanja i mobilnost (protočnost) studenata u sticanju određenih znanja u inostranstvu¹⁸ su samo neke od aktivnosti koje treba realizovati do 2020. Kada je npr. riječ o spriječavanju ranog napuštanja škole, ta aktivnost će već u bliskoj budućnosti uticati na smanjenje nekih devijacija na tržištu rada, redukovati potencijalne opasnosti od društvene isključenosti, eliminisati (ili smanjiti) ugroženost nekih grupa, i konično, jačati ravnopravnost i socijalnu koheziju EU. Zbog toga niko ne bi trebao biti isključen iz procesa kontinuiranog sticanja znanja.

Jačanje konkurentne, povezane i održive ekonomije. Bez obzira na dosadašnje rezultate, EU treba biti još konkurentnija, i efikasno koristiti energi-

¹⁵

I sistem intelektualne svojine osigurava rast inovativnog biznisa, transparentno upravljanje autorskim pravima, i rast kapitala naučno-istraživačkih institucija.

¹⁶

Za ravnopravnu utakmicu sa SAD, Unija mora povećati i integrisati istraživačke resurse, razvijati istraživačku infrastrukturu i dizati kvalitet obrazovanja po najvišim standardima.

¹⁷

Doživotno učenje je način za smanjenje jaza između radnih mјesta i profila zanimanja. Učenja na daljinu, doživotno učenje i pristup komunikacijama brzo mijenjaju postojeće odnose i standarde.

¹⁸

Programima *Leonardo* i *Erasmus Mundus*, dopunjenim nacionalnim incijativama, mlađi ljudi se šalju širom Evrope kako bi imali mogućnost obrazovanja i u drugom članicama Unije.

ju i raspoložive neobnovljive resurse primjenom novih tehnologija. Takav pristup će dovesti do bržeg otvaranja novih radnih mјesta. Nova strategija će uticati na rast proizvodnje, i očuvanja životne sredine. Promjene mora pratiti normalno funkcionisanje tržišta rada.

Održivi razvoj ne omogućavaju samo najnovije tehnologije, već i modernizacija postojećih industrija. Zbog neželjenih posljedica industrijskog razvoja mnoge kompanije, čak i industrijske grane, moraju se restrukturirati. Ove aktivnosti su važne, posebno zbog želje za globalnom dominacijom EU. Zato, industrijsko restrukturiranje i podrška komunitarnih institucija predstavljaju ključne aktivnosti izgradnje održive ekonomije EU. Implementacijom Strategije treba ostvariti ciljeve u energetici, ojačati industrijsku osnovu, i involvirati potencijale malih i srednjih preduzeća (*SMEs*), što će sve dovesti do rasta produktivnosti i povećanja eksterne konkurentnosti.

Finansijsko tržište EU jedno od najrazvijenijih na svijetu, ali je kreditiranje privrede još uvijek daleko od idealnog, posebno za nove poslovne potuhvate tzv. u tzv. kreativnim industrijama. Takvo stanje zahtijeva, da se u što kraćem roku riješi finansiranje ovih specifičnih poslovnih aktivnosti.

Razvoj *SMEs* i preduzetništva povećavaju zaposlenost i mijenjaju privrednu strukturu. I tzv. korporativna društvena odgovornost (*CSR*) utiče na održivi razvoj, uvećava inovativni potencijal i konkurentnost. Zato *CSR* ima povoljan uticaj na dugoročnu konkurentnost, troškove, ljudske resurse, inovacije itd. Već je dokazana pozitivna korelacija *CSR* i inovacija, zasnovanih na novim vrijednostima.¹⁹

Za EU je zaštita životne sredine strategijska odrednica, jer kao cilj uključuje očuvanje faktora proizvodnje i za buduće generacije, praveći od Evrope mjesto izuzetnog kvaliteta života²⁰. Komisija je i prije donošenja Strategije EU 2020. predlagala mnoge mjere, među kojima su: III Paket internog tržišta energije i klimatske akcije, Paket obnovljive energije²¹ iz 2008 itd. Njihov cilj je smanjenje emisije štetnih gasova u zavisnosti od međunarodne situacije za 20% ili 30% u odnosu na devedesete godine prošlog vijeka i rast učešća

19

Spring European Council "Working together for growth and jobs. A new start for the Lisbon Strategy",

20

Džeremi Rifkin, Frankfurter Allgemeine Zeitung (prevod, NIN, Beograd, 1. 2. 2007., str. 56), ili u J. Rifkin, Europski san, Kako europska vizija budućnosti polako zasjenjuje američki san, Školska knjiga, Zagreb, 2006. On smatra da je EU u nekim oblastima i kvalitetu života ispred SAD.

21

COM (2008) 30 final i COM (2008) 13, 16, 17, 18 i COM (2008).

potrošnje obnovljive energije na 20% do 2020., ali kojim se ne smije dovesti u pitanje spoljna konkurentnost evropske privrede.²² Od ostalih dokumenata Komisija je usvojila Akcioni plan održive potrošnje i proizvodnje i Održivu industrijsku politiku²³. Riječ je o dokumentima koje je EU donijela prije Strategije EU 2020., a koji su inkorporirani u njene ciljeve. Dakle, nova Strategija je koncipirana na mnogim, već akceptiranim sub-strategijama, i apostrofira kontinuitet glavnih društveno-ekonomskih ciljeva.

Eveopska unija je lider energetske efikasnosti i korišćenja novih resursa²⁴ u industriji, ali još postoje barijere snažnjem prodoru evropskih tehnologija. Još uvijek postoje predrasude za kupovinu novih, tehnološki čistih proizvoda, ili su ponekad kupci obeshrabreni visokim cijenama (uprkos dugoročnim uštedama pri njihovom korišćenju u odnosu na konvencionalne proizvode).

Komisija smatra da i dalje treba jačati međuzavisnost i saradnju u Zajednici, u cilju integracije i konvergencije. Radi bržeg i efikasnijeg izlaska iz krize, a primarno zbog dugoročnih ciljeva Strategije, Komisija predlaže:

- Jačanje međuzavisnosti članica zbog pozitivnih (nekada i negativnih) efekata prelijevanja (*spillover effects*), posebno u evrozoni;
- Jačanje komunitarnih veza svih relevantnih nivoa (nivo EU i EA, nacionalni, regionalni ili lokalni nivo), jačanje među-kompanijskih veza, jačanje saradnje u nevladinom sektoru i između socijalnih partnera, univerziteta itd.;
- Jačanje saradnje u okviru zajedničkih politika (EU implementira oko dvadeset zajedničkih politika). Treba osnažiti mjere, instrumente i aktivnosti na afirmaciji komunitarnih ciljeva. Jačanje partnerstva je važan cilj Strategije, jer pospješuje različite komunitarne aktivnosti. Stav Komisije je da Evropski parlament mora imati važniju ulogu. Ovo je jedan od fundamentalnih stavova Komisije, koji će do 2020. unaprijediti donošenje odluka u mnogim oblastima.

²²

Goran Popović, *Makroekonomski aspekti CSD indikatora*, Acta economica br. 8, Ekonomski fakultet Banja Luka, 2008.

²³

COM (2008) 397.

²⁴

U korišćenju energije vjetra, učešće EU je 60% svjetskog tržišta (kao i solarne energije).

²⁵

O zajedničkim politikama EU detaljnije vidjeti u: Goran Popović, *Ekonomija Evropske unije-makroekonomski aspekti i zajedničke politike*, Ekonomski fakultet, Banja Luka, 2009.

– Konačno, Unija treba objediniti zajednički nastup na globalnom nivou. U ovom vijeku, od nje (kao najveće regionalne integracije) treba očekivati vodeću ulogu u svjetskoj ekonomiji i veći geo-politički uticaj. Jer, ni jedna članica posebno, čak ni Njemačka ili Velika Britanija, više nisu zemlje koje u postojećim globalnim odnosima (ekspanzije Kine, SAD, Japana i ostalih zemalja BRIK) imaju značajniji uticaj na ekonomske i globalno-političke odnose u svijetu.

Ohrabrivanje ljudi za aktivnosti u inkluzivnom drustvu. Rast konkurentnosti EU utiče na zaposlenost, i afirmiše tradicionalne ekonomske i organizacione sposobnosti, znanja i vještine. Na taj način se dugoročno obezbjeđuje liderška pozicija, prepoznatljivost i eksterna konkurentnost. Već se govori o njemačkim automobilima, francuskim željeznicama i francuskom vinu, švedskom čeliku itd. Bez obzira na sve što je postignuto, EU mora još više ulagati u znanje, afirmisati tradicionalne vrijednosti i razvijati proizvodnju kvalitetnih proizvoda, u kojima je sadržana visoka dodata vrijednost. Samo taj put omogućava rast produktivnosti i jačanje konkurentnosti.

Zapošljavanje je najbolja zaštita od siromaštva i isključenosti. Cilj Strategije EU 2020. je rast novih radnih mesta, povećanje zaposlenosti radno sposobnog stanovništva, rast ponude boljih poslova, povećanje kvaliteta, veća bezbjednost na radu, slobodniji pristup tržištu rada, ubrzanje postupka otvaranja novih firmi itd. Ove aktivnosti će uticati na smanjenje frikcione nezaposlenosti. Konačno, uključivanje ljudi u procese inkluzije će poboljšati životne i radne uslove mnogih društvenih grupa, i osjetno smanjiti broj siromašnih u EU.

Zaključak

Bogato ekonomsko naslijeđe, i česte promjene na globalnom nivou, primorale su EU na fleksibilnost i adaptibilnost prema novim ekonomskim i geopolitičkim izazovima, a sve češće i eksternim šokovima. To su samo neki od argumenta za donošenje autentične razvojne politike utemeljene na povećanju konkurentnosti, znanju i rastu zaposlenosti. Ovakvim pristupom su se SAD razvile u tehnološki i ekonomski najsnažniju ekonomiju svijeta, pa se stiče jam da EU uz određene modifikacije kopira američki model razvoja.

26

Rast učešća u svjetskoj trgovini je put za rješavanje problema zaposlenosti. Ali, stimulativne izvozne mjere limitiraju uslovi WTO. Unija se snažnije i odgovornije treba posvetiti strateškim partnerima, korišćenju energije, eksploraciji sirovina, zaštiti životne sredine.

Konkurentnost je komponenta rasta, i u globalnim odnosima predstavlja ključni faktor diferencijacije između nacionalnih ekonomija. Zbog toga ni Unija neće mijenjati sadašnji pravac razvoja, jer će zadržati postojeće odnose u globalnoj razmjeni, podići inovativnost i povećati konkurentnost. Ona će i dalje biti važan akter svjetske ekonomije sa visokim učešćem FDI, te nastaviti stratešku ekonomsku saradnju sa SAD i drugim razvijenim svjetskim ekonomijama, i sve više saradivati sa zemljama BRIK.

Prioriteti Evropske unije do 2020. se mogu sublimirati u sljedećem:

- Rast će se zasnivati na znanju.
- Jačće se konkurentna, povezana i održiva ekonomija.
- I konačno, ljudi će se ohrabrivati za aktivnosti u inkluzivnom društvu.

Lako je uočiti, da i pored toga, što je Unija još uvjek fokusirana na otklanjanje posljedica finansijske krize i ublažavanje negativnih ekonomskih tendencija, opredeljenje za realizaciju ciljeva Strategije iz Lisabona je još aktuelno. Ekonomска kriza je učvrstila stav, da su reforme u EU pravi put za ekonomski oporavak i zadržavanje visoke pozicije u globalnim ekonomskim odnosima.

Ipak, treba naglasiti da se Strategijom EU 2020. moraju izbjegći mnoge greške i slabosti iz perioda 2000-2010. Zbog toga se obezbeđuju: i kontinuitet, ali i nova rješenja i prioriteti. Razvoj jedinstvenog tržišta u okrilju društva budućnosti zasnovanog na znanju, otvaranju brojnih i boljih poslova, zajednički je cilj svih relevantnih faktora Zajednice.

Ako želi iskoristiti prednosti globalizacije EU mora biti ključni faktor na svjetskoj ekonomskoj i geopolitičkoj sceni. Suprotno, može se dogoditi da EU postane samo pasivn posmatrač važnih procesa koji će determinisati budućnost planete. Zato Strategija EU 2020. ima društveno-strategijski, ali i izraženo reformski karakter, jer daje najznačajnije smjernice sadržajnog i ambicioznog, otvorenog i djelotvornog društveno-ekonomskog razvoja Evropske unije u drugoj deceniji XXI vijeka.

Literatura

- Goran Popović, *Ekonomija Evropske unije-makroekonomski aspekti i zajedničke politike*, Ekonomski fakultet, Banja Luka, 2009.
- Goran Popović, *Konkurenčnost ekonomije EU u uslovima ekonomске krize*, Novi ekonomist, Fakultet poslovne ekonomije Bijeljina, Univerzitet Istočno Sarajevo, Bijeljina, 2010.
- Vukmirica Vujo, *Ekonomiks i državni menadžment*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 1996.
- Kovač Oskar, *Spoljnoekonomска ravnoteža i privredni rast*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2002.

- Džeremi Rifkin, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (prevod, NIN, Beograd, 1. 2. 2007.).
J. Rifkin, *Europski san, Kako europska vizija budućnosti polako zasjenjuje američki san*, Školska knjiga, Zagreb, 2006.
Goran Popović, *Makroekonomski aspekti CSD indikatora*, Acta economica br. 8, Ekonomski fakultet Banja Luka, 2008.
European Competitivness Report 2008 COM (2008) 774 final, Brussels, 28. 11. 2008.
Spring European Council "Working together for growth and jobs. A new start for the Lisbon Strategy", COM (2005).

EU STRATEGY 2020: AFIRMATION AND CONTINUITY OF EU LONG TERM DEVELOPMENT GOALS

Abstract

European Union adopted the Development Strategy until the year 2020 which is based on several strategic goals. Today's EU27 is unique and complex socio-economic structure of the modern era. Since its establishment until today, the long-term aim of the EU has been founded on growth and technical progress. In recent decades, a sustainable component of economic development has also been enforced. Finally, it also must be emphasized that in the beginning of the second decade of the new millennium, the Union has fought through for its position of one of the global leaders, having become alongside the USA, the most developed world market. There have not been any significant changes in the long-term strategies which have been affected even by the periods of economic crises, which have escalated since 2008 due to various circumstances. The ability of overcoming external influences as well as the dynamic growth of the Common Market, represent important arguments in keeping to strategic goals, particularly since the Lisbon Strategy until today. For this reason, the planners of EU policies have retained the framework of socio-economic priorities. The growth until 2020 will be based on knowledge, competition and productivity. All the aforementioned aspects will be followed by structural changes and the affirmation of sustainable development. The Common Market will continue to be, just as it has been until now, the economic space of production and trade of products of the highest degree of processing and additional value. The Strategy will be developed through encouraging people to gain new knowledge, development of democracy and strengthening the social sphere. The triple synergy of intelligent, sustainable and inclusive growth will ensure competitiveness and sustainability of economy and affirm the EU as a region of best living and working conditions in the world.

Key words: European Union, strategy, growth, competitiveness, sustainability.

*Prof. dr Vesna Milićević**

*Tamara Rebihić***

*Prof. dr Bojan Ilić****

INDUSTRija NAMEŠTAJA U KONTEKSTU STRATEGIJE EKONOMSKOG RAZVOJA EVROPSKE UNIJE DO 2020.

Rezime

Rad se odnosi na industriju nameštaja i na njen doprinos porastu zaposlenosti, kreiranju vrednosti, povećanju izvoza i privrednom razvoju Evropske unije. Preispitane su snage ove industrije u odnosu na šanse i pretnje iz globalnog okruženja. Fokus je na strateškom pristupu izvozu, konkurentnosti, privrednom rastu i razvoju. Posebno su analizirane implikacije strategije ekonomskog razvoja Evropske unije do 2020. godine na industriju nameštaja.

Ključne reči: industrija nameštaja, Evropska unija, konkurentnost, strategija, ekonomski razvoj, izvoz

Uvod

Analiza strukture proizvodnje ukazuje na činjenicu da industrija nameštaja ima dugu tradiciju u zemljama članicama Evropske Unije (EU). Izvoz nameštaja predstavlja važan faktor sa aspekta ekonomskog rasta i razvoja. Bitno je naglasiti da industrija nameštaja Evropske unije poseduje visok nivo kvaliteta proizvodnje sa uspešnim tehničkim, estetskim, dizajnerskim i modnim rešenjima i ima prepoznatljiv imidž u globalnim okvirima. Ona koristi kao inpute različite materijale koji variraju od drveta i drvenih ploča, metala, plastike,

*

Fakultet organizacionih nauka, Univerzitet u Beogradu, u radu je objavljen i deo rezultata istraživanja autora ostvarenih na projektu evidencijski broj: 179081 finansiranom od strane Ministarstva prosvete i nauke Republike Srbije, e-mail: vekimil@gmail.com

**

Master, e-mail: tamara.rebihic@gmail.com

Fakultet organizacionih nauka, Univerzitet u Beogradu, e-mail: bojan.ilic@fon.rs

tekstila, kože, stakla do najnovijih „pametnih“ materijala. Raspoloživi podaci pokazuju da je 2006. godine sektor industrije nameštaja Evropske unije (EU-27) obuhvatao oko 150 000 kompanija, da je imao promet od skoro 126 milijardi evra i dodatu vrednost od 38 milijardi evra, sa oko 1,4 miliona zaposlenih [5]. Glavni proizvođači (prema vrednosti proizvodnje) su Italija i Nemačka, zatim Velika Britanija, Francuska, Španija i sledi ih Poljska.

Ovim sektorom dominiraju mikro preduzeća (86% firmi za proizvodnju nameštaja u EU imaju manje od 10 zaposlenih), ali postoje takođe i veliki proizvođači. Manja preduzeća često imaju ulogu kooperanta sa većim kompanijama proizvodeći komponente i polufinalne prozvode za dalju obradu i za sklapanje nameštaja. Drveni nameštaj koji se koristi u spavaćim i dnevnim sobama, trpezarijama i ostalim prostorima zajedno sa plastičnim i metalnim nameštajem predstavlja dominantne proizvode koji se proizvode u Evropskoj uniji (38% od ukupne proizvodne vrednosti nameštaja). Ostali bitni podsektori proizvodnje su stolice i kancelarijski nameštaj (29% I 17% respektivno) i kuhinjski nameštaj (12%).

Tokom godina, kao odgovor na pritisak međunarodne konkurenциje, proizvođači nameštaja u EU su inicirali procese restrukturiranja i modernizacije. Najznačajniji faktori konkurentnosti u ovom sektoru su istraživanje i inovacije, znanje i veštine, kvalitet, dizajn, a posebno je bitan bolji pristup tržištima zemalja u razvoju.

Jedinstveno tržište sektora nameštaja i međunarodna trgovina

Jedinstveno tržište Evropske unije ima direktni i rastući uticaj i na konzumente, i na poslovanje u smislu pojačanog zapošljavanja i komercijalnih mogućnosti, većeg izbora robe i usluga, nižih cena, pokretljivosti rada i međunarodne konkurentnosti. Značajne su njegove implikacije na industriju nameštaja. Bitno je naglasiti da je važan aspekt u okviru proizvodnje nameštaja u EU vezan za obezbeđivanje dobrog zdravlja i sigurnih uslova na radnom mestu. Standardi, koji su u ovom sektoru dobrovoljni, su takođe bitan aspekt jedinstvenog tržišta.

Industrija nameštaja Evropske unije je veliki „igrač“ na globalnom tržištu sa udelom od skoro 19% u svetskom izvozu (podaci za 2007. godinu po vrednosti, ne uključujući trgovinu unutar EU). Trgovinski bilans za proizvode industrije nameštaja je tradicionalno karakterisao suficit. Međutim, nastupili su ne povoljni trendovi za proizvođače nameštaja iz EU, što ilustruje podatak da se od suficita u iznosu od skoro 3 milijarde evra u 2002. godini došlo do deficit-a

od 1,2 milijarde evra u 2008.godini. Razlog ovome u velikoj meri je impresivan napredak pre svega kineske industrije: u 2000. udeo Kine u uvozu u Evropsku uniju je iznosio manje od 15%, a u 2008. taj procenat je povećan na 50,7 %. Ostali snabdevači manjeg obima su iz Vijetnama (5,4 %), Turske (5,3%) i Indonezije (5,1%), dok su glavna tržišta na koja Evropska unija izvozi nameštaj SAD (16,3 % u 2008.), Švajcarska (15,1 %) i Rusija (14,2%) [5]. Moramo imati u vidu da je povećan tržišni pristup privredama u usponu, kod kojih je srednja klasa u porastu, od strateškog značaja pošto je to tržište koje obraća pažnju na kvalitet proizvoda. Pokazalo se da u ovom domenu Evropska unija ima veliku konkurentsku prednost.

Jedan od glavnih trgovinskih prioriteta za sektor nameštaja Evropske unije se odnosi na poboljšanje tržišnog pristupa za proizvode iz Evropske unije, prvenstveno tako što će se smanjiti carine i necarinske barijere. Sa aspekta ograničenog potencijala rasta internog tržišta Evropske unije i činjenice da uvoz roba po niskim cenama ima stalan uzlazni trend zauzimajući sve veći udeo tog tržišta, logično je da su otvorena izvozna tržišta veoma važna za povećanje proizvodnje nameštaja Evropskoj uniji, ili makar za njeno zadržavanje na sadašnjem nivou. Stoga su aktuelne inicijative u ovom domenu koje se preduzimaju na globalnom nivou. Takođe u priorite spada i poštovanje pravila Svetske trgovinske organizacije, kao i borba protiv imitacija, odnosno lažnih proizvoda i brendova, pri čemu u prvi plan dolazi problematika koja se odnosi na intelektualnu svojinu.

Lanac vrednosti u industriji nameštaja i relevantnost autsorsinga

Lanac vrednosti (value chain) u proizvodnji nameštaja uključuje više koraka i različite veze i odnose između učesnika u lancu: dobavljača sirovih materijala (tradicionalno drveta, uz porast ostalih materijala kao što su metal, staklo, plastika, određene vrste kamena); snabdevača opreme, boja, lepkova, tekstila, kože; dizajnera; davalaca usluga iz domena informacionih i komunikacionih tehnologija; logistike; industrije pakovanja gotovih proizvoda; maloprodaje, plasmana preko Internet-a i, u krajnjoj instanci kupaca, odnosno potrošača [2]. Karakteristično je da velike kompanije organizuju globalne lance snabdevanja. Sa druge strane, u sferii maloprodaje su često prisutne velike kompanije, koje imaju znatnu kupovnu moć u odnosu na mala ili srednja preduzeća u samoj proizvodnji. Mnoge maloprodajne firme imaju ekskluzivno pravo prodaje nameštaja u određenoj zemlji ili regionu i postavljaju uslove kada je u pitanju isporuka.

U novijem periodu dizajn igra sve veću ulogu, naročito za nameštaj sa visokom dodatom vrednošću. Klasteri su od velikog značaja sa aspekta koncentrisanja specijalizovane tehnologije i rada na zajedničkoj lokaciji. Još jedan aspekt razvoja industrije nameštaja podrazumeva sve više zastupljen autorsing (outsourcing) mnogih aktivnosti proizvodnog procesa, kao i premeštanje delova ili celokupnog procesa proizvodnje u zemlje sa nižom cenom rada. Zapadno-evropski proizvođači nameštaja sve više otvaraju sopstvene fabrike u Istočnoj Evropi ili ulaze u zajednička ulaganja sa proizvođačima nameštaja iz Istočne Evrope i Azije, kako bi snizili troškove proizvodnje standardizovanih delova nameštaja ili čitave proizvodnje i sklapanja finalnih proizvoda, uz zadržavanje funkcija dizajniranja i razvoja. Stoga je prisutno fokusiranje na jezgro kompetencija i na aktivnosti sa većom dodatom vrednošću. U ovom kontekstu je bitno naglasiti da je složen i zahtevan proces donošenja menadžerskih odluka o cennama na nivou preduzeća [3].

Tehnološke promene su takođe uticale na trendove razvoja u sektoru nameštaja. U kombinaciji sa nameštajem u ravnom pakovanju ili nameštajem spremnim za montiranje, automatizacija proizvodnog procesa je omogućila da preduzeća dizajniraju, proizvode i otpremaju veće količine autputa. Masovna proizvodnja nameštaja nižeg do srednjeg nivoa cena je u porastu, posebno u ekonomijama sa nižom cenom radne snage. Tako su neke zemlje, posebno Republika Kina, Poljska i Meksiko zabeležile znatan uspon na listi svetskih izvoznika nameštaja proteklih decenija.

SWOT analiza sektora nameštaja Evropske unije

SWOT analiza je značan metod koji se koristi na nivou privrede kao celine, sektora, kao i za preduzeća i posebno je značajna sa aspekta kreiranja strategije [4]. Na slici 1. su prezentovani rezultati SWOT analize sektora nameštaja u Evropskoj uniji [2]. Izvršena je selekcija najvažnijih snaga, slabosti, šansi i pretnji. Očekuje se da se u budućem periodu ojačaju snage, prevaziđu navedene slabosti, da se iskoriste šanse, kao i da se odupre naznačenim pretnjama, da bi se povećala konkrentnost i doprinos privrednom rastu, razvoju i izvozu.

Bitno je imati u vidu da je sektor nameštaja sa dugom tradicijom u zemljama Evropske unije, da ga karakteriše razvijena tehnologija, dobar dizajn i uspešno uspostavljena tržišta. Međutim, postoje problemi u domenu visokih troškova rada u poređenju sa novim konkurentima iz zemalja u razvoju u uslovima kada je industrija nameštaja u situaciji suočavanja sa intenzivnom globalnom konkurenčijom. Sa druge strane, globalizacija pruža nove šanse kroz po-

većanu tražnju za finalnim proizvodima ove industrije u BRIC zemljama (Brazil, Ruska federacija, Indija i Kina) koje su u ekonomskom usponu.

Tabela 1. SWOT Analiza sektora nameštaja u EU

| SNAGE | SLABOSTI |
|--|---|
| Zreo i dinamičan sektor, sa tehnologijom visokog kvaliteta i uspešnim dizajnom Osvojena i ustaljena tržišta u EU i izvan nje Prestižan imidž u sferi dizajna Kvalitet proizvoda | Visoki troškovi rada uz porast ovih troškova u novim zemljama članicama EU Potreba za poboljšanjem infrastrukture obuke Sve starija radna snaga Uvoz mnogih sirovina |
| ŠANSE | PRETNJE |
| Porast tražnje u skladu sa povećanjem zarada (uopšte i posebno u segmentu nameštaja visokog kvaliteta) Rast tražnje na novim tržištima (BRIK zemlje) Novi proizvodi u skladu sa promenama u životnom stilu i ekološkim trendovima Razvoj novih poslovnih modela i sistema odnosa sa kupcima | Potreba za adaptacijom na pritiske konkurenциje na globalnom nivou Međunarodni autorsing Protekcionističke tendencije Dodatno pooštovanje ekoloških zahteva Porast cena sirovina Kupovna moć na strani maloprodaje |

Izvor: modif. prema [2] str. 39.

Industrija nameštaja u okviru Evropske unije je pod velikim pritiskom globalizacije, kao rezultat povećanog broja zemalja izvoznika i intenziviranog prisustva zemalja sa nižom cenom rada na tržištu Evropske unije. Nove zemlje članice Evropske unije su značajno povećale svoj deo na tržištu nameštaja EU tokom poslednje decenije. U isto vreme, one su ostvarile veliki rast izvoza nameštaja.

Jedna od najjačih prednosti EU izvoznika je poreklo naznačeno na proizvodima. Oznake kao što su Dutch Design ili Italian Design predstavljaju bitan izvor konkurenčne prednosti. Dobar primer je u globalnim razmerama uspešna švedska kompanija IKEA čiji se proizvodi oslanjaju na funkcionalni dizajn, oni su atraktivni, praktični i laki za upotrebu, nemaju nepotrebne detalje, daju originalna rešenja za specifične potrebe, napravljeni su od najprikladnijih materijala za konkretnu svrhu i mogu se koristiti modularno [7].

Primena novih tehnologija je posebno došla do izražaja kod procesa automatizacije u proizvodnji kuhinjskog i kancelarijskog nameštaja. CAD/CAM tehnike su se najpre primenjivale u velikim kompanijama, a kasnije u malim i srednjim preduzećima, gde su dovele do povećanja stepena fleksibilnosti. Karakteristično je da su Litvanija, Letonija i Mađarska imale značajne investicije u opremu za proizvodnju nameštaja.

Strateški okvir konkurentnosti i razvoja za budući period

Karakteristično je da su prema rašpoloživim podacima Eurostata 2006. godine najveću vrednost u proizvodnji nameštaja u okviru Evropske unije ostvarila preduzeća iz Nemačke, Italije i Ujedinjenog kraljevstva, dok je najveći broj zaposlenih u ovom sektoru bio u Italiji, Nemačkoj i Poljskoj. Sa stanovišta privredne strukture ilustrativan je primer da je u Litvaniji bio najveći relativni značaj industrije nameštaja izraženo prema dodatoj vrednosti.

Polazište kod donošenja strateških odluka su rezultati SWOT analize na nivou sektora, ali i konkretnih preduzeća. Takođe se mora uzeti u obzir da je povećan varijetitet ponude učinio kupce posebno osjetljivim i zahtevnim u pogledu kvaliteta, dizajna, fleksibilnosti proizvodnje, cene, opcija plaćanja i mogućnosti dostave proizvoda. Pored toga, Internet donosi još promena, obezbeđujući kupcima bolju informisanost o alternativnim ponudama, kao i mogućnost online naručivanja i kupovine. Elektronska trgovina menja proces distribucije proizvoda industrije nameštaja i očekuje se da će se ovaj trend nastaviti.

Evropske kompanije sve više shvataju prednosti fokusiranja na aktivnosti u kojima su najbolje i koje predstavljaju ključnu kompetentnost preduzeća i umrežavaju se putem partnerstava sa drugim firmama za obavljanje ostalih aktivnosti. Princip je da se sve aktivnosti koje drugi mogu obaviti brže, bolje i po nižoj ceni autorsuju. Stoga proizvođači često zaključuju ugovore o budućoj saradnji sa drugim kompanijama iz zemalja u razvoju umesto osnivanja sopstvenih organizacionih jedinica. U tom smislu javljaju se u industriji nameštaja dve poslovne strategije koje se odnose na proizvode - diverzifikacija koja podrazumeva proizvodnju širokog opsega proizvoda kako bi se poveća ponuda iste kategorije proizvoda npr. sofe, stolice, sedišta za automobile i specijalizacija koja rezultira u razvoju specifičnog proizvoda u više različitim varijantima sa promenama u boji, materijalu, dimenzijama.

Sve raznovrsniji proizvodi učinili su da kupci širom sveta postanu u većoj meri osjetljivi i zahtevni. Od posebnog je značaja sa razvojnog aspekta jčinjeni-

ca da proizvodnja sa većom dodatom vrednošću nudi bolje rešenje u odnosu na održivu konkurentnost. Jedan od najvažnijih faktora uspešnosti industrije nameštaja u EU i u budućem periodu će svakako biti kvalitet, dizajn i sposobnost industrije da se odgovori na specifične zahteve konkretnih inostranih tržišta Takođe je važna istraživačko-razvojna aktivnost koja obuhvata ispitivanje novih i inovativnih materijala, praktičnih rešenja i poboljšanih preformansi proizvoda, koja je inače u ovom sektoru posebno intenzivna u Italiji.

Očekuje se da će danski nameštaj biti i dalje priznat po svom vrhunskom kvalitetu i da će potražnja za njim biti velika, posebno na određenim inostranim tržištim. Industrija nameštaja Velike Britanije će u znatnoj meri biti okrenula tržišnim nišama za vrhunske proizvode gde prodajna cena nije presudan faktor. Takođe se predviđa da će Poljska ostati jedan od najvećih izvoznika nameštaja iz Evropske unije i u budućem periodu. Za mnoga preduzeća iz EU će promocija kao instrument marketing miksa imati i dalje važnu ulogu u relizovanju strategija konkurentnosti. Posebno je bitno ostvarenje prednosti na bazi ekonomija obima, pre svega u domenu sniženja troškova i postizanja cenovne konkurentnosti, pošto uslovi ekonomске krize u određenim zemljama na globalnom nivou utiću na smanjenu potražnju posebno većeg komadnog nameštaja.

U celini posmatrano, menadžerske strategije na nivou preduzeća bi trebalo da inkorporiraju inovacije u materijalima i dizajnu kao bitne faktore konkurentnosti industrije nameštaja u EU. Ovo je potrebno uzeti u obzir u poređenju sa proizvođačima u globalnim okvirima koji imaju niske troškove radne snage.

Implikacije strategije ekonomskog razvoja Evropske unije do 2020. na industriju nameštaja

Strategija razvoja Evropske unije do 2020. godine (Europe 2020) bi u krajnjoj instanci trebalo da vodi ka tome da EU izađe ojačana iz situacije vezane za svetsku ekonomsku krizu.[1]. Da bi se ostvarili prioriteti strategije koji se odnose na pametan, održiv i inkluzivni rast potrebna je dugoročna perspektiva. Polazi se od snaga Evropske Unije koje su u velikoj meri vezane za jaku industrijsku bazu, savremene tehnologije i kvalitetnu radnu snagu. Relevantni su potencijali unutrašnjeg tržišta i činjenica da se radi o najvećem svetskom trgovinskom bloku. i vodećoj destinaciji za strane direktnе investicije. Strateški ciljevi u znatnoj meri uključuju oblast zaposlenosti, inovacija i razvoja, klimatskih promena i energetike, obrazovanja i socijalne kohezije [6].

Ostvarivanje prioritetnih pravaca razvoja će se odvijati u uslovima eksternog okruženja koga karakterišu dugoročni izazovi koje donosi globalizacija i pritisak na ograničene resurse. Potrebno je uzeti u obzir i strukturne slabosti privreda EU. U ovom kontekstu je logično fokusirati se na tri navedena prioriteta koji međusobno mogu delovati podsticajno, a karakteristično je da su svi bitni sa aspekta daljeg razvoja industrije nameštaja. Ovaj sektor bi trebalo da doprinese pametnom rastu, odnosno razvoju ekonomije bazirane na znanju i inovacijama; održivom razvoju uz promovisanje resursno efikasnije, u većoj meri ekološki orijentisane i konkurentnije privrede i inkluzivnom razvoju, posebno preko povećanja zaposlenosti.

Za industriju nameštaja će biti stimulativna zacrtana industrijska politika EU „za eru globalizacije” koja će dovesti do poboljšanja poslovnog okruženja, naročito za mala i srednja preduzeća i do daljeg jačanja industrijske baze koja će uspešno konkurisati u globalnim okvirima [1]. U ovoj industriji je posebno značajno da se poveća resursna efikasnost i inovativnost, pre svega vezana za ergonomske zahteve, kao i za nove materijale i primenu „zelenih” tehnologija. Ishodište je u povećanju konkurentnosti industrije nameštaja i njenom doprinisu izvozu EU.

Neophodno je imati u vidu i mere EU koje će doprineti povoljnijem poslovnom okruženju, posebno za mala preduzeća, kojih je veliki broj u industriji nameštaja. Ove mere se odnose na sniženje transakcionih troškova poslovanja u EU, na promovisanje klastera i na poboljšanje pristupa izvorima finansiranja. Sa ovim su povezane i mere koje se odnose na umrežavanje u sferi transporta i logistike.

Bitno je da se posebno ukaže na eko inovacije. One predstavljaju inovativni proces kreiranja i uvođenja na tržište nove ekološke tehnologije, proizvoda i usluga koji smanjuju ukupni negativni uticaj na životnu sredinu i omogućavaju da poslovanje i inovacije zajedno stvore održiva rešenja. Eko inovacije se odnose na sve vidove inovacija (tehnološke i ne-tehnološke), nove proizvode i usluge i nove poslovne prakse, koje kreiraju nove mogućnosti za poslovanje, a pogodne su pošto smanjuju ili potpuno sprečavaju negativni uticaj na životnu sredinu ili optimiziraju korišćenje resursa. Konkretni primeri eko-inovacija u industriji nameštaja mogu biti proizvodnja korišćenjem recikliranih materijala, eko-produkti, efikasnije pakovanje i novi poslovni modeli. Eko tehnologije bi trebalo da doprinesu umanjivanje štetnih uticaja na životnu okolinu, otklanjanju prepreka za razvoj i širu primenu eko inovacija, stvaranju tržišta za takve proizvode i poboljšanju konkurentnosti evropskih preduzeća.

Zaključak

Analiza industrije nameštaja u Evropskoj uniji je ukazala na značaj ovog sektora sa aspekta izvoza i privrednog razvoja. Bitno je imati u vidu da je sektor nameštaja sa dugom tradicijom u zemljama Evropske unije, da ga karakteriše razvijena tehnologija, visok kvalitet proizvoda, dobar dizajn i uspešno uspostavljena tržišta. Međutim, sa druge strane evidentno je zaoštravanje konkurenčije na globalnom nivou. Pred proizvođačima nameštaja su izazovi koji bi trebalo da dovedu do afirmacije postojećih i do do jačanja novih faktora konkurentnosti.

Strateške opcije proizvođača nameštaja iz EU bi trebalo da inkorporiraju mere za kreiranje konkurenčkih prednosti u uslovima pojave novih konkurenata iz brzo rastućih ekonomija sa relativno niskim troškovima radne snage i ekspandirajućim izvozom. Pri tome se mora uvažiti činjenica da je povećani varijetet proizvoda učinio kupce posebno zahtevnim u pogledu cena, kvaliteta, dizajna i mogućnosti dostave proizvoda. Bitne promene je doneo i Internet, pre svega preko elektronske trgovine. U novijem periodu dizajn igra sve veću ulogu, naročito za nameštaj sa visokom dodatom vrednošću. Klasteri su od značaja sa aspekta koncentrisanja specijalizovane tehnologije i rada na zajedničkoj lokaciji. Još jedan aspekt razvoja industrije nameštaja podrazumeva sve više zastupljen autsorsing mnogih aktivnosti proizvodnog procesa. Stoga je prisutno fokusiranje na jezgro kompetencija i na aktivnosti sa većom dodatom vrednošću.

Pri izboru određene strateške alternative za budući period, menadžeri u preduzećima iz industrije nameštaja bi trebalo da pođu od Strategije razvoja Evropske unije do 2020. godine. U celini posmatrano, industrija nameštaja bi trebalo da se fokusira na tri prioriteta koji su precizirani u ovoj strategiji i da do prinese pametnom rastu, održivom razvoju uz promovisanje resursno efikasnije i konkurentnije privrede, kao i inkluzivnom razvoju, posebno preko povećanja zaposlenosti.

Literatura

- Europe 2020 – A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth (2010), European Commission, Brussels
- Gijsbers, G., van der Molen, S., Llaudes, M.J., Sanders, J., de Vos, E., Maier, D., van der Zee, F., (2009), Investing in Future Jobs and Skills – Scenarios, implications and options in anticipation of future skills and knowledge needs - Sector Report Furniture, Eurofound
- Ilić B., Milićević V. (2005), "Integrative Approach to the Contemporary Pricing Strategies", The Scientific Journal Facta Universitatis, Series: Economics and Organization, Vol. 2, No. 3, Pp 189 – 199

Milićević, V. (1993), „SWOT analiza”, Poslovna politika
<http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/furniture/> [Pristup:12/04/11]
http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm [Pristup:15/04/11]
<http://www.ikea.com> [Pristup:16/03/11]

FURNITURE INDUSTRY IN THE CONTEXT OF ECONOMIC GROWTH STRATEGY OF EUROPEAN UNION TO 2020

Abstract

The paper deals with the furniture industry and its contribution to employment, value creation, export performance and economic development of the European Union. The strengths of the industry are considered in relation to opportunities and threats from the global environment. The focus is on strategic approach to export, competitiveness and growth. The implications of the economic growth strategy of European union to 2020 for the furniture industry are analysed.

Key words: furniture industry, European Union, competitiveness, strategy, economic growth, export

*Milić Joksimović**

NAJNOVIJI PLANOVI ZA POVEĆANJE ENERGETSKE EFIKASNOSTI U EU I SRBIJI: OTKLJUČAVANJE POTENCIJALA

Rezime

Ekomska kriza ima dvostruki uticaj na potrošnju energije. Prvo, dovodi do njene smanjene potrošnje zbog niže ekomske aktivnosti, ali takođe smanjuje investicije i obrt kapitala što usporava napredak u energetskoj efikasnosti.

Članak razmatra najnovije planove i inicijative koje imaju za cilj da podstaknu energetsku efikasnost na nivou EU. Analiziraju se različiti tipovi instrumenata ekomske politike kako bi se otključali značajni potencijali (u građevinarstvu, transportu, industriji i samom energetskom sektoru) i postigli predviđeni ciljevi. Drugi deo članka se bavi glavnim uzrocima niskog nivoa energetske efikasnosti u Srbiji. Istiće se nužnost izgradnje sveobuhvatnog okvira politike koji bi rešio glavne barijere, postavio jasne prioritete i stimulisao obaveze prema energetskoj efikasnosti sa merljivim ciljevima.

Ključne reči: energetska efikasnost, EU, Srbija

1. Važnost racionalnog korišćenja energije i povećanja energetske efikasnosti

Energetska efikasnost¹ je "plod nadomak ruke na drvetu energije" koji može pomoći u rešavanju velikog broja ciljeva u isto vreme, a po niskoj ceni: sigurnost ponude, poboljšanje okruženja, veća konkurentnost privrede, povoljniji bilans trgovine i veće ukupno blagostanje. Veliki broj studija, međunarodnih i nacionalnih, ukazuje na velike potencijale u energetskoj efikasnosti, ali napredak je spor usled kompleksnosti u lancima donošenja odluka: od proizvođača da prodaju mnogo efikasnije uređaje i opremu do potrošača da

* Agencija za privatizaciju u Beogradu, milic.joksimovic@gmail.com.

1

u daljem tekstu EE

iste kupe. Veliki potencijal takođe postoji kod već postojećih zgrada i objekata, međutim tu su potrebni posebni napor, savladjivanje određenih barijera, pa i troškova koji mogu biti značajni. Drugim rečima EE je još daleko od toga da realizuje svoj potencijal. Zašto? Ne postoji jedan odgovor na to pitanje. Potpuniji odgovor podrazumeva veliko istraživanje i analitički napor i cilj ovog rada je da jednim delom doprinese sagledavanju ovog problema.

U zemljama u razvoju i zemljama u tranziciji EE može da olakša finansijski teret koji se tiče uvoza nafte, smanji potrebne investicije za energiju i doprinese najboljoj upotrebi postojećih kapaciteta poboljšavajući dostupnost energije. Poboljšanje EE, npr. u upotrebi električne energije ima dva benefita. Jedan, snabdeva veći broj potrošača koji koriste isti kapacitet za proizvodnju električne energije što je često glavno ograničenje u mnogim zemljama, zemljama u razvoju, tranzicionim zemljama, pa i zemljama iz EU. Dva, usporava rast tražnje za električnom energijom i tako neophodne investicije za ekspanziju sektora energetike, što je posebno važno za zemlje koje imaju visok rast tražnje za električnom energijom kao što su npr. zemlje Jugoistočne Azije.

Poboljšanja u energetskoj efikasnosti odnose se na smanjenje iskorišćene energije za datu uslugu (grejanje, osvetljenje, itd.) ili nivo aktivnosti. Smanjenje u potrošnji energije je obično povezano sa tehnološkim promenama, ali ne uvek, pošto isto može rezultirati iz bolje organizacije i menadžmenta ili promena u ponašanju (netehnički faktori). Na primer, u sektoru transporta, EE se može poboljšati kroz širu upotrebu efikasnijih vozila, kroz prebacivanje putnika i tereta sa kola i kamiona na železnici, preko bolje organizacije transportne logistike (većeg tovaranja i smanjenja vožnje praznih kamiona) i vozila na eko pogon.

U nekim slučajevima zbog finansijskih ograničenja koja dolaze od visokih cena energije potrošači mogu smanjiti potrošnju energije preko smanjenja usluga (npr. smanjenja sobne temperature ili pređenih milja kolima). Takve redukcije nužno ne rezultiraju u povećanju ukupne EE u ekonomiji i obično su te redukcije lako reverzibilne. Njih ne bi trebalo povezivati sa energetskom efikasnošću. Za ekonomiste EE ima šire značenje: ono obuhvata sve promene koje rezultiraju u smanjenju količine iskorišćene energije da se proizvede jedinica ekonomске aktivnosti (npr. energije iskorišćene za jedinicu BDP ili dodate vrednosti). U tom smislu EE je povezana sa ekonomskom efikasnošću i uključuje sve vrste tehnoloških, biheviorističkih i ekonomskih promena koje smanjuju količinu potrošene energije po jedinici BDP. Za eksperte u energetici poboljšana EE se ogleda u rezultatima akcija koje imaju za cilj da smanje količinu upotrebljene energije za dati nivo usluga (osvetljenje, grejanje, transport): kupovina efikasnije opreme, investicije u osavremenjivanje delova ili

karakteristika opreme u cilju smanjenja potrošnje u postojećim zgradama i objektima.

Za početak aktivizma po pitanju EE možemo uzeti rad Amory Lovinsa iz 1976 godine, pod imenom “*Energy Strategy: The Road Not Taken?*” (prev. Energetska Strategija: Put kojim se ređe ide). U njemu je Lovins formirao termin *soft energy path* (prev. mekši energetski pristup) da bi približio budućnost u kojoj EE i obnovljivi izvori energije polako ali sigurno zamenuju centralizovani energetski sistem zasnovan na fosilnim gorivima i nuklearnoj fisiji. Amory je tad konstatovao da opstajanje sveta na *hard energy path* (tvrd energetski pristup) vodi, kroz povećani trend upotrebe fosilnih goriva i nuklearne fisije (podržan od strane US), neodrživom modelu energetskog razvoja i većim, nepovoljnim, uticajima na životnu sredinu.

Tehnologija mekog puta definisana je kroz pet karakteristika:

- da bude zasnovana na obnovljivom izvoru energije
- diversifikovana i dizajnirana za maksimalnu efektivnost u datim okolnostima
- fleksibilna i laka za upotrebu i razumevanje
- da bude proporcionalna potrebama za količinom krajnjeg korisnika
- da bude proporcionalna potrebama za kvalitetom kranjeg korisnika

Lovins je bio svestan da velike promene u energetskoj strategiji trebaju da budu izvedene postepeno i inkrementalno, i da su za pomake možda potrebne dekade. Kao glavni element strategije *soft energy path*-a, naveo je problem opiranja obavezivanju nefleksibilnoj strukturi koja može da dovede do blokade u snabdevanju energenata u trajanju od više decenija. U tu svrhu osmislio je sledeće tranzicione ciljeve:

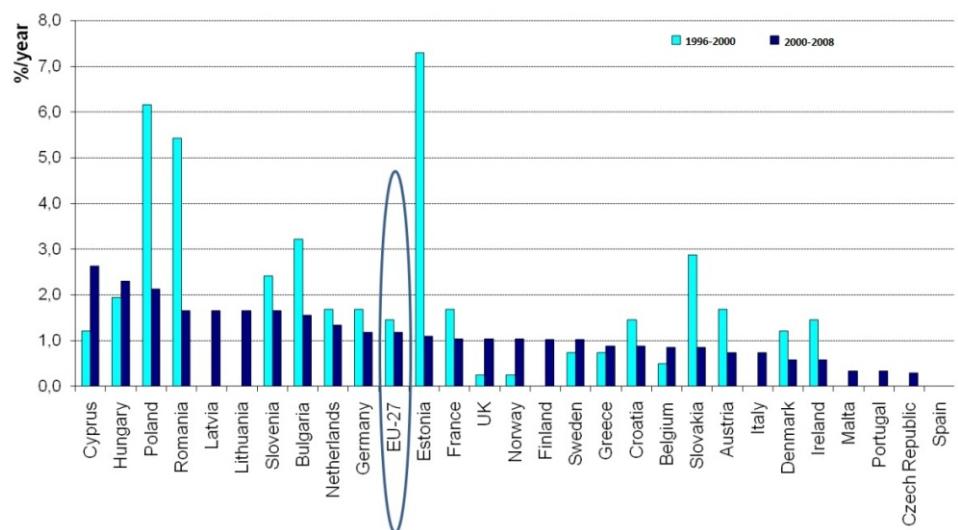
- dupliranje efikasnosti upotrebe nafte, prvenstveno kroz unapređivanje dizajna vozila (unapređenje vozila na hibridni pogon, ultra laki dizajn, aerodinamičnost vozila masovnog tranzita)
- aplikacija kreativnog biznis modela koji se fokusira na napredne tehnologije i materijale sa malom težinom
- substituisanje US potrošnje nafte za 25% preko industrije biogoriva (čime bi došlo do ekomske ekspanzije ruralnih područja koja bi snabdevala sirovine)
- pospešiti upotrebu prirodnog gasa kroz već dobro poznate tehnologije

U završetku Lovinsovog izlaganja provlači se činjenica da prepreke za sprovodjenje *soft path*-a nisu tehničke, niti ekonomске, nego uglavnom institucionalne. Ova prepreke se manifestuju kroz: zastarele gradjevinske propise; inertnu gradjevinsku industriju, neokrenutu tehnološkim inovacijama; prihvatanje komunalne strukture javnih preduzeća; politiku neprimerenog poreza i hi-

potekarnu politiku, neperfektni pristup tržištima kapitala i fragmentalizovani državni uticaj i odlučivanje.

2. Najnoviji planovi za povećanje energetske efikasnosti u EU

Najnovija merenja (studije *Energy Efficiency Plan 2011: Impact Assessment*) pokazuju da je došlo do usporenja u ukupnom napretku ka energetskoj efikasnosti (slika1). U periodu 2000 do 2008 EE je poboljšavana za 1.2% godišnje u EU27 u odnosu na godišnji prosek od 1.4% u periodu 1996-2000. U kriznim godinama 2009 i 2010 u većini zemalja opet se zapaža neto usporenje



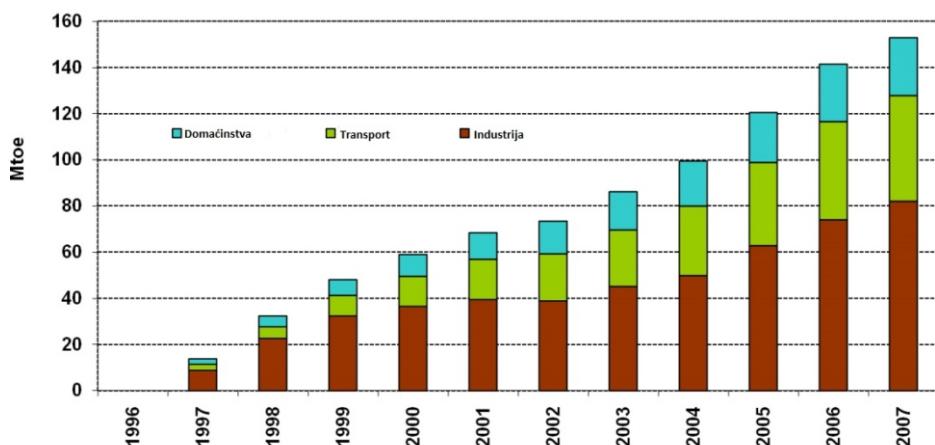
Slika 1: Trendovi energetske efikasnosti

Izvor: Odyssee data base 2010

ili čak obrnut trend kad se prati indikator energetske intenzivnosti (meri koliko energije se zahteva da bi se proizvela jedinica BDP). Istiće se da je posebno u Nemačkoj, a van Evrope u Kini povećana energetska intenzivnost. U Velikoj Britaniji smanjenje energetske intenzivnosti je dva puta sporije nego u prethodne dve godine. Zbog gornjih, relativno nepovoljnih kretanja, proističe i objavljivanje novih planova i akcija na nivou EU.

U srcu strategije EU2020² nalazi se teza o pametnom, održivom, inkluzivnom rastu i tranziciji prema resursno efektivnoj ekonomiji. Energetska efikasnost³ je jedan od najdelotvornijih načina da se obezbedi sigurnost postojećih energetskih zaliha i smanji emisija gasova sa efektom staklene bašte i drugih zagadjivača. U mnogo čemu EE može se tumačiti kao najveći evropski resurs⁴. Zbog toga je EU postavila sebi cilj da do 2020. godine ostvari uštedu od 20% potrošnje primarne energije. Ovaj cilj je ključni korak u dugoročnim planovima energetskog sektora i klimatskih promena iznesenih u radu Commissions Communication on Energy 2020.

Veći broj studija, kada su u pitanju uštede u energetskoj potrošnji, pokazale su da je u periodu do 2007 prednjacija industrija i da se u narednom periodu očekuju veći pomaci u sektoru domaćinstva i transporta (slika 2).



Slika 2: Ocena energetskih ušteda po sektorima

Izvor: Odyssee data base 2010

2

Desetogodišnja strategija razvoja EU Komisije usvojena je 3. marta 2010. sa ciljem oporavka ekonomije.

3

Tehnički, energetska efikasnost predstavlja korišćenje manje energije pri održavanju postojećeg nivoa ekomske aktivnosti, dok ušteda energije predstavlja širi koncept koji uključuje redukciju kroz promenjeno ponašanje i smanjenu ekomsku aktivnost.

4

Pozitivni džuli predstavljaju izbegnutu potrošnju energije kroz unapređenu energetsku efikasnost. Na primer, 13% poboljšanje u energetskoj efikasnosti finalne potrošnje, koje je ostvareno za period 1996-2008 predstavlja ekvivalent uštede od oko 160MtOE tokom istog perioda.

Značajni koraci su preduzeti u pravcu realizacije ovih ciljeva, prvenstveno na tržištima elektronskih uređaja i građevinskom tržištu. Ipak, poslednje procene govore u prilog tome da je EU na putu da ispunji samo pola od 20% smanjenja.

Novi *Plan Energetske Efikasnosti* predložen kao odgovor na prozivku Evropskog Saveta od 4 februara 2011, koja iziskuje odvažniju akciju u cilju "otključavanja" potencijala za visoko energetske zgrade, transport, proizvode i procese. Mere EU biće sprovedene kao deo evropskog cilja za veću efikasnost upotrebe energetskih resursa kroz efikasnu upotrebu svih prirodnih resursa i održavanja visokih standarda u zaštiti životne sredine.

Prognozira se da će kombinovani efekti pune implementacije postojećih i novih mera transformisati svakodnevni život i imati potencijal da generišu finskijske uštede od 1000 euro po domaćinstvu svake godine, unaprediti evropsku industrijsku konkurentnost, kreirati 2 miliona radnih mesta i smanjiti godišnju emisiju gasova sa efektom staklene bašte za 740 miliona tona.

3. Gde leže najveći potencijali za smanjenje potrošnje energije ?

Prema najnovijim istraživanjima najveći potencijal za smanjenje potrošnje energije leži u zgradama. Plan ima za fokus instrumente koji će dovesti do procesa renoviranja u privatnim i javnim zgradama i napredak u energetskoj performansi komponenata i uredjaja koji su u upotrebi u navedenim zgradama. Drugi najveći potencijal za energetsku efikasnost predstavlja transport, prvenstveno drumski transport, koji je trošio 80% finalne energije u odnosu na ukupnu energiju potrošenu u transportu.

Energetska efikasnost u industriji biće obuhvaćena zahtevima za energetsku efikasnost kroz napredniju industrijsku opremu, poboljšane odredbe za informisanje malih i srednjih preduzeća i mere uspostavljanja revizije energije i sistema za energetski menadžment. Poboljšanja u upotrebi struje i generisanju toplote su takođe predložena, time zaokružujući ceo lanac dobavljanja energije.

Ciljevi strategije EU2020 biće ispunjeni u dva koraka. Države članice trenutno postavljaju nacionalne ciljeve EE i programe. Ovi ciljevi će poslužiti kao indikatori individualnog truda svake zemlje članice u cilju dostizanja globalnog plana Evropske Komisije koji vodi zajedničkom cilju. Komisija će podržati i omogućiti "alate" za zemlje članice prilikom njihove elaboracije nacionalnih programa EE i izbliza kontrolisati stupanje na snagu njihovog pravnog okvira zadatog postojećim planom Europa2020. Prvu proveru rezolucije Europe2020, Komisija će sprovesti 2013. godine, kada će zbiranjem pojedinač-

nih nacionalnih planova zemalja članica oceniti istrajnost ka globalnom cilju smanjenja od 20%. U slučaju da nalaz Komisije u 2013. godini bude da cilj nije dostižan, počeće druga faza u kojoj Komisija nalaže zakonske obaveze (uz sankcije za ne ispunjenje) radi dostizanja ciljeva. Komisija je mišljenja da mere koje su već stupile na snagu, u sinergiji sa merama koje su predložene u *Energy Efficiency Plan 2011*, će dovesti do ispunjenja targetiranog cilja od 20% smanjenja.

3.1. Javni sektor

Zgrade u javnom vlasništvu ili korišćene od strane javnog sektora predstavljaju 12% ukupne površine EU stambeno-poslovnog prostora. Stoga, jak naglasak na energetskoj efikasnosti u javnom sektoru je krucijalan i trebalo bi da pokriva javnu nabavku, renoviranje javnih zgrada i ohrabrvanje gradova i zajednica ka visoko performanskim nivoima EE. Zbog same veličine sektora, moguće je stvaranje novih tržišta za tehnologiju energetske efikasnosti, usluge i biznis modele.

Zemlje članice su ohrabrene da podstaknu subvencije u korist efikasne upotrebe struje, kroz veću energetsku efikasnost i uzimanje u obzir "energetskog siromaštva". Komisija se, takođe, kroz sistem javnih nabavki trudi da podstakne energetsku efikasnost uvodeći neophodne specifikacije koje moraju biti ispunjenje od strane javnih vozila i kancelarijskih uređaja u javnim ustanovama. Isto tako, u javnom sektoru, od 2019. godine biće nepohodno da građevinski objekti ostvaruju performansu označenu kao "nulti nivo energije". Kao pomoć u ovom cilju, Komisija navodi visoke sistematske standarde prilikom nabavljanja dobara (npr. kompjuterska oprema), traženja usluga (npr. energija) i radova (npr. renoviranje objekata).

Kao jedan od podciljeva susrećemo se sa renoviranjem postojećih javnih objekata. Procena Komisije je da bi se ispunili očekivani rezultati, tempo obnove ovih objekata mora da bude udvostručen. Zbog toga se razmišlja u pravcu uvođenja pravnog instrumenta po čijim odredbama javni sektor će biti obavezan da renovira najmanje 3%⁵ javnih objekata godišnje. Ovo udvostručenje procenta renoviranih objekata na godišnjem nivou prati zahtev da renovirani objekat mora da zauzme poziciju u gornjih 10% nacionalnog portfolija energetsko efikasnih zgrada. Isto tako se očekuje da prilikom iznajmljivanja i kupovine objekata, isti moraju da ispunjavaju najviše uslove EE. Ispunjene standar-

5

Procenjeno površinom m²

da energetske efikasnosti prilikom izgradnje i kupovine prostora već su pokazali svoju isplativost u Danskoj, Francuskoj i Nemačkoj. Ovaj cilj, pored zgrada, obuhvata i unapređenje javne infrastrukture npr. javnog osvetljenja. Prepreka, na koju upošljavanje po principu EE, nailazi u nekim zemljama članica, sadržana je u nejasnoći pravne regulative i nedostatku pouzdanih podataka za poređenje performansi. Komisija planira set pravnih predloga da bi ovi problemi bili prevazidjeni u 2011.

Više nego dve hiljade gradova prijavilo se da uvede mere održive energije preko programa *Covenant of Mayors*⁶ (prev. Skup Gradonačelnika) sponzorisanog od EU. Skup je formalno obavezan da smanji emisiju CO₂ gasova nešto preko 20% do 2020, kroz primenu većeg broja mera održive energije na svojoj teritoriji. Program *Covenant of Mayors* predstavlja širi front od same priče održive energije, pozivajući se na: naknadno ospozobljavanje zgrada za efikasnost, urbanu mobilnost i urbano renoviranje. To su oblasti koje predstavljaju radno intenzivne ekonomski aktivnosti i stvaraju obučene radnike koji nisu podložni dislociranju.

3.2. Privatni stambeni objekti

Skoro 40% potrošnje finalne energije otpada na domaćinstva, javne i privatne kancelarije, prodavnice i druge objekte. U privatnim stambenim objektima, kućama, 2/3 ove energije koristi se za grejanje prostora. Pošto su tehnologije koje ovu potrošnju mogu da spuste za " ili 1°, a za " potrošnju električnih uređaja, već uveliko razrađene jasno je koliki potencijal postoji za uštedu. Ipak i pored ovakvih podataka, proces renoviranja objekata i upotrebe najefikasnijih uređaja, izostaje. Komisija poziva da pored javnih ustanova, zemlje članice vrše pritisak i na privatan sektor da zauzme odlučniji stav po ovom pitanju.

3.3. Dodatna obuka

Energetsko efikasna rešenja u gradjevinarstvu su uglavnom tehnički zahtevna. Postoji manjak adekvatne obuke za arhitekte, inženjere, revizore, zanatlije i tehničare, pogotovo onih koji su uključeni u projekte renoviranja. Danas, oko 1.1 milion kvalifikovanih radnika je raspoloživo, dok se procenjuje da će

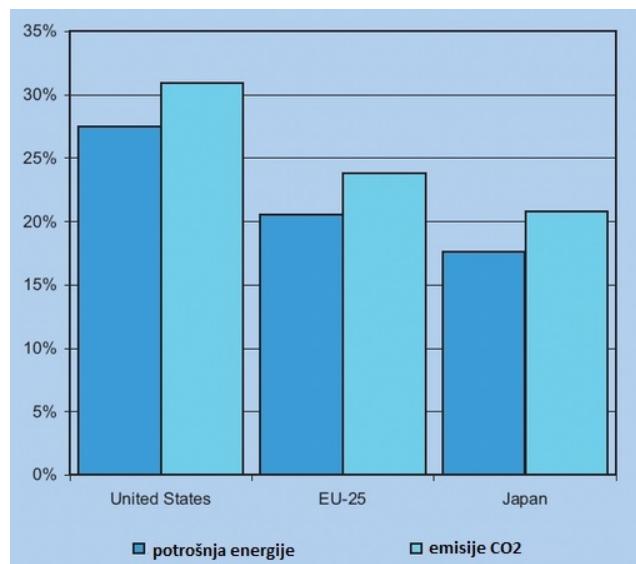
6

http://www.eumayors.eu/home_en.htm

do 2015. godine biti neophodno 2.5 miliona⁷. Komisija zbog toga lansira Inicijativu Radne Snage Za Održivu Izgradnju (Sustainable Building Workforce Initiative) čime planira da podrži zemlje članice u proceni neophodnog nivoa treninga u gradjevinskoj industriji, implementaciju strategije i održavanje efektivne šeme treninga. Svakako, ovaj nivo specifikacije će neumitno dovesti do uvođenja u praksu brojnih certifikata, kvalifikacija i treninga radnika. Agenda za Nove Veštine i Poslove (An Agenda for New Skills and Jobs) predstavlja deo šire slike koja istovremeno obuhvata i pomenutu problematiku.

3.4. Efektivna proizvodnja električne energije i toplotne

U vezi efektivne proizvodnje električne energije treba povesti računa o ukupno potrošenoj količini primarne energije nasuprot ukupne finalne potrošnje. Dostupna primarna energije uključuje energiju transformirasanu u druge forme i energiju da se obezbedi ta transformacija. Ona takođe obuhvata gubitke kroz transport energije, frikcije, gubitak u toploti i druge neefikasnosti. Sam čin transformacije predstavlja energetsko trošenje koje dovodi do nove emisije CO₂. Stoga ne iznenadjuje viši ukupan nivo emisije CO₂ (slika 4).



Slika 4: Energetska potrošnja i emisija CO₂

Izvor: IEA / OECD 2010

Otprilike 30% evropske potrošnje primarne energije se troši u energetskom sektoru, prvenstveno za potrebe transformacije energije u električnu energiju, toplotnu i za daljnju distribuciju. Neophodno je instaliranje nove generacije kapaciteta i infrastrukture radi zamene ostarele opreme da bi se odgovorilo naraslim potrebama potrošnje. Dve direktive od strane Evropske Komisije *Šema Trgovanja Emisijama* (The Emissions Trading Scheme) i *Direktiva o Industrijskim Emisijama* (Industrial Emissions Directive) služiće za upućivanje zemlje članice u odgovarajućem pravcu. Kao jedan od krucijalnih pokretača modernizacije sektora energetike navodi se BAT (*best available technology*) ili upotreba najbolje raspoložive tehnologije radi veće efikasnosti na srednji i duži rok. Insistiranjem na BAT-u, Evropska Komisija planira da isti podigne na nivo obaveze prilikom instaliranja novih kapaciteta, dok postojeće kapacitete čeka ista sudbina prilikom obnova dozvola za rad.

Novi i unapređeni načini za korišćenje toplote kao nusprodukta industrijskog proizvodnog procesa biće još jedan od važnih zadataka Komisije, iz prostog razloga što ušteda koja bi se ostvarila tim putem može da pokrije značajan deo evropske potrebe za termalnom energijom. Iskorišćavanje ovog potencijala zahteva pristup poprečnog preseka koji uzima u obzir tekuće potrebe za termalnom energijom (npr. domaćinstva i poslovni prostor), ulogu lokalnih i regionalnih vlasti u planiranju i implementaciji energetsko efikasnih i zelenih tehnologija, kao i razvijanje efikasne infrastrukture, sve to u sinergiji sa komercijalnim rešenjima za jeftinu, čistu i prigodnu uslugu korišćenja viška termalne energije kao nusproizvoda industrijske proizvodnje. Šira upotreba CHP (*combined heat and power*, prev. kombinovana toplota i energija), pogotovo od opštinskih deponija za preradu otpada, lokalnih grejnih i rashladnih mehanizama, činili bi značajni doprinos energetskoj efikasnosti. Da bi unapredili uštedu energije u CHP sistemima, Komisija takođe predlaže da bi elektrodistributivni operateri trebalo da omoguće prioritetan pristup struji koja se proizvodi u CHP instalacijama.

3.5. Vrednovanje ušteđene energije

Preduslov za energetski efikasnu Evropu jeste određivanje vrednosti ili cene za sačuvanu energiju kroz tržišne mehanizme. Stoga postoji potreba za kreiranjem instrumenata pomoću kojih se utvrđuje finansijski iznos (prihod) za uštedu energije i povezuje profit ostvaren od strane dobavljača i distributera sa energetskom efikasnošću umesto sa količinom isporučene energije. U Britaniji, Italiji, Francuskoj i Danskoj već su na snazi nacionalni sistemi za uštedu

energije u oblasti energetike koji proizvode rezultate: očuvanje do 6% finalne potrošnje energije je postignuto. Na primer, u ovim sistemima, komunalne službe su uslovljene da ostvare fiksnu količinu uštede energije kroz implementaciju EE njihovim mušterijama (domaćinstvima, kompanijama, opština), ili iz drugih sektora kao što su proizvodnja energije ili transport. Kao alternativu uštedi koju bi sami trebali da ostvare, neki sistemi dozvoljavaju komunalnim službama da kupe energetsku uštedu od energetskih kompanija. Ovakve novine proistekle iz uštede energije stimulišu dobavljače energije da promene svoj biznis model od maloprodaje energije prema pružanju energetskih usluga. Komisija će u budućem periodu predložiti svim zemljama članicama da osnuju nacionalnu službu za očuvanje energije koja bi odgovarala ličnim preferencijama. U zavisnosti od prihvatanja posla, ušteda bi mogla da bude u visini 100 miliona tona naftnog ekvivalenta u 2020.

3.6. Nove obaveze za mala, srednja i velika preduzeća

Oko 20% EU potrošnje primarne energije se odnosi na industriju. Ovaj sektor je ostvario najveći progres na polju EE (30% poboljšanja u energetskoj intenzivnosti u poslednjih 20 godina). Ipak, daljnje mogućnosti za uštedu energije još uvek postoje. *The Emissions Trading Scheme i Energy Taxation Directive* su neki od akata koji treba da iskoriste mogućnosti za uštedu. Povrh svega toga, prepreke u vidu: manjka informacija, nedovoljne dostupnosti kapitala, kao i kratkoročni pritisci poslovnog okruženja bi takođe trebalo da budu uzeti u obzir. Prevazilaženje ovih prepreka bi smanjilo račun za energiju i unapredio konkurenčiju. U vreme rastućeg iscrpljivanja energetskih resursa širom sveta, ekspertiza u procesima EE, tehnologijama i uslugama može biti pretvorena u novi izvozni posao, dajući time prednost evropskoj industriji.

Prepreke za investiranje u tehnologiju EE su najakutnije za mala i srednja preduzeća. Stoga, Komisija će obavezati sve zemlje članice da je snabdeju informacijama koje se tiču pravnih odredbi, kriterijumima za subvencije namenjene osavremenjivanju mašina, dostupnosti treninga o energetskom menadžmentu. Takođe, moraće da ponude odgovarajuće podsticaje, npr., poreske olakšice, finansiranje investicija za energetsку efikasnost, finansiranje energetske revizije. Ubrzano se radi i na formiranju alatki koje bi mala i srednja preduzeća koristila za ocenu upotrebe energije i komparaciju sa drugim preduzećima slične veličine i branše.

Što se tiče velikih kompanija, Komisija će obavezati iste na regularnu energetsku reviziju. Isto tako će preporučiti zemljama članicama da razviju

princip beneficija za kompanije koje uvode sistem energetskog menadžmenta (npr. EN 16001), kao sistematski okvir racionalnog korišćenja energije.

4. Istraživanje i inovacije kao katalizatori za isplativu tehnologiju energetske efikasnosti

Upotreba obnovljive energije je krucijalna za pomak u pravcu ostvarivanja ekonomije male emisije ugljendioksida. Takođe je ključna komponenta EU energetske strategije. Evropska industrija prednjači u razvijanju tehnologija obnovljive energije zapošljavajući 1.5 miliona ljudi, dok se predviđa da bi mogla da apsorbuje još 3 miliona do 2020.

EU zakon o obnovljivoj energiji je relativno nov, njegovo pojavljivanje vezuje se za 1997 kada je prihvaćena *Bela Knjiga* (White Paper). Donesena je iz potrebe da se smanjenji emisija ugljendioksida, ali i zavisnost od uvoza fosilnih goriva iz nestabilnih regiona izvan EU. Tokom perioda fokus se sa promocije obnovljive energije, preko sugerisanja povoljnih veličina sektorima energetike i transporta, pomerio na pravno definisanje ciljeva pomenutih sektora i najskoriju inicijativu za izmenu zakona o evropskoj energetskoj infrastrukturi radi potrebe inkorporiranja nepohodnog rasta obnovljive energije. Povodom toga je usvojena nova *Direktiva o Obnovljivoj Energiji* (Renewable Energy Directive) 5.12.2010 koja je dala regulatorni i pravni okvir razvoju obnovljive energije.

Regulativama u okviru *Direktive o Proizvodnji Električne Energije iz Obnovljivih Izvora 2001* (Renewable Electricity Directive 2001) i *Direktive o Biogorivima 2003* (Biofuels Directive 2003) EU je bila postavila cilj da do 2010 udio obnovljive energije u proizvodnji električne energije iznosi 21% i da goriva dobijena iz obnovljivih izvora zamene fosilna (benzin i dizel) do veličine od 5.75% takođe do 2010. Od zemlja članica samo Danska, Nemačka, Mađarska, Irska, Litvanija, Poljska i Portugal su ispunili kvote za prvi cilj, dok Austrija, Finska, Nemačka, Malta, Holandija, Poljska, Rumunija, Španija i Švedska su dostigle cilj ako pričamo o upotretbi obnovljive energije u transportu (Direktiva o Biogorivima). Komisija je iz tog razloga predložila zemljama članicama neophodnost kreiranja *Nacionalnog Akcionog Plana o Obnovljivoj Energiji* (National Renewable Energy Action Plan), reformu planiranja i implementacije kao i daljnji razvitak električne mreže. Poslednji podaci u vezi sa zaoštravanjem stava govore o pozitivnim pomacima: 62% investicija od ukupnih ulaganja u proizvodnju električne energije za 2009. godinu predstavljaju ulaganja u obnovljivu energiju.

5. Energetska efikasnost u Srbiji

Energetska efikasnost u Srbiji je jedna od najnižih u Evropi i okruženju zbog čega je potrebna veća primena naprednih tehnologija u toj oblasti i povećanje upotrebe obnovljivih izvora energije. Energetska efikasnost je šansa za povećanje konkurentnosti srpske privrede i smanjenje uvozne zavisnosti, bez obzira na mišljenje da niska cena električne energije destimuliše te mere.

Najnovija istraživanja o stanju u Srbiji pokazuju sledeće:

1) energetski izvori, domaća i uvozna goriva se neracionalno troše; npr. električna energija za grejanje.

2) energetska efikasnost počev od eksploatacije primarnih sirovina, preko svih energetskih transformacija i prenosa energije do korišćenja finalne energije je neprihvatljivo niska:

- potrošnja električne energije svedena na 1000\$ BDP je 3-4 puta veća nego u EU

- potrošnja primarne energije svedena na 1000\$ BDP je 4-5 puta veća nego u EU

- potrošnja primarne energije po stanovniku je 2.5 puta manja nego u EU

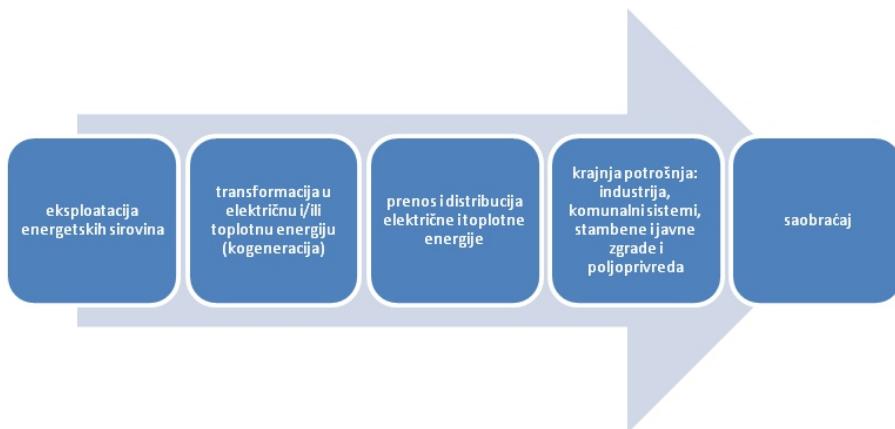
3) nema pouzdanih podataka o energetskoj efikasnosti na nivou države, a ni za pojedina industrijska preduzeća

Uzroci su mnogobrojni i dugoročni: struktura privrede (privredne grane), zastarele tehnologije u industriji, struktura korišćenih goriva (fuel mix), zastarele tehnologije svuda i pre svega u proizvodnji električne i toplotne energije, udeo postrojenja sa kogeneracijom toplotne i električne energije je manji od 1%, struktura i starost stambenog fonda, struktura i startost vozognog parka, organizovanost privrede, nepotpun sistem standarda i propisa, zanemarivanje korišćenja domaćeg goriva (uglja malih rudnika), otpadnih materija industrijске proizvodnje, otpadne toplotne energije, obnovljivih izvora energije (biomase), cena električne energije i odnosi cena energetika, nepotpuna zakonska regulativa, neefikasna inspekcijska i kontrola i nepoštovanje standarda i propisa i malobrojne institucije za kontrolu efikasnosti uređaja, opreme i materijala.

U Srbiji pristup racionalnom korišćenju energije i povećanju energetske efikasnosti mora da se bazira na svesti da energetska efikasnost ima mnogo šire značenje nego što je tehnološka efikasnost pojedinih procesa i uređaja. Mora se izgraditi koherentan sistem strategija, zakona, podzakonskih akata, propisa, mera, standarda i poreske politike. Pritom treba uzeti u obzir realne barijere koje se ogledaju u niskoj motivaciji potrošača energije zbog relativno niskih cena, relativno visokih troškova investicija i niskog standarda. Takođe je uočljiv i nedovoljni institucionalni kapacitet, skupi zajmovi, uz nisku finansijsku

sposobnost industrije i građana. Nedovoljno razvijeno tržište za nove proizvode i usluge, kao i nedovoljnost informacija, znanja i obuke su takođe značajne barijere za racionalno korišćenje energije i povećanje energetske efikasnosti. U ovom delu Srbija bi posebno trebala da prati napred istaknute najnovije planove za povećanje energetske efikasnosti u EU i adaptira ih budućim nacionalnim planovima i akcijama.

U zakonskom okruženju pored zakona o energetici, zakona o očuvanju životne sredine i prostornog planiranja, posebnu pažnju trebalo bi posvetiti programu ostvarivanja Strategije razvoja energije koji sadrži 14 modula pri čemu se 5 odnosi na racionalno korišćenje energije i energetsku efikasnost: gradske toplane i individualne kotlarnice, industrijska energetika, energetska efikasnost, obnovljivi izvori energije i fond za energetsку efikasnost.



Potencijal za povećanje energetske efikasnosti leži u čitavom lancu energetskih transformacija.

U Srbiji nema tačnih podataka, ali je procena da se najveće povećanje energetske efikasnosti može postići: uvođenjem kogeneracije, u stambenim i javnim zgradama, korišćenjem otpada, korišćenjem biomase i korišćenjem otpadne toplove.

Procenjuje se da nema značajnijeg povećanja energetske efikasnosti od kraja 90ih godina. Glavni razlozi zbog kojih se to ne ostvaruje najverovatnije leže u sledećem:

- 1) nepovoljni ekonomski uslovi, pa industrija ne radi punim kapacitetom
- 2) nepovoljno zakonodavno, ekonomsko i finansijsko okruženje za racionalno ponašanje privrednih subjekata i fizičkih lica
- 3) usvojeni zakoni, podzakonska akta i uredbe još nisu počele da deluju

- 4) nepostojenje usklađene vladine strategije i politike energetske efikasnosti i prioritetnih ciljeva
- 5) u industriji i komunalnim delatnostima nema praćenja materijalnih i energetskih tokova što je osnova za daljnje delovanje
- 6) nedovoljna kordinacija aktivnosti tri bitna ministarstva za energetiku, zaštitu okoline i nauku
- 7) gotovo potpuna nezainteresovanost za energetsku efikasnost ministarstva za kapitalne investicije, poljoprivredu, ekonomiju i finansije

6. Zaključak

Iz ovakvog stanja proističe da bi što hitnije trebalo doneti vladine strategije i politike povećanja energetske efikasnosti i inovirati program ostvarivanja strategije razvoja energetike u pogledu izbora prioriteta, postavljanja ciljeva, akcionih planova i finansijske podrške. Takođe je neophodno donošenje mera i strategije za tehnološko osavremenjivanje energetskih postrojenja. Sa tim se povezuje uvođenje obavenog praćenja i merenja materijalnih i energetskih tokova u industriji uz pooštravanje inspekcije i kontrole rada energetskih postrojenja. Novi planovi energetske efikanosti iz EU naročito ističu potrebu uvođenja plaćanja toplotne energije prema utrošku, osnivanje kvalifikovanih i moderno opremljenih atesnih laboratoriјa. U Srbiji bi posebno ponovo podvukli, već nekoliko godina izostavljeno izdašnije finansiranje naučno istraživačkih projekata u oblasti energetske efikasnosti i tehnološkog razvoja.

Literatura

- Energy Efficiency Plan 2011*, European Commission, Brussels
Energy Efficiency Plan 2011: Impact Assessment, European Commission, Brussels
Energy Efficiency Series: Money Matters, (2010), OECD/IEA, France
Energy Efficiency: A Recipe for Success, (2010), World Energy Council
Stefanović, N. (2009), "Energetske specifičnosti kao preduslov za otvaranje tržišta električne energije na veliko u Jugoistočnoj Evropi", AERS, CIGRE, Srbija
<http://www.odyssee-indicators.org>
<http://www.worldenergy.org>

THE NEWEST PLANS TO BOOST ENERGY EFFICIENCY IN EU AND SERBIA: UNLOCKING THE POTENTIALS

Abstract

The economic crisis has a twofold impact on energy consumption. Firstly, it leads to its reduction because of lower economic activity, but also to a reduced investment and capital turnover which slows energy efficiency progress.

The paper considers the newest plans and initiatives aiming to boost energy efficiency at EU level. Various type of policy instruments are analyzed in order to unlock significant potentials (in construction, transport, energy sector and industry) and meet predicted objectives. The second part of paper is dealt with main causes of low level energy efficiency in Serbia. It is highlighted the necessity of development comprehensive policy framework which would be address main barriers, set clear priorities and stimulate commitments for energy efficiency in Serbia with measureable objectives.

Key words: energy efficiency, EU, Serbia

*Dr Srđan Tomić, docent**
*Prof. dr Miodrag V. Nikolić, redovni profesor***

BUDUĆNOST INOVATIVNOG MENADŽMENTA U INDUSTRIJSKOM OKRUŽENJU REPUBLIKE SRBIJE

Rezime

Inovativni menadžment u industrijskom okruženju Republike Srbije svojim budućim akcionim delovanjem treba da osmisli proaktivni strategijski fokus, da definiše strategiju inovacija kao dugoročnu aktivnost koja ima ciljno odredište, i sredstva da do njega stigne. *Ništa se ne može postići ako se strategija inovacija stalno menja. Ako čovek ne zna u koju luku plovi, nijedan veter nema povoljan pravac?* primerena je misao filosofa Seneke u ovom kontekstu. Danas, u eri evropskih integracija i globalnog pristupa procesu poslovanja, nijedna industrijska poslovna kompanija, sa područja Republike Srbije, nije sigurna gde će biti njeno tržište i da li će ostvariti dobit, koja sve više postaje suvereni kriterijum poslovanja. U takvoj konstelaciji relevantna snaga inovativnog menadžmenta treba da se fokusira na određivanje: a) opšteg pravca kojim treba ići, polazeći od optimalno određenog cilja i strategije inovacija, koji prepoznaju konkurentne poslovne dimenzije u budućnosti; i b) optimalne mere fleksibilnosti cilja i strategije inovacija, koji omogućavaju uspešno poslovno manevrisanje u promjenjenim tržišnim uslovima. Data projekcija razvojnog fokusa inovativnog menadžmenta implicira i saznanje da na savremene industrijske tokove sve veći upliv vrši novo znanje koje uslovljava, ali i podržava, iznalaženje novih metoda i tehnika rada, sa svrhom dizajniranja novih proizvoda i procesa.

Ključne reči: inovativni menadžment, inovacije, industrijsko okruženje

Uvod

Poslovni tokovi u industrijskom okruženju Republike Srbije su dinamični i turbulentni. Po pravilu, oni su *interno* dimenzionirani (u okviru poslovne kom-

*

Evropski univerzitet – Fakultet za evropski biznis i marketing, srdjantomic76@gmail.com

**

Evropski univerzitet – Fakultet za evropski biznis i marketing

panije), odnosno *eksterno* dimenzionirani (u okviru *tržišnog prostora*) i, shodno tome, podložni promenama u vremenu. Njihova promena uslovjava potrebu da se i *inovativni menadžment* funkcionalnih struktura i poslovnih zadataka preispita i predefiniše (*mikro* aspekt) i osigura kontinuelno praćenje tržišnih procesa (*makro* aspekt). Sledstveno tome, prioritetno je u takvoj konstelaciji uspostaviti kontinuitet *inteligentnog načina postupanja*, onog u čijem se središtu nalazi validnost *strategijskog pristupa*.

U industrijskom okruženju Republike Srbije inovativni menadžment treba da promišlja *poslovnu budućnost*, jer tamo se provodi *ostatak poslovnog života*. Promišljanje je vrednost proakcije budućnosti, dosezanje poslovnih izazova ? vrednost *inovativne moći* prevazilaženja postojećeg *poslovnog pristupa*, odnosno uvođenja novog, *strategijskog* pristupa, u skladu sa jačinom izazova. Poslovni izazovi industrijskog okruženja zahtevaju inovativni menadžment koji je konstantno „dovoljno blizu“, menadžment intelligentnih dimenzija koji *zna zašto* (know why), *zna kako* (know how), *zna gde* (know where), *zna kada* (know when), i *zna šta* (know what).

Okviri definisanosti i uloga inovativnog menadžmenta u industrijskom okruženju

Inovativni menadžment predstavlja svojevrsni strategijski resurs industrijske poslovne kompanije. Svoju delotvornost u datom industrijskom okruženju, inovativni menadžment može da oformi samo uz podršku *intelektualne*, ali i *empirijske* sfere viđenja industrijskih tokova. Navedene sfere su strategijski opredeljene po sebi: kanališu buduće investicije inovativnog menadžmenta na konkurentnoj osnovi, usredsređenjem na definisanje kritičnih tačaka za stvaranje nove dodatne vrednosti, projektujući, pri tome, poslovne odgovore kao stvarne segmente poslovnog uspeha; one, takođe, konstruišu prilike da se dodele nove uloge *postojećim*, ali i *novim* ljudima u odeljenjima, službama i sektorima rada industrijskih poslovnih kompanija, uloge koje ishode slobode delovanja podržane pojačanom odgovornošću i većim stepenom poslovnih ovlašćenja. Na taj i takav način, inovativni menadžment iskazuje svoje vrednosne fluide kroz: posvećenost shvatanju potreba korisnika industrijskih proizvoda; korelaciju sa marketingom; efikasno rešenje razvojnih izazova; i, racionalno korišćenje spoljne tehnologije i naučnih saveta.¹ Suština inovativnog menadžmenta, u njegovoj vremenskoj perspektivi, u industrijskom okruženju Republike Srbije, treba da se manifestuje u kontinuelnom preispitivanju postojećih metoda industrijskog rada i postojećih industrijskih

1

Wright J., (1981); strane: 68-69.

procesa u cilju otkrivanja novog znanja čija bi primena dovela do novih ili razvijenijih proizvoda i procesa.

Inovacija kao *proizvod* inovacionog procesa

Industrijske poslovne kompanije, locirane u okviru tržišnog prostora Republike Srbije kao zemlje u razvoju, treba konstantno da teže ostvarenju konkurenčne prednosti. Kritičan faktor konkurentne pozicije industrijskih poslovnih kompanija predstavljaju inovacije (shvaćene kao transformisanje kreativnih ideja u proizvod ili proces koji se može upotrebiti ili prodati). Inovacije korrespondiraju sa promenama do kojih dolazi usled stalnog tehnološkog napretka, izloženosti resursa uslovima rizika i neizvesnosti i raspoloživosti informacija.

Industrijska inovacija sadrži tri komponente: inovacione stimulanse (koji nastaju kao rezultat inovativnog pristupa liderstva, menadžmenta ljudskih resursa, menadžmenta znanja i kreativnog menadžmenta), inovacioni kapacitet (koji stvaraju i održavaju tehnološki menadžment i menadžment istraživanja i razvoja) i inovacione performanse (koje se javljaju u obliku inovacija proizvoda i inovacija procesa).² (Slika 1) Inovacioni proces je, po svojoj prirodi, praktičan operativni proces.³ (Slika 2)



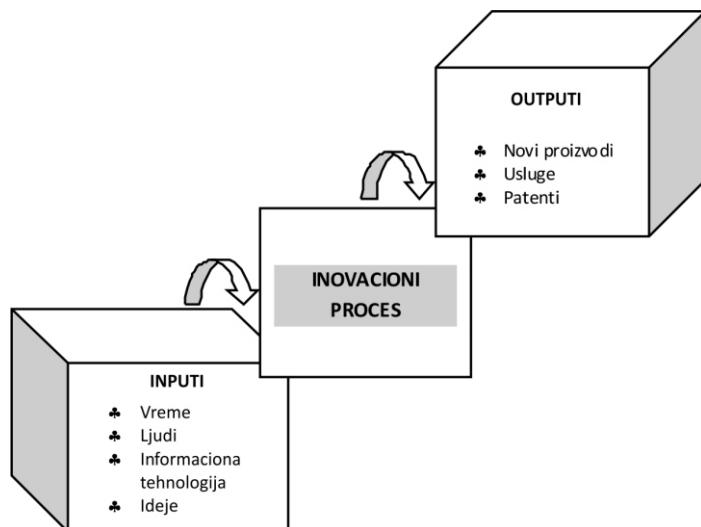
Slika 1 – Komponente industrijske inovacije

²

Trott Paul, (2008); strana: 81.

³

Ibidem; strana: 134.



Slika 2 – Inovacioni proces kao operativni proces

Strategija inovacija

Inovativni menadžment industrijskog okruženja izdvaja *strategiju inovacija* kao svoj *sui generis* instrument. Samo ova vrsta strategije može da ispunи poslovne godine industrijskih poslovnih kompanija Republike Srbije, konkurentnim poslovnim životom. Konkurentnost, kao snagu u trajanju, može da *izvaja* samo snažna strategija inovacija, kompetentna u svim svojim komponentama; strategija izgrađena kao *mit*? način tumačenja pretpostavljenih i ostvarenih vrednosti, održiva u vremenu, za razliku od *uspeha* koji je vremenski ograničena kategorija. Osmišljena strategija inovacija izaziva aktivnu poslovnu stabilizaciju koja sprečava da kratkoročne teškoće postanu dugoročne problemske situacije, sa jedne strane, ali i ostaje otvorena za sva buduća događanja koja, potencijalno, mogu da omoguće potpunije razumevanje upliva poslovnih izazova koje ishodi današnje industrijsko okruženje okruženje, sa druge strane.

Budući izazovi inovativnog menadžmenta

Inovativni menadžment mora da svoj poslovni koncept kombinuje osloncem na sposobnost ljudskog faktora da: a) u kontinuitetu uvodi i nadgleda sprovođenje promena, sa jedne strane, i b) svoju kreativnost usmeri na ostvari-

vanje optimalnih poslovnih performansi u vremenu sadašnjem i vremenu budućem, sa druge strane; jer, kako je to svojevremeno nadahnuto iskzao Marko Aurelije Antonije: „Vreme je kao reka događaja, neodoljivi tok svih stvorenih stvari. Čim se nešto pojavi, užurbano prođe, a drugo dolazi na njegovo mesto samo da bi i ono bilo odneto“.

Budući izazovi inovativnog menadžmenta, ili preciznije, budućnost inovativnog menadžmentga u industrijskom okruženju Republike Srbije, vezana je za osnovne podstrelkače inovacija: industrijske potrošače, diversifikovanost (raznorodnost) zaposlenih, koordinisanje odnosa i relacija između poslovnih kompanija koje se međusobno podržavaju i tehnologiju.

Industrijski potrošači. Industrijski potrošači postaju u savremenim uslovima privređivanja u Republici Srbiji sve brojniji; procentualno najviše njih obavljaju svoju delatnost u neposrednoj blizini velikih gradskih centara. Ovi parametri su osnova za kreiranje niza inovacija koje će biti u funkciji njihovih eksplicitnih i implicitnih potreba. Tržišta koja opslužuju industrijske potrošači postala su globalna, zahvataju sve hemisfere. Ova disperzivnost ulovljava nastanak različitih zahteva potrošača, što ulovljava potrebu poslovnih kompanija da „dizajniraju za kulturu“ preuzimajući korake da obezbede da njihovi proizvodi u potpunosti odgovaraju lokalnim potrebama. I dalje, da u toj konstelaciji, neprekidno konstruišu poslovne modele koji nisu ništa drugo do strategijske forme za ostvarenje dobiti primenom širokog seta njihovih strategija, procesa i aktivnosti. Upravo poslovni model može, na jednostavan način, da pruži podršku inovativnom menadžmentu odgovorima na četiri pitanja: 1) Ko su industrijski kupci poslovne kompanije; 2) Šta kupci cene? 3) Kako poslovna kompanija ostvaruje zaradu u svom poslovanju; i, 4) Kojom se osnovnom profitabilnom logikom vodi poslovna kompanija da bi kupcima isporučivala proizvode sasvim određene vrednosti i po odgovarajućoj ceni.⁴

Diversifikovanost zaposlenih u industrijskom okruženju (u pogledu vere, rase, jezika, kulture). Diversifikacija radne snage je veliki izazov. Ona ima značajne implikacije na menadžersku praksu. Menadžeri moraju biti obučeni tako da prepoznaju razlike među zaposlenima i da na njih odgovore na način koji će im omogućiti da bolje rade i ostvaruju veću produktivnost a da, pri tome, ne dođe do diskriminacije, što je čest slučaj i u pogledu žena kao radne snage, počevši od fenomena „plafoniranja“ /engleski, glass ceiling/ njihovog napredovanja, preko razlika u motivaciji, stilu rešavanja konflikata, pa sve do posebnog stila upravljanja žena. Diversifikovanost, ako se njome dobro upravlja, može povećati kreativnostu poslovanju. Takođe može poboljšati i

4

Coulter Mary (2010); strana: 29.

proces donošenja odluka tako što će omogućiti da se jedan problem sagleda iz više različitih perspektiva. Suptorno tome, ako se diversifikovanost ne upravlja, može doći do otežane komunikacije i konflikata što će umanjiti efikasnost organizacije. Iz svih, ovde predstavljenih razloga, izviru i izazovi koji zahtevaju nova, odnosno inovativna rešenja.

Koordinisanje odnosa i relacija između poslovnih kompanija koje se međusobno podržavaju. U skorije vreme u industrijskom okruženju Republike Srbije, došlo je do dramatičnog porasta snabdevanja jednim delom proizvodnih dobara (fabričkim materijalima i delovima i poslovnim uslugama) koja su, do sada, interna ostvarivana, tj. proizvođena. Dati porast motivisan je efikasnim i ekonomičnim oblicima komunikacije. Na poslovnu scenu stupila je nova kategorija proizvođača koji rade po ugovoru i koji su specijalizovani za izvođenje sasvim određenih faza (operacija) proizvodnih procesa. Uspeh ovih poduhvata, uticao je na menadžment preduzetničkih kompanija, da proširi ove poslovne angažmane i na ostale, relevantne poslovne funkcije, kao što su istraživanje i razvoj proizvoda, informacioni sistemi, marketing (pakovanje, testiranje proizvoda, distribucija proizvoda), i druge. Sposobnost koordinisanja ovih aktivnosti sa aktivnostima koje realizuje jezgro zaposlenih u samom središtu poslovne kompanije (koji su stalno zaposleni u punom radnom vremenu) bitan je izazov inovativnog menadžmenta u budućnosti, posebno u domenu motivacije, timskog rada, liderstva i upravljanja konfliktima.

Tehnologija. Tehnologija je bila, a biće i u buduće, krucijalna podrška inovativnog menadžmenta, jer u svojoj biti podrazumeva razvijanje, stvaranje i plasman proizvoda i, na toj osnovi, ostvarenje profita /dobiti/. Razvoj tehnologije obuhvata stvaranje novog znanja i dodavanje novih tehnika setu već raspoloživih tehnika. Posebnu važnost u poslovanju savremenih kompanija u industrijskom okruženju Republike Srbije, zauzima informaciona tehnologija. Ova tehnologija je danas postala srce moderne tehnologije, strategijski resurs koji prožima sve aktivnosti koje konstituišu lanac vrednosti poslovne kompanije. Navedene aktivnosti lanca vrednosti /na primer, aktivnosti vezane za ulaznu logistiku, operacije, izlaznu logistiku, marketing i prodaju, usluge, itd./ imaju jednu fizičku komponentu i jednu komponentu povezanu sa obradom informacija; na ovoj drugoj komponenti se sve više zasniva konkurentska prednost. Informaciona tehnologija podržava sledećih pet poslovnih ciljeva: poboljšanje produktivnosti, smanjenje troškova, poboljšanje odlučivanje, poboljšanje odnosa sa kupcima i razvijanje novih strategijskih aplikacija (stvaranje novih poslova koji su postali tehnološki izvodljivi; stvaranje tražnje za novim proizvodima i procesima; stvaranje novih poslova na osnovu razvoja postojećih ak-

tivnosti).⁵ Za inovativni menadžment osnovno pitanje u upravljanju tehnologijom svodi se na balansiranje podrške tehnologiji preko koje se obezbeđuje konkurentska prednost (tzv. ključna tehnologija), da bi se ona održala, u odnosu na podršku tehnologiji čije tržišno konkurentske mogućnosti mogu biti značajne, ali ih nije moguće sa sigurnošću predvideti (tzv. dolazeća tehnologija). Najznačajnija inovacija savremene tehnologije vezana je za nastanak visoko kompjuterizovanih fleksibilnih proizvodnih sistema koji nisu ograničeni proizvodnjom samo nekoliko proizvoda (dominira ekonomija širine i varijeteta u odnosu na ekonomiju obim), a uz to poseduju mogućnost da brzo menjaju proizvode i njihove specifičnosti bez zaustavljanja proizvodnog procesa. Oni koriste numerički kontrolisane alatne mašine i robote čime dolazi do drastičnog smanjenja troškova pripreme i zastoja prilikom preusmeravanja proizvodnje sa jednog modela ili proizvoda na drugi. Takođe, troškove obrtnog kapitala svode na minimum, jer omogućavaju smanjenje zaliha.

Zaključak

Inovativni menadžment industrijskih kompanija na području Republike Srbije pravu protivtežu poslovnim izazovima postiže, po našem shvatanju, oformljenjem takve resursne strukture, sposobne da se proaktivno suoči sa „empirijski nepravilnim“. To što poslovne granice ne postoje, inovativni menadžment, strategijski profilisanim akcijama koje sprovodi, ne sprečava da se prema njima uputi. Izazovi inovativnog menadžmenta su, po pravilu, kompleksni, višežnačni i zagonetni; strategija inovacija ne troši efektivu retkih resursa, ona je pre, kao slika koja čuva njihovu izvornost, slika čija prisutnost fokusira ono šta će se dobiti, a ne ono šta će se izgubiti. U industrijskom okruženju Republike Srbije inovativni menadžment mora da usvoji u primeni koncept produbljivanja paradigme nove ekonomske stvarnosti, čiji su osnovni elementi: okruženje, strategije inovacija, kao i stvaranje radnih okvira koji motivišu zaposlene u industrijskom sektoru da, uz podršku ekonomije vremena i ekonomije ekspertize, doprinesu ostvarenju optimalnih industrijskih poslovnih performansi. On mora da osigura da se svakoj kritičnoj informacionoj masi posveti potpuna pažnja, mora da razvije procesnu aktivnost koja u kontinuitetu ugrađuje nove vrednosne opcije u usvojenu strategiju inovacija, kao i da ubrza alokaciju resursa tradicionalnih projekata na inicijative okrenute prema budućnosti.

5

Turban E., McLean E. i Wetherbe J. (2003); strana: 534.

LITERATURA

- Coulter Mary (2010), Strategijski menadžment na delu, DATASTATUS, Beograd.
Hamel Gary i Breen Bill (2009), Budućnost menadžmenta, MATE&Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Zagreb.
Shavinina L. (2003), The International Handbook on Innovation, Oxford, Elsevier.
Trott Paul (2008), Innovation Management and New Product Development, 4th Edition, Prentice Hall, Edinburgh, UK.
Turban E., McLean E. i Wetherbe J. (2003), Informaciona tehnologija za menadžment (transformisanje poslovanja u digitalnu ekonomiju, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd.
Wright J. (1981) „Success Factors in Innovation“ Industrial Marketing Digest, 6 (1).

FUTURE INNOVATIONS OF MANAGEMENT IN INDUSTRIAL ENVIRONMENT OF REPUBLIC SERBIA

Abstract

The new industrial environment for business companies in Republic of Serbia seeking to achieve competitive advantage, the critical factor for success are innovations (understood as the transformation of creative ideas in a product or process that can be used or sold). Innovations correspond to changes that occur due to continuous technological advancement, the exposure of resources to risk requirements and uncertainty and availability of information. The innovation consists of three components: innovation incentives (which are the result of an innovative approach to leadership, human resource management, knowledge management and creative management), innovation capacity (which is created and maintained by technology management and management of research and development) and innovation performance (which occur in the form of product innovation and process innovation). Innovation process is, by its nature, a practical operating process. Innovation management has to combine its business concept with the capacity of human factor to a) continuously introduce and monitor the implementation of changes, on the one hand, and b) focus its creativity on achieving optimal business performances in the present and future, on the other hand. The challenges of innovation management in the domain of innovations are related to the primary instigators of innovations: consumers, employees diversification (diversity), coordination of relationships and relations between business companies that are mutually supportive and technology.

Key words: innovation management, innovation, industrial environment

*Mr Miroslav Nikolić**
*Mr Maja Stošković***

MESTO I ULOGA MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA I PREDUZETNIKA U RAZVOJnim STRATEGIJAMA EU I SRBIJE

Rezime

Mala i srednja preduzeća u stručnim i političkim krugovima Evropske unije su prepoznata kao ključni izvor promena, konkurentnosti, inovativnosti, fleksibilnosti, novog zapošljavanja, povećanja produktivnosti, važan faktor ekonomskе stabilnosti na lokalnom i regionalnom nivou, pokretač kulturnog razvoja i održivih promena u Evropi i motor ukupnog privrednog razvoja. U skladu sa prepoznatim značajem, Evropska unija, stavlja MSP u središte svojih razvojnih politika i definiše mere i programe podrške. Osnovni strateški i akcioni dokumenti Evropske unije u vezi podsticanja i razvoja MSP su: a) Evropa 2020 (ranije Lisabonska strategija), b) Akt o malim preduzećima (ranije Evropska povelja o malim preduzećima) i c) Akcioni plan za preduzetništvo. MSP imaju veliki značaj i za poslovanje i razvoj srpske privrede, a kako se proces evropskih integracija produbljuje, tako se i evropske politike sve više odražavaju na poslovanje preduzeća u Srbiji. Zbog velikog razvojnog značaja, kao i želje da Srbija postane punopravn član Evropske unije, u Srbiji se po uzoru na EU donose zakoni, programi i mere podsticanja kako bi domaća MSP ostvarila evropski nivo razvoja i iskoristila svoj puni razvojni kapacitet.

Ključne reči: mala i srednja preduzeća, uloga i značaj MSP, nivo razvijenosti MSP, strategije razvoja, postignuti rezultati

Uvod

Mala i srednja preduzeća imaju veliki značaj za razvoj svake privrede. Njihov značaj se ogleda u tome što zapošljavaju veliki broj radnika i generator su novog zapošljavanja, značajan su stabilizator poslovnog ciklusa, daju značajan doprinos uvođenju i brzoj difuziji inovacija, dinamiziraju lokalni razvoj,

*

** Ministarstvo finansija

Privredna komora Beograda

kreiraju dohodak, smanjuju siromaštvo i neravnometnu distribuciju dohotka, povećavaju kapacitet domaćeg tržišta, kao i konkurentnost, produktivnost i efikasnost ukupne privrede. MSP su i veoma fleksibilna preduzeća, pa samim tim i otpornija na krizne uslove, brže se prilagođavaju novim, otežanim uslovima poslovanja i sporije smanjuju broj zaposlenih što je u uslovima krize od izuzetne važnosti za svaku privredu.

Kriza je, po pravilu, dobar pokazatelj prave slike stanja u privredi, a nedavna velika svetska ekomska kriza ukazala na je slabosti globalne privrede zasnovane na velikim preduzećima opterećenim glomaznom administarcijom i teško promenljivom strukturon proizvoda i usluga. U uslovima krize MSP su značajno ublažila ekonomski pad i mnogo manje su otpuštala radnike u odnosu na velika preduzeća. Tokom krize velika preduzeća su imala stopu otpuštanja dva puta veću nego u malim, a tri puta veću nego u mikro preduzećima, iz čega sledi da su MSP značajan stabilizator poslovnog ciklusa. Takođe, ekonomski oporavak koji je u toku, a pogotovo napor na prevazilaženje velike nezaposlenosti, jasno ukazuju na prednost MSP jer su to preduzeća koja u kratkom roku mogu povećati svoju produktivnost na bazi inovacija i fleksibilnosti. Upravo velika otpornost i mogućnost preživljavanja najbolje ukazuju na značaj i ulogu MSP u svetu, a posebno u evropskoj privredi.

Značaj MSP za razvoj evropske i srpske privrede

Iako posmatrano prema zvaničnoj definiciji, većina MSP ne sprovodi aktivnosti iz domena istraživanja i razvoja, ona ipak igraju ključnu ulogu inovatora u evropskoj privredi. Inovacije kod MSP u velikoj meri zavise od kvalifikovanosti i sklonosti preduzetnika (menadžera) i zaposlenih, kao i od saradnje sa dobavljačima i klijentima. Tržišni uspeh inovativnih MSP u konkurentnom okruženju zavisi od njihove sposobnosti da poboljšaju proizvode, usluge i modele distribucije. Međutim, mnoga MSP zbog ograničenih resursa nalaze se pred strukturnim izazovima i teško im je da idu u korak sa tehnološkim razvojem što je uslovilo potrebu za pomoć MSP u njihovim inovacionim naporima.

MSP su, takođe, važan faktor ekonomске stabilnosti na lokalnom i regionalnom nivou i nalaze se u centru tzv. evropskog socijalnog modela. Vlasnici/menadžeri MSP po pravilu su zainteresovани za dugoročni razvoj lokalne privrede, dok su menadžeri i vlasnici velikih preduzeća (posebno multinacionalnih korporacija) prevashodno okrenuti rastu prometa i ostvarivanju kratkoročnog profita. MSP su generalno odgovornija prema svojim zaposlenima i in-

tegrisanija su u lokalno društvo i imaju važnu ulogu u stabilizaciji društva i stvaranju održive društvene kohezije.

MSP oduvek su predstavljala pokretače kulturnog razvoja i održivih promena u Evropi, uz istovremeno zalaganje za očuvanje nasleđa i vrednosti. To je posebno karakteristično za zanatlige koji čine značajan deo celokupnog MSP sektora. Preduzetničke radnje i mala i srednja preduzeća, takođe, imaju centralnu ulogu u obezbeđivanju stručnih obuka i obuka za osposobljavanje za nova radna mesta, kao i pri integraciji emigranata na zvanična tržišta rada, koja često počinju kao nezavisni, mali preduzetnici ili kao zaposleni u MSP. Sve to čini da značaj MSP značajno prevazilazi statističke podatke koji se nalaze u tabeli u nastavku.

Ulogu MSP u EU može se videti iz osnovnih i izvedenih pokazatelja poslovanja. U Evropskoj uniji od preko 20 miliona preduzeća, 99,8% su MSP (samo 42 hiljada preduzeća ima više od 250 zaposlenih, dok više od 18 miliona su mikro preduzeća imaju manje od 10 zaposlenih). Prosečno evropsko preduzeće obezbeđuje 6 radnih mesta, uključujući i menadžera/vlasnika, a stvaraju i skoro 60% dodatne vrednosti i prometa i oko " profita privrede EU. Za MSP se sa pravom može reći da predstavljaju generator novih radnih mesta, i da su najdinamičnija snaga evropske privrede i izvor međunarodne konkurentosti.

Tabela: Pokazatelji poslovanja MSP u izabranim zemljama EU i Srbiji

| | EU | Mađar-ska | Slove-nija | Rumu-nija | Bugar-ska | Srbija |
|-------------------------------|--------|-----------|------------|-----------|-----------|--------|
| | | 2008 | 2009 | | | |
| Br. preduzeća, u 000 | 20.727 | 532 | 102 | 440 | 303,4 | 314,8 |
| Br. zaposlenih, u 000 | 90.006 | 1.767 | 424 | 2.633 | 940,2 | 872,5 |
| Promet, u mlrd. EUR | 14.284 | 163 | 51 | 268 | 58,3 | 46,6 |
| BDV, u mlrd. EUR | 3.626 | 25 | 11 | 37 | 10,5 | 8,7 |
| Profit, u mlrd. EUR | 977 | 1 | 1 | 19 | 4,0 | 3,2 |
| Br. MSPP na 1.000 stanovnika | 41,6 | 53,0 | 50,7 | 20,4 | 41,4 | 43,0 |
| Broj zapos. po preduzeću | 4,3 | 3,3 | 4,2 | 6,0 | 3,1 | 3,1 |
| Prom. po zap. u 000 EUR | 158,7 | 92,2 | 120,3 | 101,8 | 62,0 | 53,4 |
| BDV po zaposlenih u 000 EUR | 40,3 | 14,1 | 25,9 | 14,1 | 11,1 | 10,0 |
| Prof. po zaposlenih u 000 EUR | 10,9 | 0,6 | 2,4 | 7,2 | 4,2 | 3,6 |
| Stopa profitabilnosti | 27,0 | 2,0 | 9,0 | 52,0 | 38,1 | 36,2 |

| Procentualno učešće MSP u nefinansijskom sektoru | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Broj preduzeća | 99,8 | 99,8 | 99,7 | 99,6 | 99,7 | 99,8 |
| Broj zaposlenih | 67,4 | 71,1 | 67,0 | 63,6 | 74,1 | 66,7 |
| Promet | 57,7 | 58,8 | 63,2 | 58,7 | 65,1 | 67,8 |
| BDV | 57,7 | 51,9 | 59,8 | 42,2 | 54,1 | 57,4 |
| 00Profit | 49,4 | - | 29,1 | 34,8 | 45,4 | 54,1 |

Prema: Izveštaj o razvoju MSPP za 2010, Ministarstvo finansija, Beograd, radni dokument, str. 37

Poput evrpskih MSP i u Srbiji imaju značajnu ulogu. U Srbiji u 2009. godini od 314.827 preduzeća, 99,8% su MSPP (303.449 preduzeća), pri čemu po brojnosti dominiraju preduzetničke radnje (70,8% svih MSPP), zatim mikro (24,9%), mala (3,5%), pa srednja preduzeća (0,8%), što govori o strukturi privrede u obliku piramide, u čujem se temelju nalazi veliki broj preduzetničkih radnji, koje se naslanjaju mikro, zatim mala i srednja preduzeća, a na vrhu se nalazi mali broj velikih preduzeća. U strukturi sektora MSPP, iako nisu najbrojnija mala i srednja preduzeća (12.343) dominiraju po svim ostalim indikatorima poslovanja (52,7% zaposlenosti, 57,6% prometa, 60,2% BDV, 76,0% izvoza i 74,2% uvoza). MSPP su i najdinamičniji deo privrede na šta ukazuje činjenica da se u periodu 2004-2009. godine ukupan broj preduzeća povećao za 6,3%, pri čemu se broj velikih preduzeća smanjio za 6,3%, dok se broj preduzetničkih radnji povećao za 2,1%, a MSP za 18%. Međutim, recesija je uticala na smanjenje sklonosti MSPP ka investiranju, kao i na smanjeno učešće opreme i građevinskih radova u tehničkoj strukturi investicija. Prema udelu investicija u BDV, sektor MSPP je ispod proseka nefinansijskog sektora (27% prema 32%), a unutar ovog sektora prisutne su značajne razlike. Krizom su najviše pogodžena mikro preduzeća čija izdvajanja u 2008. iznose samo 9% BDV (u 2007. godini 29%), dok su iznad proseka jedino srednja preduzeća (36%). Takođe, mikro preduzeća su u opremu uložila tek 9% ukupnih investicija, što je neuporedivo manje nego u 2007. kada je taj procenat iznosio 62,4%. Preduzetnici najviše ulažu u građevinske radove, čije učešće u ukupnim građevinskim radovima nefinansijskog sektora iznosi 19,7%. Problem predstavlja i nepovoljna tendencija koncentracije broja MSPP u dva sektora (Trgovina na veliko i malo 34,4% i Prerađivačka industrija 17,2%) i to pretežno u dva regiona (Gradu Beogradu 29,5% i Južno-bačkom okrugu 10,0%)¹.

1

Izveštaj o razvoju Republike Srbije za 2010, (2011), Ministarstvo finansija, Beograd, str. 36

Komparativna analiza razvijenosti sektora MSPP u Srbiji i u zemljama EU, pokazuje da prema učešću u broju preduzeća i zaposlenosti, kao i ostvarenom prometu i BDV-u, sektor MSPP Srbije je na nivou proseka EU. Međutim, veliko je zaostajanje sektora MSPP Srbije u odnosu na prosek EU ako se posmatraju promet po zaposlenom, BDV po zaposlenom i profit po zaposlenom. Uporedna analiza investicija po zaposlenom i investicija po preduzeću u zemljama okruženja i EU-27 ukazuje na značajno niži nivo ovih pokazatelja u Srbiji, kako za sektor MSPP tako i za ukupnu privredu. Investicije po zaposlenom u MSPP sektoru iznose 3.000 EUR (prosek EU 7.700 EUR), a investicije po preduzeću 9.200 EUR (EU 33.400 EUR). Drugačija slika je jedino kod profitabilnosti gde MSPP Srbije imaju veću profitabilnost u odnosu na prosek EU, Slovenije, Češke Republike, Mađarske i Poljske, ali manju od Bugarske i Rumunije što ukazuje da je veća stopa profitabilnosti karakteristična za zemlje gde MSPP još uvek nisu dovoljno razvijena i gde razvojni potencijal sektora MSPP, iako u porastu, još uvek nije u potpunosti iskorišćen.²

Politike podrške razvoju malih i srednjih preduzeća u Evropskoj uniji i Srbiji

Stvaranje visoko konkurentne privrede je cilj svake zemlje. Vlade zemalja EU svesne su neohodnosti održanja i povećanja konkurenčnosti u odnosu na najkonkurenčnije svetske privrede kao što su SAD, Japan, zemlje BRIKS-a (Brazila, Rusije, Indije, Kine i Južne Afrike) i zemalja iz grupe Azijских tigrova i zmajeva. Zato poslednjih godina, političari na svim nivoima u sve većoj meri priznaju značaj MSP za razvoj evropske privrede, i prepoznaju potrebu za pomoći MSP koja se oslikava u zakonskoj regulativi koju prate razne mere i programi pomoći i podrške MSP. Postupno je postalo jasno da stvaranje uslova za razvoj MSP zahteva uskladenu državnu politiku kojom se obuhvataju aktivnosti različitih područja - od obrazovanja i nauke, uklanjanja administrativnih prepreka i prevelike birokratije, do jačanja institucija za podršku MSP i poslovne infrastrukture, a poslebno su značajni naporci vezani za omogućivanje povoljnog finansiranja MSP.

Konstantan rast značaja MSP u EU je potvrđen praktičnim politikama koje sprovode Evropska komisija i zemlje članice. U tom smislu EU, stavljajući MSP u središte svojih razvojnih politika, definiše mere, podsticaje, razne razvojne programe i dr. U skladu sa tim, strateški i akcioni dokumenti Evropske

2

isto

unije u vezi podsticanja i razvoja MSP su: a) Evropa 2020 (ranije Lisabonska strategija), b) Akt o malim preduzećima (ranije Evropska povelja o malim preduzećima) i c) Akcioni plan za poduzetništvo.

a) Evropska razvojna strategija "Evropa 2020" se u velikoj meri se oslanja na MSP i ostvarivanje nihovog potencijala. Nova desetogodišnja razvojna strategija "Evropa 2020" ima za cilj da Evropsku uniju transformiše u održivu i inkluzivnu ekonomiju. U skladu sa tim, kreatori ekonomske politike postavili su pet prioriteta koji se odnose na politiku zapošljavanja, inovacije, nauku i obrazovanje, društvenu inkluziju i upravljanje klimatskim i energetskim promenama, od kojih će svaka članica pojedinačno usvojiti nacionalne strategije u skladu sa svojim prioritetima. Nova evropska razvojna strategija između ostalog predlaže uvođenje nadzora država i povezivanje programa fiskalne stabilizacije uz veća ulaganje u nauku i obrazovanje. Uspešnost u ostvarivanju ovog cilja utičće na stvaranje konkurentne i dinamične privrede sa više boljih radnih mesta i povećanom socijalnom kohezijom. Dinamični preduzetnici sa dovoljnim nivoom znanja i poslovnih veština su u dobroj poziciji da realizuju prilike koje im donosi globalizacija, kao i da uživaju koristi od novih tehnologija i inovacija. U privrednom ambijentu koji je obeležen stalnom potrebom da se prave strukturne promene i pod uvećanjem konkurenetskog pritiska, uloga MSP se ogleda u snabdevanju tržišta novim i kvalitetnim prilikama za zaposlenje, čime se utiče na blagostanje lokalnih i regionalnih zajednica, ali i celih evropskih zemalja.

Značajan aspekt strategije je plan za izgradnju "Inovativne unije" koja ima za cilj da pomogne pristup izvorima finansiranja namenjenih za istraživanje i inovacije MSP. Planirano je da do sada nezadovoljavajući nizak nivo izdavanja od 1,9% BDP trebao bi da bude povećan na 3%, a kako bi se efikasno iskoristila ova sredstva potreбно je da se osposobi veliki broj istraživača na nacionalnom nivou. Kada je reč o zapošljavanju očekuje se da u narednih deset godina stopa zaposlenosti bude 75% za radno sposobne između 20 i 64 godine starosti, posebno podržavajući zapošljavanje mlađih, žena, legalnih migranata i dr., i da će MSP odigrati najzačajniju ulogu u tom procesu.

Strategija 2020 je nastavak evropske razvojne strategije poznate pod nazivom Lisabonski ugovor, koja je usvojena 2000. godine i čiji je cilj bio stvaranje najkonkurentnije i najdinamičnije privrede na svetu. Ova strategija se zasnivala na tri stuba:

1) privredni stub - priprema teren za tranziciju prema konkurentnoj i dinamičnoj privredi zasnovanoj na znanju, pri čemu je naglasak bio na potrebi za stalnim prilagođavanjima promenama u informacijskom društvu i za pospešivanjem istraživanja i razvoja;

2) socijalni stub - koncipiran je tako da modernizuje evropski socijalni model ulaganjem u ljudske resurse i borborom protiv socijalne isključenosti. Od država članica se očekivalo da ulažu u obrazovanje i osposobljavanje i da sprovođe aktivnu politiku zapošljavanja, kako bi olakšale tranziciju prema društvu zasnovanom na znanju;

3) ekološki stub - koji je uključen 2001. godine, i odnosi se na činjenicu da se privredni rast mora odvojiti od neumerenog korišćenja prirodnih resursa.

Konkretnije, prema Lisabonskoj strategiji, jačanje konkurentnosti Unije baziralo se na sedam ciljeva: 1) šire i efikasnije korištenje novih informacijskih tehnologija; 2) stvaranje evropskog prostora za istraživanje i inovacije; 3) dovršetak izgradnje jedinstvenoga unutrašnjeg tržišta EU; 4) stvaranje efikasnijih i integrisanijih finansijskih tržišta; 5) jačanje preduzetništva poboljšanjem i pojednostavljenjem regulatornog okruženja poduzeća; 6) jača socijalna kohezija bazirana na podsticanju zapošljavanja; 7) unapređenje veština i modernizacija sistema socijalne zaštite; 8) održivi razvoj koji bi osigurao dugoročni kvalitet života.

Lisabonska strategija je predviđala uspostavljanje informatičkog društva, veće ulaganje u istraživanje i razvoj ljudskog kapitala putem obrazovanja. Cilj Strategije je bio efikasno prenošenje propisa EU-a na nacionalni nivo, uklanjanje prepreka slobodnom kretanju usluga (uključujući finansijske) u EU, dovršetak jedinstvenog tržišta u "mrežnim" industrijama (liberalizacija tržišta električne energije, plina, poštanskih usluga, železničkog i vazdušnog saobraćaja), kao i osiguranje jednoznačne primene pravila o državnoj pomoći. Lisabonska strategija je, takođe, predviđala stvaranje okruženja koje podstiče inovacije, investicije i preduzetništvo olakšanim pristupom finansijskim institucijama, jasnjim pravilima stečaja i lakšim osnivanjem poduzeća, kao i smanjivanjem troškova poslovanja.

b) Akt o malim preduzećima (Small Business Act - SBA) je strateški dokument Evropske komisije koji priznaje ključnu i centralnu ulogu MSP u evropskoj privredi, i predlaže savremen okvir za realizaciju praktičnih politika podrške i pomoći MSP. Uzimajući u obzir činjenicu da je važnost MSP priznata na najvišem političkom nivou, i da i dalje postoje brojni problemi sa kojima se treba suočiti, u smislu podrške MSP, SBA se pojavio iz potrebe da se izvrši usklađivanje političkih želja i proklamacija sa realnim stanjem u evropskim privredama. Tako, ovaj dokument predstavlja set principa i predloga za kreiranje praktičnih politika, kojima treba da bude vođena konceptualizacija i implementacija mera praktičnih politika na nivou EU i država članica. SBA je kreiran sa namerom da dođe do unapređenja pristupa preduzetništvu, u oblasti

zakonodavstva i usluga javne administracije, ali i na direktnoj podršci MSP u prevladavanju prepreka i kreiranju jednakih uslova za tržišnu utakmicu.

SBA je dokument koji se zasniva na uverenju da preduzetništvo i MSP treba podržavati svom snagom i da ih treba nagrađivati, jer se smatra da preduzetnički duh predstavlja kičmu razvoja društva. MSP treba pomoći da "cvetaju", predloženi principi treba da budu "ukorenjeni" u procesu kreiranja političkih i regulatornih okvira, pritom osiguravajući da pravila odgovaraju većini subjekata, koji će njima biti obuhvaćeni. Kada otpočinjanje i rast poslovanja nailazi na nepotrebne prepreke, one se moraju otklanjati brzo i efikasno. Na MSP se gleda kao na deo rešenja, a ne kao na deo problema, što podrazumeva proaktivan pristup u kreiranju i realizaciji praktičnih politika i mera za unapređenje položaja MSP.

SBA je temelj ekonomске politike Evropske komisije i sredstvo zemalja članica EU za povećanje konkurentnosti njihovih privreda. Kako konkurenost privrede zavisi od MSP realizacija strategijskih opredeljenja iz SBA značajno doprinosi ostvarenju ciljeva nove evropske strategije Evropa 2020 - Strategije za pametan, održivi i sveobuhvatni razvoj.

Osnovni moto SBA je "Prvo razmišljajte o malima", a kreatori evropske politike smatraju da je "vreme da se jednom i zauvek, potrebe MSP zacementiraju kao osnov politike EU i da se u delo prevedu vizije evropskih lidera iz 2000. – napraviti od EU prvakansko okruženje za MSP".

SBA je obuhvaćen ambiciozan paket konkretnih i dalekosežnih mera, što se ogleda u zakonodavnoj inicijativi (predlaganje 4 Regulative i Direktive EU), koja će principe pretoći u akciju. Akt je kreiran tako da se obezbedi potpuna politička obaveza Evropske komisije i država članica.

SBA počiva na 10 principa, koji se popularno nazivaju "10 zapovesti za razvoj MSP":

1. Stvaranje okruženja u kome preduzetnici i porodični biznisi mogu da cvetaju, i gde se preduzetništvo nagrađuje;
2. Osigurati da časni preduzetnici, koji su doživeli bankrotstvo brzo dobiju drugu šansu;
3. Kreirati regulativu na osnovu principa "Think Small first" - Prvo razmišljati o malima;
4. Javna administracija da pravilno i brzo reaguje na potrebe MSP;
5. Prilagoditi alate i mere državne politike potrebama MSP: uticati na mogućnost učešća MSP u javnim nabavkama i na bolju upotrebu državnih fonda za podršku MSP;

6. Omogućiti MSP pristup finansijama i razvijati zakonsko i biznis okruženje koje podržava da plaćanja i komercijane transakcije budu izvršavane na vreme;
7. Pomoći MSP da imaju više koristi od Zajedničkog tržišta EU;
8. Promovisanje i unapređivanje veština kod MSP i svih formi inovativnosti;
9. Omogućiti MSP da izazove koji se odnose na životnu sredinu, pretvaraju u poslovne prilike;
10. Ohrabriti i podržati MSP da imaju koristi od proširenja tržišta.

Neposredni rezultat donošenja SBA ogleda se u tome što je napravljen značajan napredak u smanjenju birokratskih procedura, dok je visina sredstava strukturnih fondova raspoloživih za podršku MSP značajno uvećana. Takođe, znatan napredak je učinjen kroz akcije na jačanju MSP u nekoliko područja, a neki od njih su: 100.000 MSP imali su direktnе koristi od finansijskih instrumenata iz Okvirnog programa konkurentnost i inovacije, kojim se kreiralo više od 100.000 radnih mesta; kroz direktivu o kašnjenjima kod plaćanja postiglo se da javne vlasti sada moraju izmiriti račune svojim dobavljačima u roku od 30 dana, čime su poboljšani tokovi gotovinskog poslovanja; u većini zemalja članica EU vreme i troškovi za osnivanje preduzeća znatno su smanjeni, istovremeno smanjujući prosek EU za registraciju društva s ograničenom odgovornošću sa 12 dana i 485 EUR u 2007. na 7 dana i 399 EUR u 2010.; usklađivanje Internet procedura i postupaka, kao i mogućnosti za zajednički nastup, učinili su učestvovanje u procesima javne nabavke lakšim i pristupačnijim za MSP.

Zemlje članice su sledeći primere dobrih praksi, značajno unapredile okruženje za MSP. Međutim, i pored takvog ohrabrujućeg napredka, svakako je potrebno da se i dalje preduzimaju značajne mere za unapređenje razvoja MSP. MSP u EU su i dalje manje produktivna i sporije rastu od MSP u SAD. U SAD se broj zaposlenih povećava i do 70% u prvih sedam godina, dok je u EU taj procenat samo 20%. Istraživanja ukazuju da u EU i dalje postoje značajne administrativne prepreke, dostupnost finansijama, manjak veština i znanja vlasnika/menadžera i radnika u MSP.

Aktu o malim preduzećima prethodila je Evropska povelja o malim preduzećima, koja je usvojena u junu 2000. godine od strane lidera zamalja EU. Ona je isticala značaj MSP za rast, konkurentnost i povećanje zaposlenosti u EU. U njoj se ukazivalo na to šta su zemlje članice EU i Evropska komisija trebale da učine kako bi poboljšali okruženje za poslovanje malih preduzeća. U tom smislu Povelja se zalaže za veću podršku i ohrabrvanja MSP u brojnim oblastima koja su od presudnog značaja kao što su: obrazovanje za predu-

zetništvo, jeftinije i brže osnivanje novih preduzeća, bolja legislativa i regulacija, razvoj veština, poboljšanje online pristupa bazama podataka i državnoj administraciji, lakši pristup tržištu, porezi i finansiranje, jačanje tehničkih kapaciteta, e-poslovanje i razvoj snažnijeg i efektivnijeg predstavljanja interesa MSP pred EU i na nacionalnom nivou. Do donošenja Akta o malim preduzećima Evropska povelja o malim preduzećima je bila osnov ekonomске politike Evropske komisije i sredstvo zemalja članica EU za povećanje konkurentnosti njihovih privreda, a realizacija strategijskih opredeljenja Povelje bitno je doprinela ostvarenju ciljeva Lisabonskog samita da Evropa postane najkonkurentnija i najdinamičnija privreda na svetu do 2010. godine.

c) Preduzetnička politika Evropske unije podstiče ulaganja u nauku i razvoj novih tehnologija, strateški važne grane proizvodnje kao što su svemirska tehnologija, biotehnologija, robotika, hemijska industrija itd., a sve u kontekstu razvoja društva i privrede zasnovane na znanju. U tu svrhu Evropska komisija je donela Akcioni plan preduzetništva, koji daje podršku razvoju MSP finansirajući obrazovanje, promovišući svest o prednostima preduzetništva, ali i zaštitom od uticaja sive ekonomije.³

Nakon opsežnih javnih konsultacija o "Zelenoj knjizi o preduzetništvu", Evropska komisija je 2004. godine objavila Akcioni plan: Evropski program za preduzetništvo, koji se fokusirao na aktivnosti u pet područja politike: preduzetništvo, podsticaji za preduzetnike, konkurentnost i rast, pristup finansiranju i smanjenje birokratije.

Akcioni plan je dizajniran za pružanje strateškog okvira za podsticanje preduzetništva, nadopunjavanje započetih planova i programa, posebno Višegodišnjeg programa za preduzeća i preduzetništvo iz 2000. godine. Cilj Akcionog plana je ohrabriti što više ljudi za preduzetništvo i da im se osigura pomoć u napredovanju. Evropska Komisija je naglasila da su zajednički napor država članica, profesionalnih organizacija i lokalnih vlasti potrebni kako bi se postigao cilj - promovisanje koordiniranog pristupa.

Za poboljšanje stanja preduzetništva u Evropskoj uniji, Komisija je predložila mere u pet strateških područja politike⁴:

1) preduzetničko razmišljanje: Komisija nastoji razvijati svest o preduzetničkom duhu kod predstavljanja modela najboljih praksi i razvoja preduzetničkih znanja i veština među mladim ljudima;

³

Politike i aktivnosti EU – Preduzetništvo, <http://www.entereurope.hr/page.aspx?PageID=90>

⁴

isto

2) bolji podsticaji za preduzetnike: Ovo se ne odnosi samo mogućnosti da se preduzeće registruje brzo i jeftino, već se odnosi na potrebu za pravednjom ravnotežom između rizika i nagrada, čime se omogućavaju poslovni transferi i nova socijalna poduzeća;

3) rast i konkurentnost: Komisija nastoji da pruži podršku i obuku za preduzetnike iz svih sredina, posebno za žene i etničke manjine. Osim toga, Komisija podstiče prekograničnu trgovinu, mreže za podršku i strateška partnerstva između preduzetnika;

4) pristup finansiranju: Cilj Komisije je stvoriti više kapitala i osnažiti bilaže kroz poboljšanje dostupnosti zajedničkog kapitala, investicija i privatnih pojedinaca. Postojeći finansijski instrumenti koristiće se i za smanjenje poreza kapitala;

5) zakonski i administrativni okvir: Administrativne prepreke i regulatorna opterećenja trebaju biti smanjena i pojednostavljena u područjima kao što su oporezivanje, zapošljavanje i zaštita životne sredine.

Pored definisanja strategija i akcionih planova na nivou EU usvojeni su i programi finansiranja MSP. Najznačajniji izvori sredstava za MSP su strukturalni fondovi, među kojima su Evropski fond za regionalni razvoj, Kohezioni fond i Evropski socijalni fond.

Iz ugla MSP posebno su značajna dva programa: CIP (Program za inovacije i konkurentnost EU) i FP7 (Sedmi okvirni program za istraživanje i tehnološki razvoj), koji su u stvari nastavak Višegodišnjeg plana MSP primenjivanog u razdoblju između 2001. i 2006. godine i Šestog okvirnog programa za istraživanje i tehnološki razvoj.

CIP program usmeren je održivom razvoju inovativnih MSP, koji će biti usklađen s politikom zaštite okoline, upotrebom obnovljivih izvora energije, uz mogućnost lakšeg pristupa finansijskim oblicima pomoći i učenja na primerima najbolje prakse. Ovaj program Evropske unije usvojen je u okviru nove finansijske perspektive za razdoblje od 2007. do 2013. godine uz odobreni ukupni budžet od 3,6 mlrd EUR. CIP će pomoći razvoju kapaciteta preduzetništva i industrije, s naglaskom na rastu i inovaciji, uz pojačano korišćenje informacijske i komunikacijske tehnologije, tehnologije za zaštitu okoline i izvora održive i obnovljive energije.

Program FP7 - glavni je finansijski instrument za podršku aktivnosti naučnog istraživanja i tehnološkog razvoja Unije koji pokriva gotovo sve naučne discipline. Za razliku od prethodnih okvirnih programa, koji su trajali od tri do pet godina, sedmi okvirni program traje sedam godina, od 2007. do kraja 2013. godine. FP7 je dizajniran tako da poboljša uspešnost u odnosu na prethodne programe, koji su imali za cilj formiranje Evropskog istraživačkog po-

dručja (European Research Area - ERA) i razvijanje ekonomije Evrope zasnovane na znanju. Ukupni budžet iznosi 50,5 mlrd. EUR za sedmogodišnji program FP7 i dodatnih 2,7 mlrd. EUR za petogodišnji Euroatom program za nuklearna istraživanja.

Kako se proces evropskih integracija Srbije produbljuje, tako se i evropske politike sve više odražavaju na poslovanje preduzeća u Srbiji. Domaća preduzeća sve ozbiljnije se suočavaju sa izazovima konkurentnosti i prilagođavanja evropskim standardima. MSP u Srbiji posluju u izrazito promenljivim i nepredvidivim uslovima privređivanja karakterističnim za zemlje u procesu tranzicije. Takav ambijent karakteriše dinamičano poslovno okruženje, zavisno od priliva stranih i domaćih investicija (pre svega grifild investicija) gde postoji lančani problem naplate potraživanja, nelikvidnost, nepovoljna poreska politika, zastarela tehnologija, problemi sa deviznim kursum, visok nivo birokratije, politička nestabilnost i sl. U nedostatku adekvatne pomoći države MSP, izazovi za započinjanje posla su složeniji. U tako složenoj sredini u kojoj splet internih i eksternih faktora često otežava a poneka i gotovo onemogućava normalno poslovanje, MSP se žilavo bore da opstanu i unapređuju svoje poslovanje.

Kako svi principi, predlozi, mere i prakse, koje su predstavljeni u SBA i drugim evropskim dokumentima koji tangiraju MSP, primenljive su i na srpski privredno-pravni sistem, tako da njihova primena može donese neosporne koristi domaćim MSP i da se značajno utiče na rast i razvoj srpske privrede.

U skladu sa tim, doneta je Strategija razvoja konkurentnih i inovativnih MSP za period od 2008. do 2013. godine koja predstavlja strateški dokument kreiranja politike razvoja MSPP koji na konzistentan i celovit način definije osnovne prioritete i načine njihovog ostvarivanja u narednim godinama. Strategija predstavlja kontinuitet daljeg unapređenja politika podsticanja razvoja MSP u Srbiji, definisane Strategijom razvoja MSPP u Srbiji 2003-2008 i Platom za podsticanje MSPP 2005-2007.

Stvaranje i razvoj velikog broja konkurentnih i inovativnih MSPP je suština Strategija razvoja konkurentnih i inovativnih MSP za period od 2008. do 2013. godine i po svom duhu, principima i osnovnim strategijskim pravcima kompatibilna je sa Aktom o malim preduzećima koji je usvojila EU. Tako da, Strategija u Republici Srbiji ima istu ulogu koju ima SBA u zemljama EU, odnosno predstavlja najširu osnovu za povećanje konkurentnosti MSP i preduzetništva.

Strategija polazi od činjenice da ekonomski napredak i razvoj Srbije mora da se zaniva na konkurentnoj ekonomiji zasnovanoj na znanju, novim tehnolo-

gijama i inovativnosti. U ostvarivanju tog cilja, od preduzetništva se očekuje važan doprinos u ekonomskom i društvenom razvoju.

Strategija je osmišljena tako da doprinosi daljem jačanju i efikasnom korišćenju razvojnih potencijala sektora MSP, što će se pozitivno odraziti na ekonomski rast Srbije. Takvo usmerenje treba da doprinese povećanju konkurenčnosti i izvoza, daljem jačanju inovacionih kapaciteta preduzeća, dinamičnjem rastu zaposlenosti i ravnomernijem regionalnom razvoju.

Očekivani rezultati Strategije ostvarice se realizacijom osnovnih principa sadržanih u pet stubova Strategije, čiji je cilj pretvaranje politike u aktivnosti:

1. promocija i podrška preduzetništvu i osnivanju novih preduzeća;
2. ljudski resursi za konkurentan MSP sektor;
3. finansiranje i oporezivanje MSP;
4. konkurenčne prednosti MSP na izvoznim tržištima;
5. pravno, institucionalno i poslovno okruženje za MSP u Republici Srbiji.

U Strategiji polazne osnove za podsticanje razvoja MSP predstavljaju:

- 1) prioritetne potrebe razvoja MSP;
- 2) politika podrške MSP u EU i Akt o malim preduzećima za Evropu;
- 3) primena principa Evropske povelje o malim preduzećima.

Donošenjem Strategije razvoja konkurentnih i inovativnih malih i srednjih preduzeća 2008 -2013 stvorena je dobra osnova za dalji napredak u razvijanju funkcionalnog okvira za pružanje podrške MSPP. Iako taj okvir već u velikoj meri postoji, realizacija podrške nije uvek bila koherentna, dovoljno integrisana, a postao je veliki problem kod njenog finansiranja. Posledica toga je postojanje određenih problema u pristupu MSP odgovarajućim oblicima podrške u regionima i nedovoljna fokusiranost na MSPP sa inovativnim i izvoznim potencijalom koja imaju mogućnosti da povećaju zasploštenost. Očekuje se da će doslednim sprovođenjem Strategije postojeći problemi biti prevaziđeni i MSPP će moći u punoj meri da ispunje svoju razvojnu ulogu, da postanu motor razvoja privrede i njene konkurenčnosti.

Politiku MSP karakteriše kompleksnost, višedimenzionalnost, pa je potrebno utvrđivanje nadležnosti i obezbeđivanje koordinacije resorno odgovornih institucija. Posmatrano prema Indeksu politike MSP, Srbija se nalazi u grupi zemalja koje su u potpunosti zaokružile zakonodavni i institucionalni okvir koji podržava politiku podsticanja razvoja MSPP i sa prosečnom ocenom oko 3,3 se nalazi na pola puta do stanja koje je potrebno da ima u trenutku prijema u EU (ocena 4-5).

Analiza primena principa Evropske povelje o malim preduzećima ukazuje na napredak Srbije u razvoju politike MSP. Najveći napredak je postignut u

realizaciji principa "Jeftinijeg i bržeg osnivanja preduzeća" i "Finansiranja i oporezivanja", dok su najslabiji rezultati postignuti u realizaciji principa "Raspoloživost znanja i veština" i obezbeđenja "Snažnijeg zastupanja interesa MSP u javnom sektoru". Indikatori sproveđenja Akta o malim preduzećima koje Evropska komisija objavljuje i u kojima se daju informacije o osnovnim kretanjima u MSP i primeni principa SBA za zemlje-članice EU i 10 zemalja partnera (među kojima je Srbija) pokazuju da u Srbiji u pojedinim oblastima postoje napredak. U sklopu politike podsticanja MSPP, posebno, kao primer dobre prakse, ističu start-up kredite za MSPP, kojima država podstiče osnivanje novih privrednih subjekata. Takođe, ukazano je da je pokrenuta aktivnost u sedam SBA oblasti, izuzimajući "Drugu priliku", "Jedinstveno tržište" i "Okruženje".

Tabela: Osnovni indikatori sprovođenja Zakona o malim preduzećima

| | EU | Mađarska | Slovenija | Rumunija | Bugarska | Srbija |
|---|--------------|----------|-----------|----------|----------|---------------|
| Preduzetništvo | | | | | | |
| TEA Indeks | 5,85 | 17,00 | 12,00 | 20,00 | 17,00 | 1,63 |
| Racio indikatora prilike i potrebe | 6,24 | 27,00 | 14,00 | 21,00 | 20,00 | 21,00 |
| Druga šansa | | | | | | |
| Trošak zatvaranja firme(% imovine) | 5,85 | 17,00 | 12,00 | 20,00 | 17,00 | 1,63 |
| Broj godina za zatvaranje firme | 6,24 | 27,00 | 14,00 | 21,00 | 20,00 | 21,00 |
| Osetljiva administracija | | | | | | |
| Br. dana za osnivanje firme | 17,20 | 17,00 | 12,00 | 20,00 | 17,00 | 1,63 |
| Troškovi osnivanja firme (% prihoda) | 5,21 | 27,00 | 14,00 | 21,00 | 20,00 | 21,00 |
| Troškovi registrovanja vlasništva (% vrednosti imovine) | 4,54 | 15,00 | 8,00 | 9,00 | 9,00 | 23,00 |
| Primena ugovora – trošak (% potraživ.) | 19,80 | 2,00 | 2,00 | 3,30 | 3,30 | 2,70 |
| Broj procedura za osnivanje firme | 6,16 | 31,00 | 23,00 | 19,00 | 15,00 | 49,00 |
| Broj procedura za registr. vlasništva | 5,16 | 18,80 | 7,60 | 0,10 | 9,60 | 2,00 |

| | | | | | | |
|---------------------------------------|--------------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| Broj dana za registrovanje vlasništva | 61,12 | 0,50 | 2,90 | 2,00 | 3,00 | 2,30 |
| Finansije | | | | | | |
| Indeks zaštite kreditora (0-10) | 6,64 | 17,00 | 12,00 | 20,00 | 17,00 | 1,63 |
| Indeks kreditne informisanosti (0-6) | 4,52 | 27,00 | 14,00 | 21,00 | 20,00 | 21,00 |
| Veštine i inovacije | | | | | | |
| % MSP koja kupuju on-line | 23,52 | 17,00 | 12,00 | 20,00 | 17,00 | 1,63 |
| % MSP koja su nabavljaju on-line | 12,81 | 27,00 | 14,00 | 21,00 | 20,00 | 21,00 |
| Internacionalizacija | | | | | | |
| Broj dana potreban za izvoz | 11,25 | 17,00 | 12,00 | 20,00 | 17,00 | 1,63 |
| Broj dana potreban za uvoz | 13,44 | 27,00 | 14,00 | 21,00 | 20,00 | 21,00 |

Izvor: DG Enterprise & Industry "Annual report on EU SME 2009"

Analiza stanja ukazuje de je Srbija u poslednjih nekoliko godina ostvarila značajan napredak u razvijanju funkcionalnog okvira za pružanje podrške MSP. Međutim, iako taj okvir postoji, realizacija podrške nije koherentna, dovoljno integrisana i ne finansira se adekvatno iz budžetskih sredstava. To je dovelo do određenih problema u pristupu MSP odgovarajućim oblicima podrške u regionima i nedovoljne fokusiranosti na MSP sa inovativnim i izvoznim potencijalom koja imaju mogućnosti da povećaju zaposlenost.

Zaključak

Sveobuhvatan zakonski, strateški i institucionalni pristup razvoju MSP prepostavka je jačanja konkurenčne sposobnosti savremene privrede i zato se podsticanje MSP sprovodi u najvećem broju zemalja, a posebno u EU i zemljama članicama. Jačanjem preduzetništva i MSP doprinosi se povećanju zaposlenosti, većoj socijalnoj koheziji društva, rastu domaće proizvodnje i izvoza, povećanju konkurentnosti domaće privrede i stvaranju povoljne preduzetničke klime, što posledično omogućava da MSP da budu motor razvoja. Uzimajući u obzir činjenicu da je važnost MSP priznata na najvišem političkom nivou, ali da i dalje postoje brojni problemi sa kojima se treba suočiti, u smislu podrške MSP, MSP se stavljaju u centar evropskih razvojnih strategija. Posebno važan

strateški dokument za razvoj MSP je Akt o malim preduzećima koji je nastao iz potrebe da se izvrši poravnjanje političkih želja i proklamacija sa realnim stanjem u evropskim privredama. Posebno u vremenu krize MSP zaslužuju da budu bolje potpomognuta i podržana, kako bi se u potpunosti mogao realizovati njihov potencijal u stvaranju novih radnih mesta i kreiranju dugoročnog održivog rasta.

MSP imaju veliki značaj i u razvoju srpske privrede, a po ugledu na EU i u Srbiji se razvoj MSPP sprovodi putem jasno koncipiranih razvojnih strategija. U skladu sa tim doneta je Strategija razvoja konkurentnih i inovativnih MSP za period od 2008. do 2013. godine koja predstavlja strateški dokument kreiranja politike razvoja MSPP koji na konzistentan i celovit način definiše osnovne prioritete i načine njihovog ostvarivanja u narednim godinama. Strategija predstavlja kontinuitet daljeg unapređenja politika podsticanja razvoja MSP u Srbiji, definisane Strategijom razvoja MSPP u Republici Srbiji 2003-2008 i Planom za podsticanje MSPP 2005-2007.

Iako se preduzimaju značajni naporu na podsticanju razvoja MSP, posebno u EU i zemaljama članicama MSP je još uvek suočavaju sa velikim problemima, pre svega u pogledu finansiranja i birokratskih ograničenja, visokih troškova poslovanja i nedovoljno podsticajnog poslovnog ambijenta. To je i razlog zašto donosioci političkih odluka posvećuju puno pažnje načinima i meraima za pomoć MSP kako bi ona ostvarila svoju razvojnu i opštu duštvenu ulogu i nastavila da budu motor razvoja evropske privrede i generator novog zapošljavanja i veće socijalne kohezije evropskog društva.

Literatura

- Allee, W., (2007), *Novi alati za novu ekonomiju*, dostupno na: http://www.quantum21.net/slides/src/2010/03/31/04_07_werna_allee_1_dio.pdf (29. 3. 2011.)
- European Commission, (2010), *European SMEs under Pressure - Annual report on EU SME 2009*“, DG Enterprise & Industry, EIM Business & Policy Research, dostupno na: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/pdf/dgentr_annual_report2010_100511.pdf (01.5.2011.)
- European Commission, *Europe 2020 - A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth*, dostupno na: http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm (28.04.2011.)
- Europska povelja o malim preduzećima, dostupno na: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/charter/> (01.5.2011.).
- Kutnjak, G., (2010), Europska unija u funkciji poticanja i razvoja Malog i srednjeg poduzetništva, *Poslovna izvrsnost zagreb*, god. IV br. 2, Zagreb
- Politike i aktivnosti EU – Preduzetništvo, dostupno na: <http://www.entereurope.hr/page.aspx?PageID=90> (05.5.2011.)
- Programi Zajednice: Program za konkurenost i inovacije – CIP, dostupno na: http://2007-013.eu/by_scope_cip.php (27.4.2011.)

Programi Zajednice: Sedmi okvirni program za istraživanje i tehnološki razvoj – FP7, (28.03.2011.), dostupno na: http://nauka.gov.rs/cir/index.php?option=com_content&view=article&id=310%3Afp7&catid=31%3Asektor-za-medjunarodnu-naucnu-i-tehnolosku-saradnju&Itemid=79&lang=sr

Small Business Act for Europe, 2008, Commission Of The European Communities, Brussels, (28.3.2011.), dostupno na: <http://eurex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:en:PDF>

Zelena knjiga – Preduzetništvo u Evropi, 2003, Brisel, Evropska komisija, (28.4.2011.), dostupno na: <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200203/ldselect/ldeucom/142/142.pdf>

Izveštaj o razvoju MSPP 2008, 2009, Republički zavod za razvoj, Beograd

Izveštaj o razvoju MSPP 2009, 2010, Republički zavod za razvoj, Beograd

Izveštaj o razvoju Republike Srbije za 2009, 2010, Republički zavod za razvoj, Beograd

Izveštaj o razvoju Republike Srbije za 2010, 2011, Ministarstvo finansija, Beograd, radni dokument

Strategija razvoja konkurentnih i inovativnih malih i rednjih preduzeća za period od 2008. do 2013. godine, MERR, dostupno na: <http://www.epi.rs/download/Strategija%20razvoja%20konkurentnih%20i%20inovativnih%20MSP%202008-2013.pdf>

THE ROLE OF SMALL AND MEDIUM SIZE ENTERPRISES AND ENTREPRENEURS IN EU AND SERBIA DEVELOPMENT STRATEGIES

Abstract

Small and medium sized enterprises are recognised in the EU professional and political circles as a driving force of changes, competitiveness, innovations, flexibility, creation of new jobs, productivity increase; they are also seen as an important factor of economic stability at local and regional levels, initiators of cultural development and sustainable european development, and motor of the overall economic development. In that view, the European Union puts SMEs in the focus of its development strategies and defines support measures and programmes accordingly. The main EU strategic documents and action plans concerning support to development of SMEs are: a) Europe 2020 (former Lisbon strategy), b) Small Business Act (former European Charter on SMEs), c) Action Plan for Entrepreneurship. SME sector plays an important role in performance of Serbian economy as well, and with the progressing of the EU integration process, the effects of the European policies on operations of Serbian companies are increasing. In attempt to become the EU member, Serbia has been undergoing harmonisation of its legislation with that of the EU, and it has introduced some programmes and measures aimed at improving the capacities of Serbian companies.

Key words: small and medium sized enterprises, importance of SME's sector, level of SME development, development strategy, achieved results

*Slobodan Obradović**
*Milan R. Milanović***

MOGUĆNOSTI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA NA TERITORIJI OPŠTINE ŠABAC

Rezime

U okviru diversifikacije ruralnih aktivnosti seoski turizam zauzima sve značajnije mesto, posebno u agrarnim zemljama, kao što je Srbija u kojoj više od pola stanovnika živi u ruralnim oblastima. Gradska uprava grada Šapca, u svojim planovima razvoja, uviđa potrebu za izradu strategije razvoja ruralnog turizma na svom području. Ovaj rad, na osnovu analize stanja i mogućnosti u ovoj oblasti, ukazuje na odgovore na pitanje - šta je potrebno uraditi u cilju realizacije tih planova.

Ključne reči: priroda, ruralni razvoj, održiva poljoprivreda, ruralni turizam

Uvod

U savremenom svetu turizam postaje sve značajnija grana privrede, ali i neophodna potreba i aktivnost modernog čoveka. Države i oblasti sa istaknutim turističkim vrednostima: primorska letovališta, planinski centri, banje, veliki gradovi Evrope, su poznati davaoci turističkih usluga. Zemlje koje ne raspolažu takvim turističkim destinacijama, među kojima je i Srbija, strategiju razvoja turizma moraju prilagoditi sopstvenim mogućnostima i vrednostima, kako bi stvorile turističku ponudu i deo kapitala, namenjen za turističku potrošnju, ostajao u zemlji ili stizao iz drugih država. Ove države u oblastima koje imaju izuzetne prirodne resurse i sačuvanu prirodu, treba da iskoriste svoje potencijale za razvoj ruralnog turizma.

Ovaj vid turizma nastao je u zapadnoj i centralnoj Evropi početkom XX veka, kao pokret vraćanja prirodi, a organizovani pristup ovoj aktivnosti počin-*

Gradska uprava, Šabac

**

Fakultet za poslovne studije u Vršcu

je 50-ih godina. Kao dopunska aktivnost poljoprivrede, 70-ih godina se definiše agro turizam, a 80-ih u okviru ZAP-a¹ Evropske unije, javlja se pojam *ruralnog turizma, kao deo politike razvoja ruralnih oblasti. Jugoslavija je tih godina započela aktivnosti za razvoj seoskog turizma, ali je to zapostavljeno zbog razvoja primorskih letovališta i planinskih turističkih centara.*

U Srbiji, poljoprivrednoj zemlji sa 85% ruralnog područja, na kojem živi više od pola stanovnika, poljoprivreda kao privredna aktivnost, postaje sve značajniji problem države. Obzirom da 80% poljoprivrednih gazdinstava nema aktivnih lica ili nema poljoprivrednika, da je selo devastirano i da lagano umire (od 4800 sela u Srbiji svako četvrt je pred izumiranjem)², moraju se preuzeti aktivnosti u cilju diversifikacije ruralne ekonomije. Razvoj seoskog turizma, u koji su uključena seoska gazdinstva i seosko stanovništvo, je jedna od mogućnosti za revitalizaciju "umirućih sela" i osiguranje njihove održive budućnosti. Više od 120 sela u Srbiji je prepoznao ovu mogućnost i registrovalo i kategorisalo veliki broj domaćinstava sa oko 6 000 raspoloživih kreveta za smeštaj turista.³ Prema podacima Turističke organizacije Srbije najviše registrovanih domaćinstava, koja se bave organizovanim turizmom, je u opštinama: Gornji Milanovac, Požega, Kosjerić, Valjevo, Čačak, Čajetina, Brus, Ivanjica, Mionica, Lučani, nešto manje u Vojvodini i istočnoj Srbiji.

Kao i većina opština u Srbiji i opština Šabac, u svojim dugoročnim planovima privrednog razvoja, prepoznaće poljoprivrednu kao bitan činilac razvoja opštine, a seoski turizam kao novu aktivnost u okviru diversifikacije ruralne privrede.

Cilj ovog istraživanja je da ispita i analizira mogućnosti za realizaciju razvoja seoskog turizma na teritoriji opštine Šabac, u uslovima siromašnog, devastiranog i needukovanog sela, utvrdi realne osnove za razvoj i ukaže na pravce delovanja u cilju obezbeđenja uslova za ostvarivanje zacrtanih programa.

1

ZAP – zajednička agrarna politika

2

Hopić S. (2010), *Ruralni razvoj u Republici Srbiji*, Stalna konferencija gradova i opština, Beograd

3

90-ih godina je bilo registrovano oko 50 sela i oko 2800 kreveta- podaci Turističkog saveza Srbije

Seoski turizam

Masovni razvoj turizma je krenuo 50-ih i 60-ih godina XX veka i uglavnom je vezan za primorske destinacije, egzotična mesta, velike svetske prestonice. Kao osnovni vidovi turizma mogli bi se nabrojati: zdravstveni (banjski), kulturni, tranzitni, sportsko manifestacioni, poslovno-konferencijski, eskurzionalni, istraživački itd. Seoski turizam, kao poseban vid turizma, razvio se kao potreba savremenog čoveka otuđenog u velikim gradovima, za povratak prirodi, miru, tišini i tradiciji i uglavnom ga karakterišu:

- rekreativna funkcija: za razliku od pasivnog odmora, turista je učesnik u svakodnevnim aktivnostima u domaćinstvu, radovima, šetnjama i kontaktu sa domicilnim stanovništvom;
- lako je ostvariv: može se realizovati u blizini mesta boravka, u istoj regiji, okrugu;
- može biti jednodnevni izlet, odmor vikendom, praznicima, više puta u toku godine.

Ovakav vid odmora, sa ekonomskog aspekta, je najpovoljniji za osiromašeno stanovništvo Srbije, ali i značajan faktor regionalnog ekonomskog razvoja, jer obezbeđuje da se deo transfera novčanih sredstava vrši unutar iste regije i omogućava oživljavanje drugih vidova razvoja sela: podsticanje privrede, trgovine, izgradnje, zaustavljanje depopulacije seoskih područja i gašenje seoskih domaćinstava.

Međusobna interakcija svih navedenih aktivnosti i interesovanja stvorila je pojam *ruralnog turizma* kao spektra aktivnosti, usluga i dodatnih sadržaja u organizaciji ruralnog stanovništva, koje nudi boravak u seoskoj sredini, prirodi uz gostoljubivost tradicionalne vrednosti života na selu, a sve bazirano na principu održivosti. Poseban vid je *eko turizam*, koji podrazumeva obrazovno-rekreativni boravak u čistoj prirodnoj sredini uz brigu o očuvanju prirode, flore i faune.

Ruralni turizam je specifičan i zavisi od razvoja i "pripremljenosti" sela (ponuda) i želje, motiva i obaveštenosti turista da koriste ponudu seoskih destinacija (potražnja). Srpsko selo svoju ponudu treba da uskladi sa prirodnim potencijalima i prilagodi potrebama korisnika: domaćih ali i stranih turista.⁴

U evropskim zemljama različiti su pristupi razvoju seoskog turizma i organizovanju boravka na selu u zavisnosti od kulture, tradicije, ponude. U Landiji je boravak turista na selu vezan za aktivnosti na farmi, bicikлизам, ja-

4

Istočna Srbija pokušava da oživi turističku ponudu "*Misterije istoka- doživite istočnu Srbiju*", zasnovanu na neobičnoj mitologiji i legendama

hanje ili pešačenje. U Francuskoj se može u toku odmora učestvovati u berbi voća, grožđa, proizvodnji vina, rakije, dok se u nekim evropskim državama može iznajmiti izdvojena kuća u prirodi, gde posetilac uživa u miru i tišini sa minimalnim uticajem domaćina.

Turistički potencijali opštine Šabac

Teritorija Opštine Šabac (Gradske uprave grada Šapca) prostire se na 795 km₂, od čega je 60.653 ha poljoprivredno zemljište i oko 10.037 ha šume, sa 52 naseljena mesta.⁵ Teren je ravničarsko – brežuljkast, nadmorske visine od 79 m. na severu, do 680 m. na jugu (planina Cer). Posmatran sa pozicije mogućnosti razvoja turizma, položaj opštine je povoljan:

- nalazi se blizu važnih saobraćajnih pravaca;
- mala je udaljenost od najvećih gradova u državi - Beograda i Novog Sada;
- dobri su prirodni potencijali: reka Sava, geotermalne vode, planina Cer.

U cilju iznalaženja mogućnosti za razvoj ruralnog turizma analizirano je stanje postojećih resursa i došlo se do sledećih podataka:

Tabela 1 - Stanje postojećih turističkih resursa ruralnog područja opštine Šabac

| Osnovni turistički resursi | |
|-----------------------------------|--|
| Turistički potencijali | Čista priroda, termalne i mineralne vode, gostoprimljivo stanovništvo |
| Realne turističke atrakcije | Planina Cer, Banja Radovašnica, ostatci rimske gradova, manastiri Gornje Pocerine |
| Turističke manifestacije | Festival ruža, Mišarski višeboj, Čivijada, Vašar (21.09.), Karneval |
| Ugostiteljski objekti | Van grada: nedovoljni i loše opremljeni |
| Smeštajni objekti | Dva registrovana domaćinstva za smeštaj, Planinarski dom na Ceru, dva hotela u gradu – nedovoljno. |
| Turističke zone | Planina Cer, Gornja Pocerina, Nakučani, Mišar-Orašac-Sava |

5

Podaci Republičkog zavoda za statistiku

| | |
|------------------------------------|---|
| Turistička organizovanost | Nedovoljna |
| Ponuda turističkih organizacija | Slaba i neraznovrsna |
| Informacije, promotivni materijali | Zadovoljavaju ponudu |
| Edukacija lokalnog stanovništva | Slaba, nedovoljno usmerena, loše organizovana |

| Indirektni turistički resursi | |
|-------------------------------|---|
| Očuvanje i uređenost okoline | Delimično očuvana, ali ne uređena okolina |
| Geo-saobraćajni položaj | Dobar – blizina velikih gradova, saobraćajnica, reka Save i Drine |
| Saobraćajna povezanost | Zadovoljavajuća veza sa glavni putnim prvcima |
| Komunalna infrastruktura | U ruralnim područjima – nedovoljno razvijena |
| Infrastrukturni objekti | Slabo izgrađeni i neobnavljani |

Dobijeni podaci pokazuju da na prostorima koje obuhvata opština Šabac ima prirodnih turističkih potencijala, pa i nekoliko značajnih turističkih atrakcija, ali je turistička ponuda slaba i neraznovrsna. Smeštajni i ugostiteljski objekti su malog kapaciteta i loše opremljeni, turističke manifestacije i prateći programi nedovoljni i slabo osmišljeni. Ruralno stanovništvo, najvažniji učesnik u realizaciji seoskog turizma, loše je organizovano, nedovoljno edukovano i nepripremljeno za prijem gostiju: neuredena domaćinstva, loši higijensko-tehnički uslovi.

Mogućnosti oštine Šabac za razvoj seoskog turizma

Područje opštine Šabac ima turističkih potencijala, naročito u zoni planine Cera, koja sa očuvanom prirodom, nadmorskom visinom od oko 680 metara i velikim kompleksima bukovo – hrastove šume ima dobre zdravstvene i klimatske uslove za odmor i rekreaciju. Gornja Pocerina, sa (Banjom) Radovašnicom na 225 m. nadmorske visine, sa nažalost zapuštenim izvorom termo-

mineralne sumporovite vode – Stubline, i Belom Rekom sa nedovoljno istraženim izvorom mineralne vode, je potencijalna zona za razvoj banjskog turizma

Istorija je na ovim prostorima zabeležila niz značajnih događaja čiji tragovi i danas postoje (ostatci rimskih utvrđenja: Trojanov grad, Kosanin grad, Konjuša, Vidin grad) i na čijoj tradiciji se mogu izgraditi različiti turistički sadržaji: Boj na Čokešini (1804), Boj na Mišaru (1806) i naročito poznata Bitka na Ceru u I svetskom ratu (1914).

Nažalost, stara srpska domaćinstva u ovom području devastirana su i prepustena zubu vremena, a u procesu industrijalizacije, pod okriljem modernih promena, uništavane su i zaboravljane tradicionalne vrednosti. Danas na teritoriji Opštine Šabac nema sačuvane ni jedne ispravne vodenice potočare, a nekada ih je samo u donjem toku reke Dobrave (Mrđenovac, Orašac) bilo 12. U istoj zoni, prema priči starijih meštana, bilo je čak 47 dolapa za zalivanje, a danas nema ni jedan sačuvan.⁶

Uočavanje turističkih potencijala i sistematizovanje objekata za smeštaj i aktivnosti značajnih za seoski turizam, samo je jedan korak u pokretanju razvoja turističke ponude u ruralnim oblastima Opštine Šabac. U cilju stvaranja uslova i realizacije predviđenih programa potrebno je preuzeti čitav niz aktivnosti, od kojih su najvažnije:

- stvaranje mogućnosti za zadovoljenje fizičkih i duhovnih potreba

Selo u Srbiji je još uvek mesto gde živi sirotinja, gde su loši uslovi za boravak i odakle se odlazi. Upravo sela koja su, zbog svojih prirodnih potencijala, uočena kao zone mogućeg razvoja seoskog turizma opštine Šabac, imaju najveće migracije stanovništva. Izuzev nekoliko prigradskih naselja, sela u opštini Šabac imaju značajan pad broja stanovnika u poslednjih nekoliko decenija, a naročito sela u Pocerini, što je dato u tabeli 2.

Kao posledica toga, u ovim selima su zapušteni domovi kulture, nedovoljan je broj seoskih ambulanti, poljoprivrednih apoteka, prodavnica, uslužnih radnji, slaba je autobuska povezanost sa većim centrima. Obnavljanje postojećih i izgradnja novih kapaciteta omogućila bi bolje uslove za život lokalnog stanovništva i stvaranje ambijenta za zadovoljenje potreba potencijalnih gostiju.

- Izgradnja infrastrukture, smeštajne ponude, uređenje domaćinstava, kategorizacija

6

Na ovakvim vrednostima: sačuvane vodenice, valjarice, vajati, stari zanati i običaji, Šumadijska sela već duže vremena grade turističku ponudu

Tabela 2 - Opadanje broja stanovnika u selima opštine Šabac, na primeru nekoliko sela Gornje Pocerine

| Naziv sela | Ukupan broj stanovnika | |
|-------------|------------------------|--------------|
| | 1953. godine | 2002. godine |
| Dvorište | 634 | 282 |
| Desić | 684 | 302 |
| Radovašnica | 304 | 238 |
| Lipolist | 3.393 | 2.582 |
| Petkovica | 1.456 | 967 |
| Nakučani | 1.057 | 697 |

Izvor: *Popis stanovništva*, godine 1953. i 2002., Republički zavod za statistiku

Prvi od uslova za prijem i smeštaj gostiju je pripremljena smeštajna ponuda i uređena infrastruktura. Poslednjih nekoliko godina u opštini Šabac se dosta ulagalo u obnovu i izgradnju putne mreže, ali je snabdevanje električnom energijom prilično slabo, a vodovodno–kanalizaciona mreža van Šapca i prigradskih naselja, skoro da i ne postoji. Decenijska nebriga o selu dovela je do zapuštanja starih seoskih gazdinstava, kuća i objekata koji bi trebalo da budu najvažniji smeštajni kapaciteti potencijalnih gostiju. Tokom 70-ih i 80-ih godina prošlog veka podignut je veliki broj vikendica u zoni Pocerine i na Ceru, koje bi se, kao i prazne i malo korišćene kuće, mogле koristiti za smeštaj gostiju, ali je sve objekte potrebno pripremiti, adekvatno opremiti, registrovati i kategorisati.⁷ Trenutno su samo dva domaćinstva na teritoriji opštine Šabac registrovana za smeštaj gostiju.

– organizovanje zabavno – rekreativnih aktivnosti

Pored lepe prirode i ugodnog smeštaja, važno je obezbediti uslove za organizovanje kulturnih, zabavnih, sportsko-takmičarskih i sličnih aktivnosti:

- vožnja biciklom, jahanje, pešačke ture;
- obilazak zanimljivih lokacija, arheoloških lokaliteta, srednjevekovnih manastira;
- sakupljanje šumskih plodova, spremanje zimnice, pečenje rakije;
- lov, ribolov, posmatranje biljaka i životinja;
- učešće u aktivnostima tradicionalnih običaja i zanata, i sl.

7

Zakon o turizmu (Sl. glasnik br. 45/05) definiše sve uslove bavljenja ugostiteljskim uslugama u seoskom domaćinstvu

Selo Lipolist, na granici Mačve i Pocerine, sa preko 800 domaćinstava i bogatom tradicijom, godinama organizuje manifestaciju poznatu kao "Festival ruža", ali je to jednodnevna izložbeno – sajamska manifestacija, i trebalo bi je iskoristiti za privlačenje gostiju na višednevni boravak u ovu turističku zonu. Pocersko selo Nakučani sa lepo očuvanom prirodom, etno domaćinstvom "Đakovića okućnica", ima preduslove za organizovanje kulturnih manifestacija: izložbi, muzičkih i pozorišnih aktivnosti zasnovanih na tradiciji prve pozorišne predstave u Srbiji⁸, i događajima opisanim u priči Janka Veselinovića, o nesrećnoj ljubavi, vezanoj za ovaj kraj.⁹ Tu je i pomalo zaboravljeni Mišarski višeboj, likovne kolonije, sportska takmičenja sela i slično.

- osposobljavanje davalaca usluga, edukacija seoskog stanovništva

Realizovanje programa seoskog turizma specifično je po tome što se odvija u seoskim domaćinstvima, gde je domicilno stanovništvo glavni davalac usluga. Uobičajena edukacija seoskog stanovništva vezana je za poljoprivrednu i uglavnom je zasnovana na proizvodnji i zaštiti poljoprivredni proizvoda, ali žitelji zainteresovani za realizaciju programa razvoja turizma, mora da nauče:

- kako izgraditi i higijensko-tehnički opremiti domaćinstvo, naročito deo za izdavanje gostima;
- kako organizovati pružanje usluga: osnovnih (ishrana i smeštaj) i praktičih;
- kako primenjivati Zakon o turizmu: registrovati, kategorisati domaćinstvo i sl.;
- kako proizvoditi i gostu ponuditi zdravstveno ispravnu hranu;
- kako organizovano nastupiti (ponuda) u okviru jedne turističke zone.

Problem većine srpskih sela, pa i potencijalnih destinacija u opštini Šabac, je staro i nedovoljno obrazovano stanovništvo sa malim brojem radno sposobnih ukućana. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku u 38 sela šabačke opštine (od ukupno 51), najbrojnija su domaćinstva sa 2 člana.

Prosečna starost stanovnika u ovim ruralnim oblastima¹⁰ je zabrinjavajuće visoka: Dvorište - 45,1 god., Bukor, Krivaja – 44 god., Desić - 42,8 god., Lipolist - 41,8 god., Nakučani – 43,8 god., Radovašnica – 42,6 god., Miloševac 8

⁸ Prva pozorišna predstava u Srbiji, pod nazivom "Žertva Avramova" održana je 1833. god. u Nakučanima

⁹ Priča "Ašikov grob" – istimeni spomenik u selu Metliću u Pocerini

¹⁰ Sela Pocerine

čak 52,6 godina. Postavlja se pitanje: Ko će da prima goste i pruža uslugu kad selo umire?

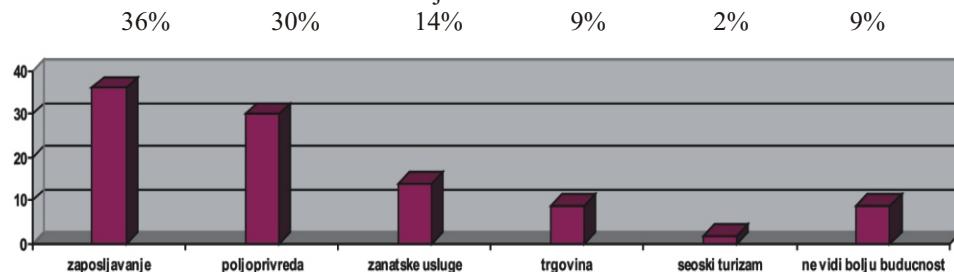
Tabela 3 - Podela sela šabačke opštine prema broju članova domaćinstva

| Ukupno sela u Opštini Šabac | Broj sela u kojima je najviše domaćinstava | | |
|-----------------------------|--|------------|-------------|
| | sa 1 članom | sa 2 člana | sa 3 i više |
| 51 | 7 | 38 | 6 |
| 100% | 13,73% | 74,51% | 11,76% |

Izvor: Popis stanovništva 2002. god., opština Šabac, RZS

U anketi koja je tokom 2008. i 2009. godine rađena u selima opštine Šabac, za potrebe istraživanja vezanog za ruralni razvoj,¹¹ anketirano seosko stanovništvo je iznelo svoj stav o budućnosti seoskog privređivanja i mogućnosti razvoja seoskog turizma, prikazan u dijagramu broj 1.

Dijagram 1. U kojim privrednim aktivnostima stanovnici sela opštine Šabac vide svoju bolju budućnost



Zbog loših uslova, nepripremljenih domaćinstava, slabe informisanosti i obučenosti, ali i procena zasnovanih na realnim mogućnostima ovog kraja, anketirano stanovništvo (oko 300 ispitanika)¹² je zapošljavanje u društvenom sektoru označilo kao kao najvažniju aktivnost za svoju budućnost (36%), dok je samo 2% ispitanika prepoznalo mogućnost realizacije turističke usluge u svojim domaćinstvima, što je znatno manje nego u nekim drugim oblastima

11

Istraživanje rađeno u okviru izrade magistarskog rada: Obradović S. (2010), *Obrazovanje i savetodavstvo u poljoprivredi kao uslov ruralnog razvoja Srbije u svetlu evropskih iskustava*, Fakultet za međunarodnu ekonomiju, Beograd

12

Anketirani su nosioci domaćinstava koji stalno žive u svojim seoskim domaćinstvima i ne rade u društvenom sektoru.

Srbije.¹³ Podaci ukazuju da stanovništvo koje je učestvovalo u anketi ne prepoznaje aktivnosti u turizmu kao mogućnost za pokretanje biznisa u svom domaćinstvu, zato što nema izgrađene uslove za smeštaj gostiju, nema dovoljno sredstava da započne ovakav program ili nema dovoljno znanja za realizovanje ovakvih programa.

– promocija, reklama , prodaja usluga

Promocija i reklama su bitan element u približavanju turističke ponude potrošačima, jer šta vredi uređen smeštajni kapacitet i povoljna i dobro pripremljena ponuda ako potencijalni korisnik ne zna za nju. Postojeća ponuda srpskih sela je prilično reklamirana, preko turističkih agencija, televizije, štampe, interneta i dostupna zainteresovanim licima.

Šabac ima gradsku Turističku organizaciju, koja je uključena u promociju turističke ponude i organizovanje turističkih manifestacija na području gradske uprave grada Šapca, i svako bi trebalo da bude prisutna u pripremi i izradi strategije i realizaciji planova vezanih za oživljavanje seoskog turizma, ali i potencijalni domaćin mora biti sposoban da zna da pripremi i proda svoj proizvod.

– pomoć lokalnih institucija, pomoć države, stvaranje udruženja, LAG-ovi¹⁴

Država Srbija ima definisanu strategiju razvoja poljoprivrede i strategiju razvoja turizma, ali se o ruralnom turizmu nedovoljno govori i nema sistemskog pristupa ovoj temi. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede sa Ministarstvom za regionalni razvoj je krajem 2009. godine pokrenulo projekt "*Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja*" za period 2010 – 2012. pri čemu će se značajna finansijska sredstva biti usmerena za investiranje u ruralni turizam i realizaciju višegodišnjih programa ruralnog razvoja.

Lokalna samouprava bi trebalo da bude najvažniji organizator za stvaranje *Lokalnih akcionalih grupa*, pokretač akcija za stvaranje strategije i realizaciju odabranih ciljeva i pospešivanje razvoja ruralnog turizma, bilo da je u pitanju finansijska, stručna ili druga pomoć. Potencijalni davoci usluga, u zonama gde postoje realni uslovi za realizaciju ovakvih programa, moralo bi da pokrenu sopstvenu inicijativu za edukaciju, učešće u izradi strategije (preko LAG-ova), traženje finansijske pomoći, stvaranje udruženja.

Ministarstvo poljoprivrede šumarstva i vodoprivrede je od 2006. godine počelo da daje finansijska sredstva, za pomoć ruralnom razvoju i diversifikaci-
13

Opštine Ivanjica, Kosijerić, G. Milanovac, Valjevo, B.Bašta, Užice, itd.

14

LAG - *Lokalna akcione grupa* sastavljena od predstavnika različitih društvenih, privrednih, političkih sektora, udruženja građana , fizičkih i pravnih lica

ju ekonomskih aktivnosti u ruralnim područjima, koja bi svakako trebalo upotrebiti i za razvoj seoskog turizma. Tokom 2006., 2007. i 2008. godine za ove namene je podeljeno oko 100 miliona dinara, a Mačvanski okrug je učestvovao u raspodeli sredstava sa oko 3,5% (3.300.568 dinara), što je mnogo manje od Moravičkog okruga (6,8%), Zaječarskog (7,1%), Zlatiborskog (čak 37,2%). Grad Šabac je, za ove tri godine, iz navedene sume dobio samo 400.000 dinara (0,4%), što je nedovoljno za počinjanje ozbiljnijih aktivnosti i manje od sredstava koje su dobile, manje po veličini, opština iz okruženja: Ljubovija je dobila oko 1.270.000, Valjevo oko 1 milion, Loznica 886.000, Bajina Bašta oko 4.150.000 dinara.¹⁵

Zaključak

Ruralni turizam je jedna od mogućnosti za pomoć revitalizaciji "umirućih" sela i osiguranju njihove održive budućnosti, ali umnogome zavisi od prirodnih potencijala, socio-ekonomskih karakteristika područja, infrastrukture, stavova stanovništva i lokalne samouprave, komparativnih prednosti područja i drugih faktora. Teritorija opštine Šabac ima neiskorišćenih potencijala za razvoj seoskog turizma, i prostora za razvoj, ali je pored prirodnih potencijala potrebno napraviti dobru strategiju razvoja i pripremiti neophodne uslove. Izgradnja i popravljanje infrastrukture, izgradnja i opremanje smeštajne ponude, i naročito edukacija seoskog stanovništva najvažniji su koraci u pokretanju razvoja turističke ponude, a finansijska i stručna pomoć lokalne samouprave, neophodan su uslov za realizaciju predviđenih planova. Pri tome treba biti realan i ne preceniti svoje mogućnosti, stručno uraditi strategiju razvoja konsultujući Turističku organizaciju Šapca, Regionalni centar za ruralni razvoj, Poljoprivrednu savetodavnu službu, Direkciju za poljoprivredu, lokalno stanovništvo, LAG-ove i sve stručne pojedince iz ove oblasti. Ne treba zaboraviti da Srbija ima već afirmisane zone sa lepim i uređenim planinskim područjima, salašima, srednjovekovnim manastirima, bogatom tradicijom, u kojima je izgrađena infrastruktura, uređeni smeštajni kapaciteti i proverena ponuda.

Jedan od motiva za Gradsку upravu grada Šapca bi trebalo da bude saznanje da je *Evropska pešačka asocijacija* odobrila dva pešačka koridora kroz Srbiju, da koridor E 7 prolazi kroz zapadni deo države (prolazi teritorijom opštine Šabac) i da se može očekivati dolazak turista. Obzirom da pešačke sta-

15

Izveštaj o raspodeli sredstava za pomoć ruralnom razvoju po opštinama - Ministarstvo poljoprivrede šumarstve i vodoprivrede, 2009.

ze idu kroz prirodu, pored kulturno-istorijskih spomenika, banja, planina, turističkih atrakcija, prilika je da se izgradi turistička ponuda koja bi obuhvatala čiste i uređene staze, objekte za smeštaj i ishranu gostiju, i sve ono što prati ovakav vid turizma.

Literatura

- Grčić M., Grčić Lj. (2006), *Potencijali za razvoj banjskog turizma u području planine Cer*, Glasnik srpskog geografskog društva, Beograd
- Grčić Lj., Grčić M. (2003), *Planina Cer – potencijali za razvoj turizma*, Glasnik srpskog geografskog društva, Beograd
- Gulan B. (2009), *Agrobiznis i ruralni turizam u Srbiji*, Privredna komora Srbije, Beograd
- Živanović J., Pantić M. (2007), *Specifičnosti sela u Srbiji u kontekstu turističkog potencijala*, Institut za arheologiju i urbanizam Srbije, Beograd
- Obradović S. (2010), *Obrazovanje i savetodavstvo u poljoprivredi kao uslov ruralnog razvoja Srbije u svetu evropskih i skupština*, Fakultet za međunarodnu ekonomiju, (magistarski rad), Beograd
- Pejić H. (2002), *Periferna poljoprivreda i seoski turizam*, Ekonomika poljoprivrede, br. 1-2/2002, Savez poljoprivrednih inženjera i tehničara, Beograd
- Ministarstvo poljoprivrede šumarstva i vodoprivrede, (2009), *Analiza budžetske podrške razvoju seoskog turizma u Srbiji*, Beograd
- Poljoprivredna savetodavna služba Šabac (2009), *Identifikacija mogućnosti i prioriteta u ruralnom turizmu*, -projekat, Šabac
- Republički zavod za statistiku (2009), *Opštine u Srbiji 2008*, Beograd
- Hopić S. (2010), *Ruralni razvoj u Republici Srbiji*, Stalna konferencija gradova i opština, Beograd www.sabac.org

POSSIBILITIES OF DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN SABAC MUNICIPALITY

Abstract

As a part of diversification of rural activities, tourism in villages takes very important place, especially in agricultural countries, like Serbia with more than half population in rural areas. Sabac Municipality in its plans for the development, recognize the need for a strategy of development of rural tourism in its area. Based on analysis of opportunities in this area this paper points out the answer to the question – what have to be done to realize these plans.

Key words: nature, rural development, sustainable agriculture, rural tourism

Bojana Biserčić Kostić*

RAZVOJ GRAĐEVINSKE INDUSTRije - MARKETING SLUŽBA U PREDUZEĆIMA GRAĐEVINSKE DELATNOSTI

Rezime

U ovom radu se analizira značaj i uloga službi marketinga u preduzećima građevinske delatnosti. Uloga marketinga je upoznavanje sa potrebama korisnika proizvoda i usluga i njihovo zadovoljavanje, što govori o nezamenljivoj ulozi koju ima marketinška služba. Marketing u modernom poslovanju ima zadatak da ispunи i nadmaši očekivanja kupaca, jer samo zadovoljan kupac može biti lojalni i kao takav vredan za kompaniju. Zato je posao svih poslova osvojiti i zadržati kupce.

Građevinstvo je bitna delatnost za razvitak svake nacionalne ekonomije, a naročito se to odnosi na zemlje u tranziciji. Ta delatnost može biti efikasna i konkurentna, ako ima efikasnu marketing službu u preduzećima. To znači da preduzeća moraju sprovoditi stalne aktivnosti, odnosno moraju uspostaviti marketing proces. Posebno je potrebno обратити pažnju na elemente marketing miksa tamo gde se proizvod stavlja kao krajni cilj svih kombinacija. Dakle razvijanju proizvoda valja posvetiti pažnju u smislu ulaganja sredstava u naučno-istraživački rad, ali prethodnim utvrđivanjem stepena rizika, da bi se istraživali najvažniji projekti. U tom se istraživanju koriste i ostali elementi marketing miksa. Prema tome proizvod u građevinskoj delatnosti ima niz posebnosti, a time utiče i na optimalnu kombinaciju ostalih elemenata marketing miksa. Zato je proizvod potreban stalno modifikovati i usavršavati. Radi maksimalne konkurentnosti i profitabilnosti, potrebno je obavljati permanentnu naučno-istraživačku aktivnost, a to u svrhu razvijanja novih proizvoda. Takvi su marketing postupci bitni za uspeh građevinskih preduzeća na domaćem i na inostranom tržištu.

Ključne reči: Marketing, profit, privreda, građevinska delatnost, tržište.

Uvod

Građevinska delatnost je kao privredna delatnost jedna od glavnih faktora obnove i razvoja privrede i infrastrukture, naročito u zemljama u tranziciji.

*

Bregova d.o.o.

Osim toga, građevinska delatnost je za Srbiju i važna izvozna delatnost. To znači da ta delatnost zaslužuje posebnu pažnju da bi bila uspešna i konkurentna na domaćem ali i međunarodnom tržištu, jer su domaća preduzeća izložena sve većoj konkurenčiji inostranih. Zato naša preduzeća građevinske delatnosti moraju posvetiti posebnu pažnju marketingu. To je važno napomenuti i zbog činjenice da ta delatnost ima više posebnih obeležja u odnosu na ostale privredne delatnosti.

Aktuelnoj fazi razvoja naše privrede trebalo bi sve više da bude svojstveno jačanje uloge tržišnog mehanizma. U takvim uslovima, preduzeća iz različitih oblasti privređivanja moraće sve više da se oslanjaju na savremeni koncept tržišnog poslovanja koji se zasniva na dobro organizovanom sistemu informacija. To naročito važi za građevinska preduzeća koja nastupaju na domaćem i međunarodnom tržištu. Za domaće okruženje karakteristični su krupni politički problemi, koji su doveli do raspada jugoslovenskog tržišnog prostora i gotovo do opštег privrednog kolapsa.¹

Svetska ekonomski kriza pogodila je celu privedu Republike Srbije, a najviše građevinsku industriju. Početak 2010. godine karakteriše lagani oporavak sa rastom bruto domaćeg proizvoda (BDP) od 1%, u prvom kvartalu 2010. godine u odnosu na prvi kvartal 2009. godine. Analiza privrednih kretnanja pokazuje da je industrijska proizvodnja za prva četiri meseca 2010., u odnosu na prva četiri meseca 2009. godine, zabeležila rast od 4.8%, dok je samo u aprilu 2010. godine, u odnosu na april 2009. godine, rast industrijske proizvodnje iznosio 11.3%.

Za razliku od industrije, situacija u građevinarstvu je dramatična, jer beleži konstantan pad, i u 2009. i u 2010. godini. U aprilu 2010. godine, građevinarstvo je zabeležilo pad od čak 11.3%, u odnosu na april 2009. godine.

U aktuelnom privrednom trenutku, kada globalna ekonomski kriza potresla i najrazvijenije privrede na svetu, oseća se veoma snažna recesija u proizvodnji i plasmanu proizvoda građevinske delatnosti na domaćem tržištu. Nesporno je da je za uspešan tržišni nastup, pored dobrog kvaliteta proizvoda prihvatljive cene i efikasne distribucije, više nego ikad neophodno integrirano marketing komuniciranje proizvođača, pre svega sa kupcima i dobavljačima, ali i sa svim drugim relevantnim akterima u okruženju.²

¹

Gavrilović-Gagović S. Marketing informacioni sistemi i upravljanje marketingom u građevinskom preduzeću. Marketing 1992;23(1):41-45.

²

Jovičić D. "Značaj integralnog marketing komuniciranja pri plasmanu građevinskih materijala" Poslovna politika 2009, 38(7-8), str. 65-67.

Glavna obeležja građevinske delatnosti

Posebnosti proizvodnje i poslovanja u građevinarstvu u odnosu na industriju dolaze do izražaja u:

- (a) nepokretnosti građevinskih objekata kao rezultata rada,
- (b) u obimnosti i nedeljivosti građevinskih objekata kao proizvoda,
- (c) u dužini proizvodnog procesa,
- (d) u upotrebi velikih količina materijala za građenje i ugrađivanje,
- (e) u sezonskom karakteru građevinske proizvodnje,
- (f) u pojedinačnom karakteru građevinske proizvodnje,
- (g) u proizvodnji po narudžbi i u drugome,

pa to upućuje na zaključak da postoji mnogo toga, interno i eksterno zavisnog, po čemu se građevinarstvo i građevinsko poslovanje razlikuju od drugih privrednih segmenta, a to znači da unutar njega vladaju i bitno drugačiji odnosi i da se javljaju problemi drugačiji od onih u industriji Razlike o kojima je reč dolaze posebno do izražaja u sadržaju poslovnih ciljeva građevinskih organizacija, a ti im poslovni ciljevi nameću zahtevnije interno upravljanje svim raspoloživim resursima i napornije eksterno prilagođivanje uslovima rada, to im, pak, kao trajan menadžerski zadatak nameće okruženje.³

Građevinska delatnost u širem smislu obuhvata više aktivnosti kao što su: prethodna istraživanja, izrada studija sa ekonomskim i tehničkim pokazateljima za donošenje investicionih odluka, prethodna istraživanja vezana za tržiste i mikro i makrolokaciju, investicioni i tehnološki elaborati, projektovanje, svi poslovi utvrđivanja uslova i pripreme za izgradnju, izvođenje radova, nadzor, usklađivanje učesnika u izgradnji, nadzor funkcionalnosti i eksploracije objekata, održavanje... Osim raznovrsnosti delatnosti i složenosti proizvodnje, građevinarstvo ima ova glavna obeležja: dugi rok proizvodnje, veliki broj učesnika u proizvodnji, retkost serijske proizvodnje, vrsta namene diktira veličinu, sadržaj, dizajn i oblik konačnog proizvoda.

Duži rok izgradnje, odnosno proizvodnje, činjenica je koja zahteva posebnu pripremu, efikasnu logistiku, a posebno organizaciju izvođenja radova. Jedna od bitnih obeležja građevinarstva jeste veliki broj učesnika u izgradnji. Dobra komunikacija i usklađenost svih učesnika u procesu zahteva posebne napore i ozbiljnu pripremu, logistiku i organizaciju izgradnje. Retkost serijske

³

Medanić B. "Recentna razina i bonitet upravljanja i rukovođenja u hrvatskom građevinarstvu", Ekonomski pregled", 2005, 56 (9). Str. 684-705.

proizvodnje je takođe jedna od bitnih karakteristika građevinske delatnosti. Bez obzira na niz primera tipizacije i standardizacije u ovoj delatnosti, može se tvrditi da svaki objekt u novim uslovima predstavlja novi kvalitet. Jedna od bitnih karakteristika proizvoda u građevinstvu jeste i njegova namena. Zato se nameni moraju podrediti njegovi gabariti, sadržaj i oblik, a za neke proizvode sa posebnim zahtevima i izgled, odnosno dizajn.

Sezonski karakter poslovanja je uobičajan za ovu delatnost. Uticaju sezonskih varijacija nije podložno samo građevinarstvo. Kada se proizvodi za tržište, odnosno, kada se proizvodi ono što tržište traži i onda kada "ono to traži (što je poznato kao just-in-time proizvodnja, a to je takođe jedna od odrednica fleksibilne proizvodnje) onda su ovim uticajima podložne mnoge "tipično industrijske" proizvodnje. Specifičnost građevinarstva jeste u tome da se proizvodni proces odvija "pod vedrim nebom", ali i tu postoje organizaciona rešenja kojima se ovo vreme trajanja procesa građenja "pod vedrim nebom", odnosno na gradilištu (eng. on-site) može maksimalno smanjiti i time ovaj problem marginalizovati.⁴

Pod građevinskom industrijom podrazumevamo ceo opus privrednih aktivnosti koje se objedinjuju i koje završavaju na nekom objektu. I to apriori ne podrazumeva samo proizvodnju građevinskog materijala i opreme nego jedan širi pojam, uključujući i samo građenje. Građevinarstvo je jedna propulzivna, visokoakumulativna i izvozna privredna grana, i to su atributi koje ono sobom univerzalno nosi, ne samo kad je u pitanju Srbija već i sve druge zemlje. Poenta je da se strategija privrede jedne države oslanja između ostalog i na građevinarstvo, i da se osloni upravo u onoj meri koju građevinarstvo kao grana sa svim pomenutim odlikama koje smo pomenuli, može da iznese.

Građevinska delatnost u svim nacionalnim ekonomijama ima posebnu ulogu, jer je pokretač celokupne ekonomske aktivnosti zemalja na njihovim nacionalnim prostorima, čiji se ishod izražava stepenom i dinamikom rasta i oštarenog proizvoda. U razvoju naše privrede i infrastrukture očekuje se i velika uloga građevinarstva. To se može ostvariti samo ako građevinske delatnosti budu kvalitetne, odnosno konkurentne. Zato se u tim delatnostima mora posvetiti posebna pažnja marketingu kao poslovnoj funkciji i svojevrsnoj poslovnoj filozofiji.

4

Avakumović Č, Vujačić N, Avakumović J, Milinković M. "Primena fleksibilne proizvodnje u građevinarstvu", IMK-14 - Istraživanje i razvoj 2010;16(2), str. 97-99.

Marketing u građevinarstvu

Marketing je ušao u sve delove ekonomije i društva u celini. Osnova njegovih aktivnosti je povezanost sa tržištem, odnosno proizvođačem i kupcima. Marketing je, pre svega, ekonomski proces i poslovna funkcija, ali je to i poslovna filozofija i koncepcija, pa konačno i naučna disciplina.

Marketing je poslovna aktivnost koja usmerava tok robe i usluga od proizvođača do potrošača u cilju najboljeg zadovoljenja potreba potrošača i ostvarivanje cilja preduzeća. Marketing potiče od reči: "market" što znači tržište i "ing" što znači aktivnost.

Istorijski gledano marketing je bio orijentisan na distribuciju roba (proizvoda), zatim na potrošače, tj. na potrebe potrošača, na konkureniju, odnosno prednosti konkurenata, na procese razmene (transakcije) i konačno, na odnos ili ravnotežu podsticaja i doprinosa. Evolucija je dovela do toga da se danas smatra da je ključna orijentacija marketinga na zadovoljavanje različitih potreba potrošača. Dakle, dominantna definicija marketinga glasi: "u pitanju je društveni i upravljački proces pomoću koga se dobija ono što je potrebno, putem kreiranja, nuđenja i razmene proizvoda od vrednosti sa drugima".

Polazna osnova marketinga su potrebe i želje pojedinca, dakle potrošača. Potrebe se definišu u smislu izvesnog osećaja da nisu postignuta izvesna zadovoljstva; da nešto nedostaje što je potrebno za fizičko i psihičko blagostanje. Želje su osećanje potrebe uslovljeno ličnim osobinama pojedinaca, njegovim obrazovanjem, znanjem, tradicijom, kulturom, vaspitanjem. Ključni cilj marketinga je nastojanje da se identifikuju želje i potrebe kupaca i da se one zadovolje stvaranjem odgovarajućih proizvoda i usluga. Osim toga, marketing ima za cilj da stimuliše želje i potrebe kupaca, da ih u izvesnoj meri usmerava, kontroliše i kultiviše.

Efikasan marketing podjednaku pažnju treba da posveti proizvodu - njegovim fizičkim karakteristikama i funkcionalnim osobinama i koristima koje potrošači imaju kupovinom proizvoda. Međutim, raznovrsnost tržišnih potreba zahteva od marketinga široku lepezu "ponude" kojom se zadovoljavaju različite fizičke i duhovne aspiracije pojedinaca. Pouzdana pozicija marketinga zavisi od sposobnosti menadžmenta da "uđe" u strukturu različitih želja i potreba - konkretnog i potencijalnog tržišta. Pri kupovini određenih proizvoda kupci razmišljaju u kategorijma:

- korist,
- vrednost,
- satisfakcija.

Korist je procena o tome u kojoj meri proizvod zadovoljava kupčeve potrebe. Vrednost je procena o tome u kojoj meri proizvod zadovoljava potrebe, uzimajući u obzir njegovu cenu i moguću korist od kupovine. Satisfakcija je mera zadovoljstva kupovinom određenih proizvoda, iz ugla troškova, pripadanja (vlasništva) i korišćenja. Razmena i transakcije čine, takođe, osnovu koncepta marketinga. Razmena je proces u kome dve strane raspolažu nečim što ima vrednost za drugu stranu. Transakcija je, opet, trgovina određenim vrednostima između dve, odnosno između više strana. I jedan i drugi proces, na neki način, podrazumevaju potpunu informisanost zainteresovanih strana, postojanje potrebe, jasno izražene, tj. formulisanje i spremnost, odnosno sposobnost da se pregovara i pogada.

Marketing odnosa, ili naprsto stvaranje lojalnosti potrošača ima važno mesto u marketingu. Naime, savremena preduzeća su ispravno uočila da profit na krakat rok i po svaku cenu odbija potrošača. Dugoročni odnosi zasnovani na kvalitetu, poverenju i razumevanju trenutnih teškoća kupaca, čine pouzdaniju osnovu za rast i razvoj, za zadržavanje kupaca i pridobijanja novih. Osim toga, preduzeća su uočila da stvaranje mreža (povezivanje eksternih stejkholdera) čini ispravnu dugoročnu osnovu više profitabilnosti. Na tržištu se sučeljavaju kupci i prodavci. Odigrava se razmena, kupo-prodaja i slično.

Marketing je proces kojim se planira i sprovodi stvaranje ideja, roba i usluga, određivanje njihovih cena, promocija i distribucija, da bi se ostvarila razmena koja će zadovoljiti ciljeve pojedinaca i preduzeća.⁵

Odluka o kupovini i odlazak u kupovinu, nekada su bile planirane aktivnosti ograničene realnim potrebama, vremenom i novcem. Danas to više nije tako, jer se za nekoliko minuta ili sati mogu kupiti potrebne ili nepotrebne stvari, veoma jeftine i veoma skupe. Nekada su se kupovali proizvodi koji su zaista bili potrebni čoveku, tj. domaćinstvu i koji su, uglavnom, imali upotrebnu i materijalnu vrednost. Danas je kupovina postala više komunikološka stvar kojom se kupuju predstave i identiteti i zadovoljavaju razne potrebe koje, u suštini, nemaju nikake veze sa proizvodima koji se kupuju.⁶

U eri marketinga odnosa, baza podataka o kupcima za proizvođače će biti strateško sredstvo važno isto koliko i sam brend. Oglašivači će morati da budu sposobni da kao načine za pronalaženje kupaca koriste masovne medije i uže

5

P. D. Bennett: "The Dictionary of Marketing Terms", American Marketing, Association, Chicago, 1988, str. 155.

6

Pantić D. "Psihologija reklame - kako da ti kažem da me kupiš", Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, Beograd 2008, (13-14), str. 361-368

ciljane medijske kanale. Kada se potencijalni kupci identifikuju, njihova imena i informacije o njihovom životnom stilu oglašivači moraju uneti u bazu podataka kako bi poslužili za buduću komunikaciju. Važno je imati na umu da marketing odnosa ne odgovara svim kupcima, kao i da svi oni kojima odgovara ne moraju da budu kupci. Shodno tome, početna baza podataka mora pažljivo da se preispita i segmentira. Ako se dobro dizajnira i izgradi, marketinška baza podataka će omogućiti kompanijama da unaprede svoje interne kapacitete kako bi uključile marketing odnosa. Marketinško istraživanje igraće ključnu ulogu u razvoju ovih baza podataka, koje većinom mogu da se razviju na osnovu sekundarnih podataka.⁷

Marketing u svim delatnostima, pa i u građevinstvu treba posmatrati kao svojevrsnu poslovnu filozofiju, gde su bitni činioci i učesnici proizvođač i tržište. Uspeh se na tržištu može postići samo uspešnim marketing procesom s optimalnom kombinacijom elemenata marketing miksa. Bez obzira na posebnosti građevinske delatnosti, potrebno je apostrofirati njegove standardne elemente, zajedničke i za ostale delatnosti, a to su cena, promocija, distribucija i proizvod.

U svim su delatnostima, pa i u građevinskoj, standardni elementi marketinga: cena, promocija, distribucija i proizvod. Cena kao element marketing miksa u građevinskoj delatnosti ima određena ograničenja, manji uticaj nego u drugim delatnostima i zato nije najvažnija za konkurentnost. To se odnosi na ponudu u organizovanim visokorazvijenim ekonomijama, kakva naša još uvek nije. Ukupna se cena sastoji od imputa, kojemu se dodaje cena koštanja rada i materijala uz određenu dobit. Modifikacija cene u građevinstvu obavlja se uz pomoć kredita i ostalih popusta do određene granice. Privredni subjekt na tržištu može se takmičiti cenovnom i necenovnom konkurencijom. Cenovna konkurenca podrazumeva delovanje kombinovanjem visine cene. U tom slučaju preduzeće mora ili stalno povećavati proizvodnost i smanjivati cene imputa ili svesno nuditi proizvod ispod cene koštanja. Glavni je razlog za to želja za agresivnom prodajom koja ne sme biti dugoročno ponašanja. U građevinskoj delatnosti je dugoročno efikasnija necenovna konkurenca. U tom se slučaju ističu druge kvalitativne osobine proizvoda, kao što su: rok izvođenja, dizajn, kvaliteta materijala i opreme, funkcionalnost, održavanje...

7

Janjić D, Janjić S, Stanković V. "Marketing menadžment odnosa s javnošću u savremenoj teoriji i praksi kompanija" IMK-14 - Istraživanje i razvoj 2010, 16(3), str. 31-34.

Marketing u građevinarstvu koristi se uobičajenim instrumentima kao što su: ekomska propaganda, unapređenje prodaje, publicitet, licna prodaja.⁸ Uz instrumente promocije, potrebno je spomenuti i brendiranje, odnosno označke. Tu se radi o prezentaciji proizvoda, ali i preduzeća kao zaštitnog znaka za neki proizvod. U privrednom prometu privredno-pravni i drugi tržišni subjekti označavaju robu koju nude odnosno usluge koje pružaju uvek istim znakom i time postižu da se njihova roba odnosno usluge razlikuju od istovrsne ili slične robe odnosno usluga drugih tržišnih subjekata bez obzira da li je roba odnosno usluga konkurenata označena (drugim znkom) ili nije uopšte označena. Individualizacija robe na tržištu je od koristi i za potrošače i za ponuđače.⁹

Distribucija u gradjevinarstvu ima nešto drugačiju ulogu, ali sa osnovnom svrhom logistike. Naime, radi se o logističkom procesu koji prethodi proizvodnji, odnosno izgradnji. Tu se radi o snabdevanju opremom i repromaterijalom i o raspodeli po pojedinim gradilištima.

Proizvod u građevinstvu ima posebne karakteristike, jer se u proizvodnji događaju ovi procesi: oblikovanje u smislu dužine, širine, individualizacije i standardizacije, oblikovanje u smislu kvaliteta, dizajna i funkcionalnosti, stalni inovacijski proces.

Navedene se osobine mogu dopuniti činjenicom da se obično radi o složenom proizvodu s neretko dugim rokom proizvodnje i s velikim brojem učesnika.

Osnovni "zadatak" marketinga u svim delatnostima, pa i u građevinskoj, je lakši dolazak proizvoda do potrošača. Šta je proizvod u građevinarstvu? Kotlerova definicija o proizvodu glasi: "Proizvod je sve ono što se može ponuditi tržištu da bi izazvalo pažnju, nabavku, upotrebu ili potrošnju a što bi moglo zadovoljavati neku želju ili potrebu".¹⁰ Proizvod u građevinarstvu može biti sam objekat, ali to može biti i niz drugih elemenata ponude neke vrednosti koja ima celinu u ceni i samostalnu funkcionalnost. Ako se grubo analizira sve što pripada ovoj delatnosti, onda se pojavljuje spektar različitih proizvoda, kao što su: razne studije kao rezultat prethodnih istraživanja, ekonomski i tehnološki elaborat, idejni, glavni i završni projekti, građevinski objekt visoko i nisko-

8

Kotler P., Upravljanje marketingom 2, Informator, Zagreb, 1989, str. 622.

9

Varga S. „Pojam i predmet žiga s posebnim osvrtom na zakonsku terminologiju“, Glasnik prava 2010, god.1, br.1, str. 96-116.

10

Kotler P., Upravljanje marketingom 2, Informator, Zagreb, 1989, str 476.

gradnje, ali i montaža, završni radovi i ostali radovi brojnih kooperanata, održavanje objekata i oprema.

Kao takav, proizvod u građevinskoj delatnosti najvažniji je element marketinga zbog više razloga. Pre svega se to odnosi na njegove kvalitativne posebnosti. Uz to, njegove posebnosti bitno utiču i na ostale elemente marketinga. Proizvod u građevinstvu zahteva stalne modifikacije i istraživačko-razvojni rad. Konkurentnost se na tržištu postiže stalnom modifikacijom postojećih proizvoda, odnosno istraživačko- razvojnim radom u svrhu razvitka novih proizvoda. Modifikacija proizvoda može se povezati sa stepenom rasta, gde se u kombinaciji s kvalitetom i cenom ostvaruje određeni tržišni udeo.

Radi što boljih rezultata marketing procesa, pa samim tim i uspešnosti preduzeća, neophodno je upravljati proizvodom. Upravljanje proizvodom, zahteva stalnu modifikaciju radi povećanja konkurentnosti, rasta proizvodnje, pa samim tim i profita. Ako proizvod ne zadovoljava dovoljan broj potrošača i deluje na opadanje profitabilnosti i ako iscrpljuje resurse, proizvođač ide na eliminaciju konkretnog proizvoda. Da bi se donela odluka o eliminaciji nekog proizvoda, posebno u građevinskoj delatnosti, potrebno je tome pristupiti temeljno i taj postupak zasnivati na ovim činjenicama koje prate proizvod: loši rezultati prodaje, slaba usklađenost s poslovnom strategijom poduzeća, nepovoljni tržišni izgledi za budućnost, opadanje profitabilnosti... Međutim, samo upravnjanje postojećim proizvodima, iako važno, nije i dovoljno za uspešnost jednog građevinskog preduzeća. Osim upravljanja postojećim proizvodima u smislu njihove modifikacije, mora se sprovoditi permanentan istraživačko-razvojni rad u svrhu razvijanja novih proizvoda i ostalih inovacija.

Zaključak

Za svako proizvodno preduzeće koje posluje na tržišnim principima, prilagođavanje zahtevima tržišta, odnosno zahtevima sve probirljivijih kupaca predstavlja preduslov opstanka i daljeg razvoja. Ovladavanje tržištem predstavlja nužnost i podrazumeva sistematsko praćenje svih dešavanja na tržištu, odnosno faktora koji na njih utiču, kao i usklađivanje sopstvenog razvoja sa tim promenama. Praćenje tih promena na tržištu i okruženju u celini je nemoguće bez poznavanja i razumevanja potrošača, kao i faktora koji utiču na njihovo ponašanje. Potrošači nisu samo predmet istraživanja i subjekt kome bi trebalo prilagođavati tržišne aktivnosti, već su i aktivni primaoci i davaoci informacija u sistemu komuniciranja i aktivni učesnici u donošenju odluka, koje su od značaja za prilagođavanje preduzeća.

Svako preduzeće se nalazi i posluje u jednom dinamičnom okruženju, čije promene utiču na poslovanje preduzeća. Stalno istraživanje i analiza okruženja omogućava da preduzeće sve rizike, koji proističu iz delovanja tzv. nekotrolisanih faktora, a koji u većoj ili manjoj meri, direktno ili indirektno, utiču na kvalitet i kvantitet poslovanja, svede u razumne i prihvatljive okvire. Kontinuirano prilagođavanje marketing strategije zahtevima okruženja omogućava preduzeću da ostvari, možda ključni elemenat vlastitog opstanka i stabilnog rasta, spoj vlastitih ciljeva i interesa okruženja.

Literatura

- Gavrilović-Gagović S., "Marketing informacioni sistemi i upravljanje marketingom u građevinskom preduzeću", Marketing 1992, 23(1), 41-45.
- Avakumović Č, Vujačić N, Avakumović J, Milinković M. "Primena fleksibilne proizvodnje u građevinarstvu", IMK-14 - Istraživanje i razvoj 2010, 16(2), 97-99.
- Jovičić D. "Značaj integralnog marketing komuniciranja pri plasmanu građevinskih materijala" Poslovna politika 2009, 38(7-8), 65-67.
- Medanić B., "Recentna razina i bonitet upravljanja i rukovođenja u hrvatskom građevinarstvu", Ekonomski pregled 2005, 56 (9). 684-705.
- Bennett P. D., "The Dictionary of Marketing Terms", American Marketing, Asociation Chicago 1988, 155.
- Pantić D., "Psihologija reklame - kako da ti kažem da me kupiš", Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, Beograd 2008, (13-14), 361-368
- Janjić D, Janjić S, Stanković V. "Marketing menadžment odnosa s javnošću u savremenoj teoriji i praksi kompanija" IMK-14 - Istraživanje i razvoj 2010, 16(3), 31-34.
- Kotler P. "Upravljanje marketingom 2", Informator, Zagreb 1989, 622.
- Varga S. „Pojam i predmet žiga s posebnim osvrtom na zakonsku terminologiju“, Glasnik prava 2010, god.1, br.1, 96-116.

BUILDING INDUSTRY DEVELOPMENT - MARKETING UNITS IN BUILDING COMPANIES

Abstract

This Paper discusses the importance and role of marketing units in building companies. The role of marketing is to help understand the needs of customers of products and services and meet such needs, which in itself, points to the unparalleled role of marketing unit. The task of marketing in modern business is to satisfy, and even exceed expectations of customers, considering that only a satisfied customer may be loyal and as such, valuable to a company. That is why attracting and retaining customers is the mother of all businesses.

Building industry is essential for the development of any national economy, in particular the countries undergoing transition. Efficiency and competitiveness of an industry is achievable only if relevant undertakings have efficient marketing units. This means that undertakings have to pursue continuing activities, i.e. they must have marketing processes in place. It is particularly necessary to keep in mind the elements of marketing mix, where a product is perceived as ultimate goal of all combinations. To conclude, any product development should be taken care of in terms of investing funds into scientific and research work, but only upon previous identification of risk, to ensure that the most important projects are examined. Such research also uses other elements of marketing mix. Accordingly, a building industry product has a number of specific characteristics, whereby it affects the optimum combination of other elements of marketing mix. The product therefore needs to be continuously modified and improved. Achieving maximum competitiveness and profitability requires permanent scientific and research activities, aimed at developing of new products. Such marketing activities are crucial for the success of building companies on the national and international markets.

Key words: Marketing, profit, economy, building industry, market.

*Jevtić Boris**

*Damjanović Aleksandar***

*Matić Radoje****

*Grozdanić Radmila*****

IZAZOVI INDUSTRIJSKE POLITIKE U IKT SEKTORU

“Srbija ima veliki potencijal u IT industriji, zbog čega je i najveća kompanija, proizvođač softvera na svetu odlučila da otvorи centar za razvoj u Beogradu”.

G. Christopher Brenan Microsoft, direktor CIE

“Nakon mnogo istraživanja, utvrdili smo da je Beograd pogodan za potrebe naših klijenata”

Jitu Virvani, predsednik Embassi Group

Rezime

Pitanje koje se razmatra u ovom radu jeste mogućnost i izazovi za razvoj industrije IKT Srbije kao i globalni trendovi i pretnje sektoru. Cilj razmatranja ove teme jeste podsticanje formulisanja industrijske politike ovog sektora, kao i oblasti i industrija čiji savremeni razvoj podstiče IKT u smislu, ukupnog digitalnog razvoja srpskog društva do 2020. godine

Ključne reči: IKT, proizvodnja, usluge, industrijska politika, zaštita intelektualne svojine

*

Intesa Banka, Beograd, IKT odelenje za razvoj

**

Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd

Intesa banka

Redovni profesor, Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo (PEP), Beograd

Uvod

Prva vodeća inicijativa za industrijsku politiku EU 2020. odnosi se na digitalni program za Evropu. Obuhvata: proizvodnju i usluge informaciono komunikacionih tehnologija, povezanih industrija i unapređenje performansi svih sektora: poslovnog, javnog i nevladinog, građanskog sektora. Za ovaj razvojni cilj je izuzetno važan dalji razvoj samog IKT sektora.

U Evropskoj Uniji je u 2010. godini u IKT sektoru bilo zaposleno 6,6 miliona ljudi, od čega: 1,6 miliona u proizvodnji IKT, 5,0 miliona u pružanju IKT usluga. IKT sektor ostvaruje 5,3% ukupnog BDP EU, (sa stopom rasta koja prevaziđa rast BDP). Finska i Irska su se najviše usavršile u ovom sektoru, Mađarska i Republika Češka ih brzo sustižu. IKT roba čini 10,2% čitavog dočasnog izvoza robe EU i 14,4% ukupnog uvoza. Najveći podsektor čine telekomunikacije, (predstavljaju 44% ukupnog prihoda).

Uočljiva je velika globalna fragmentacija proizvodnih procesa i deljenje vrednosnog lanca u skladu sa uporedivim prednostima na različitim lokacijama.

IKT proizvodnja je izuzetno skoncentrisana, 75% svih zaposlenih u IKT proizvodnoj industriji radi u velikim kompanijama (>250 zaposlenih) zbog velikog smanjenja troškova i ekonomije obima. U toku su strukturne promene.

Sektor IKT je strateški sektor koji ima veliki potencijal za rast. IKT je ključna napredna tehnologija i pokretač je inovacija i produktivnosti u čitavoj privredi EU. Karakterišu ga: veliki troškovi istraživanja i razvoja koji se povećavaju, jaki IKT klasteri kao što su Dresden, Eindhoven/Luven, Grenobl, jaka pozicija u proizvodnji telekomunikacione opreme i elektronskih komponenti visoke dodate vrednosti. IKT takođe ima veliku nadležnost u nanoelektronici i ugrađenim sistemima, globalno vođstvo u mobilnoj i fiksnoj komunikaciji, sve više prilagođene proizvode i usluge, beleži se povećanje trgovinskog suficita u IKT uslugama, vrhunska organizacija postrojenja i firmi i razvoj visoko sofisticiranog lanca snabdevanja.

Ova industrija takođe beleži i neke slabosti, među kojima su najveće: jaz sa SAD u istraživanju, opadanje IKT proizvodne industrije u industrijskim zemljama zbog preseljenja velikog dela IKT-proizvodne industrije: EU je postala u potpunosti uvoznik IKT robe. Usled toga EU ima značajan trgovinski deficit kod poluprovodnika i kancelarijske i računarske opreme, kao i jaku konkureniju cena kada se radi o „zrelim“ proizvodima (televizori). Negativan trgovinski bilans zbog održivog rasta uvoza IKT iz jugoistočne Azije i snažna konkurenčnost ovog regiona za standardne elektronske proizvode ugoržavaju do prinosa ovog sektora razvoju EU. Izuzetno „osetljiv ciklus“ nastaje jer je sektor

glavni dobavljač drugim sektorima (izuzetno zavistan od količine investicija u tim sektorima). Otpuštanje radnika tokom perioda krize oštetilo je imidž sektora i dovelo do gubitka tehničkih stručnjaka, poteškoće da sektori ponovo privuče kdrove kada dođe do oporavka. Brojnim aktivnostima preti stagniranje i izmeštanje tržišta: akumulatori, baterije, oprema za osvetljenje, žice i kablovi. Loš imidž zbog intenzivnog procesa restrukturiranja. Usled izmeštanja proizvodnje i autsorsinga usluga IKT (pri čemu je Indija vodeća zemlja domaćin) dolazi do sve veće zbrke, kojoj treba dodati problem dostupnosti kvalifikacija IKT, internalizaciju istraživačkih i razvojnih aktivnosti, sporo prihvatanje IKT od strane Evropskih kompanija (u poređenju sa SAD) zbog tradicionalnih metoda upravljanja i zastarele organizacije rada.

Značaj IKT sektora za razvoj Srbije

IKT je jedan od najživljih i najbrže rastućih industrijskih sektora u Srbiji. Tokom proteklih nekoliko godina, razvoj i unapređenje IT- usluga kao što su: mobilna telefonija, Internet tehnologije i aplikacije, outsourcing i prenos podataka je znatno povećan. Broj privrednih subjekata koji koriste ove tehnologije, kao i onih koji se bave IT-em u Srbiji je takođe u porastu. Krajem 2010. godine u Srbiji je poslovalo 1.544 IT kompanija sa više od 12.000 zaposlenih. Prosечan broj stalno zaposlenih po kompaniji je 7. Izvoz IT usluga je oko € 130 miliona evra. Prihod IT sektora je u 2008. godini bio 550 miliona evra, da bi u 2010. godini pao na € 424 miliona evra.

Na globalnom tržištu, IT kompanije iz Srbije su uglavnom angažovane u autsorsing programima kodova, testiranju softvera i projektovanju sajtova, kao i u pružanju rešenja u industriji ugradnje kompjuterskih delova.

Glavna tržišta za ovu industriju su: Nemačka, SAD, Velika Britanija i Holandija. Postoji prepoznatljiv trend među autsorsing preduzećima iz Srbije, pokušavaju da iznesu svoje sopstvene proizvode koji imaju visoku izvoznu vrednost na inostrana tržišta.

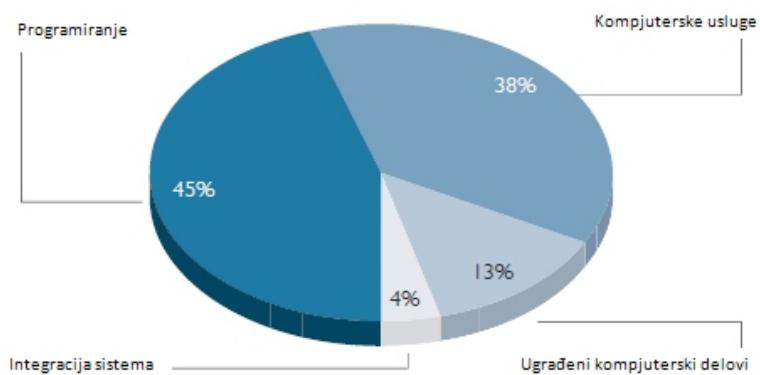
IT nastavlja da se razvija u oblasti softverskog inženjeringu, offshore i dizajniranja sistema i integracijama.

Izuzetan intelektualni kapital u ovoj oblasti koji postoji u Srbiji, privlačne cene rada, odlične eštine radnika, dobre komunikacije mreža i visoki nivo znanja engleskog jezika, konkurentske su prednosti IKT sektora. Pozitivna su iskustva i rad nekih od vodećih svetskih lidera IKT-preduzeća koja su proširila svoje poslovanje na Srbiju: Cisco Systems, Ericsson, Hewlett Packard, IBM, Intel, Microsoft, Motorola, Oracle, Redhat, SAP, Siemens, Telenor.

Grafikon 1: Rast srpskog tržišta IKT, 2005-2009.mil. Eura

Izvor: Mineco

Oblasti IKT industrije prema visini prometa i ostvarenih prihoda u 2010.godini su: CAD/CAM 3%, SCM 6%, Elektronska trgovina 7%, Aplikacije infrastrukture 8%, Upravljanje podacima 9%, Klijenting 10%, Poslovna inteligencija 10%, Portali 10%, Finansije, računovodstvo 11%, CRM 11% i ERP 13%. IKT sektor ima visoko diverzifikovane proizvode i usluge za izvoz, što je pikazano u sledećem grafikonu:

Grafikon 2: Izvozne usluge IKT sektora Srbije, 2010.

Izvor: Mineco

Struktura usluga u izvozu IT sektora je bila: kompjuterske usluge 13 miliona eura, integracije sistema 0,5, ugrađeni delovi 17, programiranje 65, ukupno 125,5 miliona eura. Struktura izvoznih usluga prema broju IKT preduzeća je

bila: komjuterske usluge 114 preduzeća, integracija sistema 22, ugradnja delova 66, programiranje 260, ukupno 462 preduzeća.

Struktura izvoznih usluga IKT sektora prema broju zaposlenih je bila: u preduzećima koja izvoze kompjuterske usluge je 2010. radilo 2.143 zaposlena, integraciji sistema 1.020, ugradnji delova 369, programskim preduzećima 1.847, njih ukupno 5.379 zaposlenih.

Struktura usluga vezanih za IKT sektor u Srbiji, prema delatnosti preduzeća je: programska podrška 12%, proizvodnja softvera 38%, IT obrazovanje i obuka 46%, konsalting za umrežavanje i integraciju 48%, hardverska podrška i instalacija 60%, integracija sistema 62%, autsorsing 68%, konsalting, priprema i razvoj aplikacija 80%.

Srpske kompanije poseduju izuzetnu stručnost u svim popularnim programskim jezicima: kao što su MiSKL, net, Java-u., C, C++, ASP, Visual Basic, PHP, Perl, KSML i drugi.

Telekomunikacije, bankarstvo i proces proizvodnje su glavni kupci softverskih proizvoda, i zajedno čine skoro 53% udela na tržištu.

Srpski proizvođači koriste IT, različite baze podataka, softvere za programiranje, uglavnom MS SKL, MiSKL, Oracle, Postgres, DB2, Sibase i drugi.

Prednosti i snaga IKT industrije Srbije

Prednosti i snagu IKT sektora u Srbiji na prvom mestu čine ljudi, visoko stručni inženjerski kadar, nadležan za širok spektar tehnologija, koji podržavaju efikasan razvoj visokog kvaliteta softvera i integracije sistema, visoka stručnost u razvoju front-end, back-end uslugama, proizvodnji komponenata, kao i veština razumevanja klijenta i prilagođavanje softvera i sistemskih rešenja njihovim zahtevima. Osnovne prednosti srpskih IT preduzeća su: poslovna inteligencija, telekomunikacije, CSR, ERP, wireless i usluge mobilne telefonije, upravljanje mrežama, ljudski resursi, naplata i upravljanje bazama podataka.

Prednosti uspostavljene IKT infrastrukture čini:

89% domaćinstava u Srbiji ima fiksne telefonske linije, broj mobilnih telefona prevaziđa broj stanovnika Srbije (7,39 miliona građana), 46,8% domaćinstava ima računar, 39% koristi internet, i 42% imaju kablovsku televiziju.

Internetu se uglavnom pristupa DSL (ADSL) konekcije (47,30%), zatim od strane drugih, kablovska / LAN veze (24,50%) i VAP / GPRS-a (20%). U 2010. godini se Internet pristup ostvarivao preko: modema / dial-up konekcije je smanjen za 11,8%, kao direktni rezultat nedavne investicije u širokopojasnu infrastrukturu. U Srbiji je ADSL infrastruktura pristupa krajnjih korisnika

vlasništvo "Telekom Srbije". Više od 20 internet provajdera u Srbija ima dozvole za međunarodne veze, sa ukupno 119 internet provajdera u Srbiji. Veza na Internetom omogućena je kablovskim modemom, preko bežične mreže sa slobodnim korišćenjem frekvencijskim opsezima na 2.4 GHz i 5,8 GHz frekvencija i UMTS (3G) mreža mobilnih operatera. Takođe, postoje i druge mogućnosti pristupa od strane korišćenje novih tehnologija kao što su CDMA, HSDPA i IPTV

Mreža mobilne telefonije u Srbiji geografski pokriva 90% teritorije. Trenutno postoje tri aktivna pružaoca: Telekom Srbija MTS-a (u vlasništvu Vlade Srbije) sa 58,8% udela na tržištu, Telenor (u vlasništvu Norveške Telekomunikacijske grupe) sa 32,3% udela na tržištu i Mobilkom (u vlasništvu austrijskog mobilnog operatera; najnovijeg provajdera sa 8,9% udela na tržištu.

Telefon Pristup Srbija ima relativno dobar telefonski pristup, penetracije oko 38%, što je više od proseka zemalja jugoistočne Evrope. Telekom Srbija pruža fiksne telefonske usluge u Srbija, zajedno sa dva nova operatera, Telenor i Orion Telekoma. Investirano je u operativni sistem kompanije koji je 97% digitalizovan / u Novom Sadu 100% digitalizovan/. Troškovi osnovnih telefonskih usluga su niži nego u drugim zemljama jugoistočne Evrope. Srpski potrošači i preduzeća uživaju niske cene telefona za domaće pozive širom zemlje. Cene za međunarodne pozive za zemlje Jugoistočne Evrope i regionala su na prosečnom nivou. Postoji više od 40 VoIP operatora prisutnih na tržištu.

Obrazovanje za potrebe IKT

U Srbiji se godišnje obrazuje preko 1.500 kreativnih i talentovanih / ukupan broj diplomiranih sudenata iz tehničkih oblasti koje su relevantne za IKT je 2005. godine iznosio 26.963/

Tehničko obrazovanje u Srbiji je posebno je jako, 33% ukupno diplomiranih studenata dolazi iz tehničkih škola. Postoji 17 univerziteta u Srbiji, od kojih su 8 u državnom vlasništvu i 3 u privatnom informacionih tehnologija ili srodnih nauka. Visok kvalitet tehničkog obrazovanja se zasniva na osnovnim i srednjim školama, koje nude više naprednih programa u oblasti tehničkih nauka od onih u većini drugih zemalja CIE. Srbija ima najveći procenat ovog kadra koji tečno govori engleski, radno aktivnog stanovništva (49%) u regionu JIE. U IKT sektoru je zaposleno je 70% radne snage sa visokom školskom spremom. Takođe je impresivan broj nagrada na Svetskoj Olimpijadi iz oblasti tehničkih nauka: više od 220 od 1968. Ovde se mogu izdvojiti generalne prednosti:

- Obrazovan i stručan ljudski kapital
- Tehničke veštine /Prema studiji USAID-a, iz 2008.godine/
- Jaka i stabilnaradna snaga (razvoj softvera, hardvera dizajn, IT usluge i sistema integracija)

Univerziteti u Srbija značajno doprinose, posebno na regionalnom nivou, povezivanju industrije i akademskih institucija i generisanju tokova znanja IKT sektora

Na univerzitetima u Novom Sadu / 40 uspešnih spin-off su razvijeni u poslednjih 5 godina/, Nišu i Beogradu ima već čitav niz spin-off kompanije koje su osnovane, koje komercijalno eksploratišu tehničko znanje, zasnovano na tehnološkim idejama ili rezultatima istraživanja razvijenim u okviru akademske institucije. Više od 850 mlađih i obrazovanih ljudi ostvarilo je promet veći od 18 miliona € u 2007. i vrednost izvoza 50% od prihoda ovih kompanija.

Tabela 1: Broj diplomiranih studenata, magistra i doktora nauka u Srbiji iz oblasti IKT, 2005-2009.

| Godina | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Osnovne studije | 19,678 | 20,872 | 21,915 | 23,229 | 23,925 |
| Magistri i master | 1,154 | 1,038 | 1,089 | 1,154 | 1,188 |
| Doktori nauka | 468 | 401 | 421 | 446 | 459 |

Izvor: SIEPA

Širok je spektar usluga IKT po konkurentnim cenama. Cena konkurenosti inženjera je još jedna prednost poslovanja sa ili iz Srbije. U odnosu na plate u zemlji, IT specijalisti zarađuju više od proseka, ali u odnosu na svoje evropske kolege situacija je sasvim drugačija. Neto zarade se kreću od € 600 do € 1.200 mesečno za visoko kvalifikovane fakultetski obrazovane kadrove, dok se bruto zarade se kreću od 1.000 € do 2.000 € mesečno.

Pozitivna iskustva IKT kompanija u Srbiji

Snagu IKT sektora sigurno čine razvojni centri i kompanije iz sveta koje su razvile svoje poslovanje u Srbiji, kao i domaće kompanije koje su uglavnom aktivne na inostranom tržištu. Najzanimljivije su:

- Centar za razvoj programa Microsoft Srbija (MDCS) sa 45 profesionalaca, koji su doprineli globalnim naporima korporacije Microsoft u razvoju softverskih komponenti. Veliki broj softverskih stručnjaka u SAD došlo je iz Srbije i Microsoft je odlučio da istraži ovaj izvor IT talenata i iskoristi Beograd kao centralno mesto regionala u korist svojih globalnih napora. MDCS-ov napredak je među najimpresivnijim, gde vidnu ulogu ima predan rad lokalne radne snage.
- ComTrade Group, jedna je od vodećih kompanija u oblasti IKT u jugoistočnoj Evropi. Ekspanzija u poslednjih nekoliko godina na tržišta Zapadne Evrope, SAD i Bliskog istoka. Portfolio proizvoda i usluga obuhvata razvoj i implementaciju kompletnih IKT rešenja, distribuciju komunikacione opreme, računara i drugih većih brendova elektronskih uređaja, kao i maloprodaju i reklamne usluge. IT lider je u oblasti za skladištenja i sisteme za upravljanje, ugradnju softvera, IT rešenja u vezi e-poslovanja, SOA . Uz uključivanje Hermes, potencijal kompanije ComTrade Group širi se kao najvećeg IT konglomerata u jugoistočnoj Evropi. Spinnaker Nev Technologies, ??članica ComTrade Group specijalizovana za IKT rešenja, koristi Hermes ekspertizu i resurse,i omogućava grupi da preduzme nove kalibra projekata širom sveta. Nova širenja ljudskih resursa u region , preko 1600 zaposlenih za koje se očekuje da generišu prihod od preko 300.000.000 €
- PSTech, predstavlja izvozno orijentisani kompaniju sa preko 90% svojih prihoda generisanih na međunarodnom tržištu, / 2007, izvoz je bio 1,7 miliona evra./, zapošljava 62 lica iz 58 softverskih inženjera koji razvijaju nove tehnologije za međunarodne klijente iz Latinske Amerike, Meksika, Argentine i Brazila, svih krajeva Evrope i Amerike.
- EXECOM je kompanija koja se bavi softverskim inženjerstvom, projektovanjem, razvojem, testiranjem i održavanjem složenih softverskih rešenja u mnogim vertikalnim tržištima Holandije, Nemačke, Švedske, Velike Britanije, Francuske, Švajcarske, Austrije, Češke, Rusije i SAD, sa svojim
- kancelarijama u Novom Sadu, Pragu, i Holandiji. Ima način rada koji omogućava da EKSECOM ponudi fiksnu cenu projekta i preuzimanje odgovornosti za kvalitetnu i pravpovremenu isporuku. Znanja i način rada u EKSECOM uklapaju se dobro u zapadnoevropski model, niži troškovi po satu nude dodatnu prednost: rade više nego što očekuju.

- GOWI tim za razvoj softvera je osnovan 2000. i tokom vremena je izgrađena međunarodna baza klijenata. GOVI softvare outsourcing radi po modelu fleksibilog i prilagođavanja u zavisnosti od poslovnih procesa klijenata i prirode posla, zaposljava 42 ljudi, koji su visoko profesionalni i stručni IT stručnjaci. Vrednost ugovora je preko 2 miliona funti, sa planom visokih budućih investicija.
- DMS Group , preduzeće osnovano na TF u Novom Sadu, za projektovanje DMS softvera, jedinstveni, inovativni proizvod, za poboljšanje, praćenje i optimizaciju mreže distribucije. Uključuje preko 700 inženjera IT, energetike i drugih.
- IMP-Telekomunikacije je čerka firme "Mihajlo Pupin" poseduje dugo-godišnje iskustvo u projektovanju i razvoju prilagođenih ugrađenih sistema, 35 zaposlenih i bavi se multimedijalnim aplikacijama.
- Euronet Worldwide, poreklom iz SAD, postao je globalni lider u obradi sigurne, elektronske, finansijske transakcije i platnog prometa sa 2500 zaposlenih širom sveta. Euronetovo prisustvo u Srbiji datira od 2002. godine kada je kompanija počela distribuciju i održavanje bankomata i pokrenula korišćenje VISA i MasterCard sistema u Srbija.
- High Tech Engineering Center – HTEC je pouzdan outsourcing partner za klijente iz EU i SAD. Jezgro kompanije je tim mladih inženjera specijalizovanih za ugradnju delova sistema, digitalnu obradu signala, hardver i softver ko-dizajn, kao i napredni razvoj DSP algoritma. HTEC angažuje trinaest inženjera
- Brojne su inicijative za osnivanje naučno-tehnoloških parkova u Beogradu, Novom Sadu, Nišu i Kragujevcu. Tu je i tehnološki park u Vršcu. Ovi naučno-tehnoloških parkovi su osmišljeni da podstaknu javno-privatnu sinergiju između univerziteta i poslovnog sektora, često uz podršku lokalne samouprave i resornih ministarstava. Pored toga, oni su takođe osnovani sa ciljem stvaranja dobre osnove za inovacije u oblasti naprednih tehnologija, uključujući i IT-a.

Mogućnosti razvoja sektora IKT u EU i Srbiji

U EU će se prema inudstirjskim procenama za 2020. povećati potražnja za IKT uslugama (i u privatnom i u javnom sektoru). Doneto je devet tehno-

loških platformi koje se odnose na IKT. Dve od devet, Artemis (umetnuti sistemi) i Eniac (nanoelektronika) postale su zajedničke tehnološke inicijative, javno – privatnog partnerstva za razvoj i promovisanje tržišta novih proizvoda i usluga. Bitna struktura IKT u sedmom Okvirnom programu i u Okvirnom programu konkurenčije i inovacija treba da podstakne razvoj ovog sektora u EU.

Srbija nudi Evropi i stranim kompanijama najniže stope poreza na dobit (10%) najniži korporativni porez dobit u Evropi (10%) i činjenicu da ne postoji PDV na uvoz IT tehnologije. Pored toga stvoren je i dalje se razvija povoljan pravni ambijent u oblasti zaštite intelektualne svojine koja je od ključnog značaja za bezbednost i uspeh IKT kompanija i njihovih klijenata.

Domaće zakonodavstvo u oblasti intelektualne svojine je usaglašeno sa pravilima EU i STO, odnosno trgovinskim aspektima prava intelektualne svojine (TRIPS Sporazuma). Zakon o autorskom i srodnim pravima iz 2004. nudi softverske proizvode u Srbiji sa punom zaštitom intelektualne svojine. Za podsticaj razvoja IKT sektora važni su sledeći usvojeni zakoni o: elektronskom potpisu, o patentima, o žigu, o pravnoj zaštiti dizajna, o topografiji, zaštiti integrisanih kola, zaštiti ličnih podataka, zaštiti potrošača, pristupu informacijama, Izmene Krivičnog zakonika, autorskom i srodnim pravima. U martu 2005, Vlada Srbije započela kampanju pod nazivom "Nulta tolerancija za pirateriju", kao i potpisala međunarodnu konvenciju o visokotehnološkom kriminalu kojim je unapređena saradnja sa državama članicama EU.

Takođe sve saradničke kompanije IKT kroz rad u Srbiji is a srpskim preudzećima imaju obezbeđen pristup velikom tržištu od 60 miliona potrošača jugoistočne Evrope, po čemu je Srbija je u dobroj poziciji i geografski i strukturno da se obezbedi ekonomična i pouzdana alternativa na druga, već uspostavljena tržišta, kao i da se pružaju usluge klijentima na mnogo različitih jezika.

Vlada, finansije i telekomunikacije će i ostati najvažniji izvor zahteva za softverskim aplikacijama na srpskom tržištu u srednjoročnom periodu

Svi provajderi mobilne telefonije u Srbiji planiraju dalje infrastrukturne investicije koje će omogućiti širokopojasne usluge. Ovim će se potražnja za internetom povećati, posebno dodatnim korišćenjem 3G veza za pristup Internetu.

IKT obrazovanje je popularno među mladim ljudima što može da obezbedi stabilno snabdevanje industrije IKT ljudskim kapitalom. Microsoft će sigurno nastaviti da ulaže u svoj razvojni centar u Srbiji i povećati broja zaposlenih IT profesionalaca. Ovo će dalje uticati na zaustavljanje "odliva mozgova" u inostranstvo.

Izazovi IKT za Srbiju

U Srbiji je razvijen bogat spektar usluga: prilagođavanje aplikacija, rešenja obezbeđenja, softverska podršku i instalacije, konsalting usluge i usluge autorsinga, kao i integracije sistema, te su za srpske kompanije IT-a izazovi inostrana tržišta. Vreme izlaska na tržište, period i cene inženjeringu utiču na opredelenje IKT kompanija da nude razvoj proizvoda najvišeg kvaliteta i dizajna koji nalazi svoje mesto u sledećoj generaciji proizvoda u celom svetu utiču na izazove da se Srbija pozicionira visoko na svetskoj mapi visokih IKT tehnologija. Razvoj softvera i IT usluga su najveći izvozni potencijal u IKT sektoru. Srpske kompanije već IT sarađuju sa kompanijama iz SAD, Engleske, Irske, Nemačke, Rusije, Holandije, Kanade, Francuske, Hrvatske, Slovenije, Finske, Švedska i drugih zemalja. U tom smislu izazov jeste promovisanje politika koje imaju za cilj šire i efikasnije shvatanje IKT (npr. promovisanje shvatanja IKT u tradicionalnom poslovanju), održavanje kratkoročnih i dugoročnih investicija u razvoj i istraživanje i inovacije, Razvoj e-potražnje (ePoslovanje, eZdravstvo, eObuka, eMobilnost, eUprava...).

Dalji izazovi se prvenstveno odnose na:

- Razvoj tehnologija sa digitalnim sadržajem
- IKT tehnologije ključne za održivi razvoj (energetska efikasnost)
- Približavanje drugim tehnologijama (bio i nanotehnologije) i približavanje platformi (VoIP, televizija i kompjuter)
- Razvoj širokopojasnih mreža kao osnove za komunikaciju velike brzine i korišćenje IT i doprinosi bavljenju „digitalnim jazom“ (npr. Između ruralne i urbane ekonomije, između bogatih i siromašnih regija)
- Promovisanje e-veština
- Efikasnu zaštitu prava intelektualne svojine
- Potrebu za strateškim planovima zbog tekućih strukturnih promena u sektoru
- Razvoj centara izvrnosti za istraživanje i razvoj svetske klase, koji su zasnovani na jakim klasterima preduzeća, univerziteta, istraživačkih centara

Zaključak

Da bi se išlo u susret izazovim, iskoristile šanse i pozitivni trendovi u dosadašnjem razvoju IKT sektora i na njega naslonjenih delatnosti, a time do-

prinelo savremenom digitalnom pametnom razvoju Srbije 2020. neophodno je uneti osnovne ciljeve sektorske politike razvoja IKT i u osnove drugih politika koje utiču na industriju IKT: monetarnu i fiskalnu politiku, politiku zarada, industrijskih odnosa, zaštite životne sredine, održivog razvoja, regionalnu politiku. Važno je usaglašavanje politika usmerenih na ostvarivanje okvirnih uslova za: osnivanje preduzeća, efiaksniji javni sektor, liberalizaciju usluga, politiku konkurenčije, transport, snabdevanje energijom u industirji. Takozvane horizontalne politike: istraživanja i razvoja, inovacija, standardizacije, razvoja ljudskog kapitala, trgovinskih politika, razvoja industirske infrastrukture - klastera, parkova, inkubatora, braunfild investicija, su od ključne važnosti za IKT.

Sama sektorska politika u oblasti IKT vezana je za razvoj lanaca dobavljača, akcione planove za nove tehnološke platforme zelenih tehnologija i reciklaže metalnog i elektronskog otpada, stvaranje vodećeg tržišta, politike klastera.

Snažan naglasak treba da bude na društvu zasnovanom na znanju kroz jaku podršku istraživanju, razvoju i inovacijama i promovisanju IKT kao bitnog pokretača produktivnosti i rasta: IKT-istraživanja da predstavljaju značajn deo svih istraživanja, promovisanja e-potražnje (e-uprava, e-zdravstvo, itd), širokopojasne politike, integrisanja IKT u postojeće industrijske sektore.

Literatura

- Strategija EU 2020 / za poslove i razvoj, Evropskog Saveta, 2010, EU CO 7/10
- Jovanović, D. [2002] „Finansiranje privrednog razvoja i modeli rasta“, Finansije, br. 3-4/2002. str. 12-23.
- IT growth and global change: A conversation with Ray Kurzweil, 2011
- Damnjanović A., Jovanović M., S. Šljivić, Grozdanić R. Jevtic B., "Innovations in electronic commerce as a competitive advantage of SMEs", Conference, „Institutional change as a determinant of economic development of Serbia in 2011“, Faculty of Economics, Kragujevac, 25 February 2011.
- Obradović S, Jevtic B, Grozdanić R, Vulovic R, Damnjanović, "The role of ICT in the coordination of intermodal transport", International Conference of TQM, Belgrade, June 2011th Proceedings
- Obradović S, Jevtic B, Grozdanić R, Mladenović D, Domanović Q: "The role of intermodal transport in improving supply chain", International Conference of TQM, Belgrade, June 2011th Proceedings
- Damnjanović A., Vulovic R, Piljan I, Jevtic B, Z. Medic, "Business information companies", YU INFO 2011, XVII International Conference, Kopaonik, March 3 to 6, 2011, Proceedings
- Vulovic R, Grozdanić R, Savic R, Đedanski S, Jevtic B, "Information Security Management Systems", International Conference of TQM, Belgrade, June 2011th Proceedings

THE CHALLENGES OF INDUSTRIAL POLICY IN THE ICT SECTOR

Abstract

The question under consideration in this paper is the possibility and challenges for the development of ICT industry in Serbia, as well as global trends and threats to the sector. Objective consideration of these issues is to encourage the formulation of sectoral industrial policy, as well as areas and industries which development is encouraged by modern ICT technologies in terms of overall digital development of Serbian society by 2020.

Key words: ICT, production, services, industrial policy, intellectual property rights protection

*Dr Vladimir Marinković**
*Msc Nataša Stanisavljević***

ELEMENTI ZA EVROPSKU STRATEGIJU RAZVOJA LJUDSKIH RESURSA U SRBIJI

Rezime

Kada je reč o ljudskim resursima, vidljiva je na pojavnjoj ravni činjenica da najrazvijenije zemlje EU, najviše ulaze u razvoj ljudskih resursa. U javnom mnjenju je razvijena svest o nezamenljivom značaju ljudskih resursa za ekonomski i tehnološki razvoj zemlje. U suštini je isto i iskustvo zemalja tranzicije. Upešne zemlje tranzicije svoj uspeh u velikom meri temelje na tome što si imale odgovoran, racionalan odnos prema razvoju ljudskih resursa. Vidljiva je u tom smislu, linija razdelnica između uspešnih i manje uspešnih zemalja tranzicije. Drugim rečima, tragajući za odgovorom na pitanje da li postoji evropski model razvoja ljudskih resursa, može se sa sigurnošću tvrditi da postoje zajedničke evropske vrednosti i standardi u oblasti razvoja ljudskih resursa, koje su, u suštini, civilizacijske vrednosti dvadesetprvog veka. Te zajedničke, opšte prihvачene vrednosti u oblasti ljudskih resursa, istovremeno imaju važnu funkciju, integrativnog činioča u procesu evropskih integracija, kao i testa realnih kapaciteta zemalja tranzicije, uključujući i Srbiju da, ne samo u formalnom, već u civilizacijskom smislu ulaze u proces evropskih integracija.

Ključne reči: ljudski resursi, tranzicija, evropske integracije, strategija razvoja, tržišna utakmica, nove tehnologije

Uvod

Ljudski resursi su se u protekloj deceniji našli u centru pažnje naučnika, stručnjaka, političara, privrednika. Tačnije rečeno, u proteklih nekoliko decenija uočava se tendencija porasta interesa za razvoj ljudskih resursa. To, narav-

*

Megatrend Univerzitet, Beograd

**

Visoka strukovna škola za preduzetništvo

no ne znači da se nauka, politika i privreda nije i u prethodnom periodu nije bavila pitanjima ljudskih resursa, ili kako se to ranije nazivalo „kadrovskim pitanjima“. Međutim, primetna je razlika u pristupu pitanju ljudskih resursa, odnosno pomeranje interesovanja nauke i politike sa pitanja novih tehnologija na pitanja ljudskih resursa. Sama promena retorike, odnosno napuštanje termina „kadrovska politika“, odnosno njegova zamena terminom „ljudski resursi“, nije samo formalno jezičke prirode, već odražava novi pristup. Suština tog novog pristupa ogleda se u porastu svesti svih aktera o značaju ljudskih resursa, o tretiranju ljudskih resursa kao neizostavnog dela razvojne strategije i poslovne politike preduzeća, ali i društva u celini, kao i u sve većim ulaganjima u razvoj ljudskih resursa. Danas je nesporna činjenica da se najvažniji deo tržišne utakmice prebacio na teren ljudskih resursa, za razliku od prethodnog perioda, kada je težište tržišne utakmice bilo na tehnologijama, odnosno mašinama i opremi. Statistički podaci i činjenice nedvosmisleno potvrđuju da najbolje rezultate u ekonomskom i tehnološkom razvoju i na tome zasnovanom kvalitetu života ljudi, ostvaruju one zemlje koje najviše ulažu u razvoj ljudskih resursa. Jezikom matematike, ulaganja u razvoj ljudskih resursa nalaze se u direktnoj srazmeri sa stepenom ukupnog razvoja pojedinih zemalja.

Pomeranje težišta ekonomskog života i tržišne utakmice na pitanja razvoja ljudskih resursa, imalo je znatno šire posledice na ukupni društveni život, sistem vrednosti, moralne standarde, način života. Razlozi za tako veliki uticaj na ukupni tok društvenih zbivanja nalaze se u činjenici da se iza izraza „ljudski resursi“, nalazi ljudsko biće, ljudska ličnost, sa svojom slobodom, dostojanstvom, pravima i slobodama, sopstvenim vizijama sveta i vremena u kome živimo, običajima, tradicijama, načinom života moralom, svim onim, što jednoj rečju čini ljudski život.¹ To, drugim rečima, znači da se „ljudski resursi“ ne mogu posmatrati u uskom ekonomskom smislu, kao skup činjenica o nivou obrazovanja, radnih i profesionalnih kapaciteta, pojedinca, preduzeća i jedne zemlje u celini. Naprotiv, „ljudski resursi“ se moraju uvek posmatrati kao totalitet, celina univerzalne ljudske ličnosti. To, u krajnjoj liniji proističe iz zdvorazumskog saznanja da nije moguća sloboda i dostojanstvo u sferi rada i razvoja „ljudskih resursa“, a da ta ista sloboda nije moguća u politici, obrazovanju, nauci, jednom rečju u svim oblastima društvenog života.

Sam naslov teksta: „Elementi za uspostavljanje evropskog modela razvoja ljudskih resursa u Srbiji“, nameće prethodno pitanje – da li uopšte postoji evropski model razvoja ljudskih resursa. Odgovor na to pitanje nije jednosta-

1

Sen, A. : *Development and freedom*, Anchor Books, New York, 1999.

van i jednoznačan, odnosno ne može se na ovo pitanje odgovoriti isključivo sa da ili ne. Naime, u formalno pravnom i jezičkom smislu takav „evropski model“, kao jednistven, celovit, model, koji se može kopirati, ne postoji. Činjenica je da svaka zemlja EU ima na tom planu autonomiju i sopstveni, specifični pristup pitanjima razvoja ljudskih resursa. Međutim, upravo ta činjenica treba kao zemlju tranzicije da nas podseti da iskustva i političke, ekonomske i socijalne modele razvijenih zemalja EU nije moguće, i u krajnjoj liniji nije dobro kopirati. Upravo oblast razvoja ljudskih resursa spada u one oblasti, koje izričito zahtevaju, specifični pristup u svakoj zemlji, primeren specifičnim društvenim okolnostima koje u toj zemlji vladaju.

Medutim, kada je reč o ljudskim resursima, vidljiva je na pojavnjoj ravni činjenica da najrazvijenije zemlje EU, najviše ulaze u razvoj ljudskih resursa. U javnom mnjenju je razvijena svest o nezamenljivom značaju ljudskih resursa za ekonomski i tehnološki razvoj zemlje. U suštini je isto i iskustvo zemalja tranzicije. Upešne zemlje tranzicije svoj uspeh u velikom meri temelje na tome što su imale odgovoran, racionalan odnos prema razvoju ljudskih resursa. Vidljiva je u tom smislu, linija razdeline između uspešnih i manje uspešnih zemalja tranzicije. Drugim rečima, tragajući za odgovorom na pitanje da li postoji evropski model razvoja ljudskih resursa, može se sa sigurnošću tvrditi da postoje zajedničke evropske vrednosti i standardi u oblasti razvoja ljudskih resursa, koje su, u suštini, civilizacijske vrednosti dvadesetprvog veka. TE zajedničke, opšte prihvачene vrednosti u oblasti ljudskih resursa, istovremeno imaju važnu funkciju, integrativnog činioča u procesu evropskih integracija, kao i testa realnih kapaciteta zemalja tranzicije, uključujući i Srbiju da, ne samo u formalnom, već u civilizacijskom smislu ulaze u proces evropskih integracija.

Zajedničke evropske vrednosti u oblasti ljudskih resursa

U traganju za odgovorom na pitanja o mogućnostima, perspektivama i uslovima za uspostavljanje evropskog modela razvoja ljudskih resursa u Srbiji, neophodno je sagledati sledeće ključne komponente - sistem vrednosti, pravni poredak, odnosno pravne norme, koje posredno ili neposredno utiču na razvoj ljudskih resursa, stanje ljudskih sloboda i prava i demokratije u celini i osnovne odrednice ekonomskog sistema koje su funkcionalno povezane sa stanjem i realnim mogućnostima razvoja ljudskih resursa. Pri tome će se koristiti metoda studije slučaja i komparativna metoda.

Pre svega, tržišna privreda, odnosno tržišna utakmica, kako joj i sam naziv kaže, po svojoj prirodi je takmičarska. Taj takmičarski karakter tržišne privrede je predstavljao izuzetno snažnu pokretačku snagu ekonomskog i tehnološkog razvoja kapitalizma u proteklih nekoliko vekova, i ta činjenica danas predstavlja nesporну tačku slaganja društvenih teorija i politika različitih orijentacija. Činjenica je takođe da se sa razvojem kapitalizma, a to znači sve dinamičnijim razvojem novih tehnologija, novih prozvoda i novih ljudskih potreba taj takmičarski karakter kapitalizma sve više i otvorenije ispoljavao, što je podrazumevalo da su se sve više zaoštravali uslovi i kriterijumi tržišne utakmice. Međutim, pravila tržišne utakmice nisu se samo jednostrano zaoštravala, već su se suštinski menjala, prilagodjavajući se novim društvenim okolnostima. Danas je, na pojavnjoj ravni, bez ulazeњa u dublje analize očigledno da se pravila tržišne utakmice koja važe danas bitno razlikuju u odnosu na pravila tržišne utakmice pre nekoliko decenija, a pogotovo u odnosu na pravila tržišne utakmice u prethodnim stoljećima.² Pomenuti proces promena pravila tržišne utakmice kretao se u više, na prvi pogled protivurečnih smerova. Tržišna utakmica je, s jedne strane postajala sve oštija, sve zahtevnija, sve dinamičnija, ili kako bi se sportskim rečnikom reklo, stalno je podizana lestvica zahteva i kriterijuma za učešće u tržišnoj utakmici. Tržište se sve više potvrdjivalo kao oštiri, čak se može reći, nemilosrdni sudija, koji za učinjene greške izriče samo jednu sankciju – ispadanje, odnosno ekonomsko propadanje. Istovremeno, tržišna utakmica je postajala i sve sofisticiranjem i humanija. Tačnije rečeno, taj, na prvi pogled protivurečan odnos ove dve komponente -nemilosrdnosti i humanosti tržišne utakmice, različiti je u pojedinim zemljama i to je ona razdelnica izmedju ekonomski i tehnološki razvijenih, demokratskih zemalja i onih zemalja koje na tom planu zaostaju.

Mnogi stručnjaci, pre svega ekonomske struke, u godinama pre krize, promovišući koncept neoliberalizma, osporavali su tu humanu stranu tržišta i tržišne utakmice, osporavajući, pri tome moralni aspekt ekonomije, bazirajući to na tvrdnjama o moralnoj neutralnosti ekonomskih procesa. Društvena praksa je, međutim, ne samo u prethodnim decenijama, nego i u aktuelnoj globalnoj krizi pokazala da takve tvrdnje nemaju osnova. Čak štaviše, očigledno je da bez zastupljenosti te humane komponente tržišne utakmice, danas ne bi mogli govoriti o ljudskim resursima, u onom smislu i u onom značaju koji oni danas nesporno imaju. To, drugim rečima, znači da bi svet u celini drugačije izgledao i da bi ta različitost imala negativni smer.

²

Campbell R., McConnell, Stanley L. B. : *Savremena ekonomija rada*, „Mate“, Zagreb, 1994.

Aktuelna kriza suočila je njene aktere, a pre svega one koji su najodgovorniji za njeno nastajanje, a to znači i za njeno sprečavanje, ili bar umanjivanje njenih posledica, sa nečim što se u pedagogiji definiše kao utvrđivanje predjelog gradiva, ili podsećanje na neke aksiome kapitalističkog, tržišnog načina proizvodnje. Jedan od tih aksioma je da se tržište sastoji od tri segmenta – tržišta roba, kapitala i radne snage. Isto tako je dobro poznato da su ova tri segmenta tržišta međusobno povezana i funkcionalno zavisna i da je stabilan, optimalni odnos između ova tri tržišta uslov stabilnog razvoja nacionalne, a u proteklim decenijama sve više i globalne ekonomije. Između ova tri tržišta je od nastanka tržišne ekonomije postojala i danas postoji jedna suštinska razlika, koja uslovljava sve druge razlike. Reč je o tome da je subjekt tržišta radne snage čovek, univerzalno, stvaralačko ljudsko biće, sa svojim dostojanstvom, ljudskim slobodama i pravima, ili kako se to danas opšte prihvaćenim rečnikom kaže – ljudski resursi. Strategija upravljanja ovim tržištem, danas se pokazala kao jedan od ključeva stabilnog ekonomskog i tehnološkog razvoja, demokratije, slobode i dostojanstva ljudi. To, u krajnjoj liniji, proizilazi iz činjenice da su tržište roba i tržište kapitala na pojavnjoj ravni izvedena i materijalizovana slika stanja na tržištu radne snage.³

Sva tri segmenta tržišta, kao jednog složenog, dinamičnog društvenog procesa doživljavala su značajne promene. Te promene dogadjaju se i danas, pod uticajem globalne ekonomске krize. Neke od ovih promena zaslužuju da budu posebno analizirane, sa stanovišta uticaja na razvoj ljudskih resursa. Prva od tih značajnih promena odnosi se na činjenicu stalnog porasta značaja tržišta radne snage i jačanja njegovog uticaja na ukupni tok ekonomskih i društvenih kretanja u celini u jednom društvu. Naime, ako se u vremenskoj dimenziji prati tok razvoja kapitalističkog društva, onda se može uočiti tendencija permanentnog rasta značaja tržišta radne snage. U devetnaestom veku, prioritet je ripadao tržištu roba, a u tom okviru tržištu novih tehnologija. U drugoj polovini dvadesetog veka primetno je pomeranje težišta ekonomskog života ka tržištu radne snage, odnosno ljudskih resursa. U tom smislu, ulaganja u razvoj ljudskih resursa dobila su odlučujući značaj, što znači da su pobednici u tržišnoj utakmici bili oni koji su najviše ulagali u razvoj ljudskih resursa. Međutim, ova promena je mnogo značajnija i šira po svojim posledicama, nego što to izgleda na prvi pogled. Očigledno je da je ona uticala na bitne promene u načinu života i os-

3

Ignjatović, S. : *Rasprava o socijalnom kapitalu u ekonomiji i sociologiji*, Zbornik rada-va „Ekonomija i sociologija“, sa istoimenog naučnog skupa, Institut društvenih nauka, Beograd, 2007.

novnog sistema vrednosti u danas razvijenim gradjanskim društvima tržišne ekonomije.⁴

Tržište radne snage, ili tržište ljudskih resursa, razlikuje se od druga dva tržišta i po tome što je najdinamičnije, najpodložnije promenama i najnestabilnije. Na funkcionisanje i odnose na tržištu radne snage ne utiču samo materijalni, već i brojni socijalni, psihološki činioci, način života, tradicija, moralne norme, nivo ljudskih sloboda i prava, koja obuhvataju kompleks politički, ekonomskih, socijalnih i radnih prava. Cenu radne snage, kao konačni, vidljivi izraz stanja i odnosa na tržištu radne snage, određuje kombinacija ekonomskih i vanekonomskih faktora, koja se u svakom društvu, u svakoj grani privrede i svakom preduzeću javlja u različitoj srazmeri. Bitnu komponentu razvojnosti i promenljivosti tržišta radne snage predstavlja činjenica da se ono menja u smislu stalnog unapredjivanja stvaralačkih moći ljudskog rada. Reč je o stalnom unapredjivanju profesionalnih i stručnih znanja, promeni strukture radne snage, unutrašnjoj pokretačkoj snazi ekonomskog i tehnološkog razvoja, što je suština ljudskih resursa. Ljudski resursi su istovremeno i akteri političkog i društvenog života, oni su akteri industrijskih i socijalnih konfliktata, a takođe su i predmet socijalnih konfliktata.

Sve veća dinamika razvoja ljudskih resursa, funkcionalno povezana sa razvojem primenjenih nauka i razvojem novih tehnologija, u suštini je bila izraz ili posledica zahteva novih tehnologija za sve većim brojem obrazovanih ljudi, koji će biti sposobni da kompetentno upravljaju novim tehnologijama. Jedini relevantan odgovor na taj zahtev bila je demokratizacija procesa obrazovanja, kja pre svega podrazumeva da obrazovanje od osnovnog, do najvišeg univerzitetskog, bude jednako dostupno pripadnicima svih socijalnih slojeva, bez obzira na socijalno poreklo, rasu, veru, naciju, imovinsko stanje. Time je, istovremeno stvaran i temelj za vertikalnu socijalnu pokretljivost koja je jedna od ključnih odrednica, demokratskih, ekonomski razvijenih, otvorenih društava. Podrazumeva se da je demokratizacija obrazovanja neizbežno uslovila i preraspodelu nacionalnog dohotka, u smislu uvećavanja dela nacionalnog dohotka koji se izdvaja za obrazovanje, ali i raspoedele i korišćenja tih sredstava u skladu sa načelima socijalne pravde i solidarnosti. Naravno, u svakom društvu koje je krenulo tim putem, stalnog povećavanja ulaganja u obrazovanje i nauku, ta sredstva su se vratila višestruko oplodjena, na korist onih koji su seobrazovali, kao i na korist celog društva. To nedvosmisleno potvrđuje

4

Novak, J. : *Socijalna ekonomija – izazovi i šanse u procesu globalizacije*, u Zborniku „Socijalna politika u procesu evropskih integracija“, FPN, Beograd , 2006.

činjenica da izmedju stepena ulaganja u obrazovanje i kvaliteta života ljudi u pojedinim zemljama postoji direktna srazmerna.

Medjutim, praksa je i ovoga puta potvrdila integralnu i univerzalnu prirodu demokratije, u tom smislu što je pokazala da nije moguće uspostaviti demokratiju samo u jednom segmentu društvenog života, kao što je u ovom slučaju obrazovanje. Naprotiv, demokratija se može uspostaviti i uspešno funkcionisati samo, ako se paralelno uspostavlja u svim sferama društvenog života, ekonomiji, političkom i pravnom poretku, kulturi i sl. To podrazumeva da se u svim oblastima društvenog života uspostavi načelo jednakih šansi. Samo tako se uspostavlja i optimalna funkcionalna veza izmedju demokratskog, otvorenog sistema obrazovanja i drugih segmenata društvenog života, u tom smislu, što se omogućava da se potencijalna snaga obrazovanja svakog pojedinca pretvorí u realnu stvaralačku i razvojnu snagu ljudskog rada.⁵

Demokratizacija obrazovanja kao potencijalna snaga razvoja novih tehnologija i ekonomskog i socijalnog razvoja društva u celini, otvorila je i jedno novo pitanje, koje je u velikoj meri promenilo sam karakter obrazovanja, ali i sistem vrednosti, sadržaj i način života ljudi. Naime, dinamika promena u novim tehnologijama, u novim proizvodnim programima, novim ljudskim potrebama dovela je do uspostavljanja koncepta i prakse tzv „doživotnog obrazovanja“. U prethodnim periodima razvoja, proces obrazovanja i proces rada bili su relativno razdvojeni. Završavanjem formalnog procesa obrazovanja, i započinjanjem radne karijere, proces obrazovanja kao kontinuirani razvojni proces se faktički završavao, ili tačnije rečeno svodio se na sticanje praktičnih iskustava u toku rada. Drugu polovinu dvadesetog i početak dvadesetprvog veka obeležila je drugačija tendencija, koja se ogleda u činjenici da proces profesionalnog i stručnog obrazovanja traje ceo radni vek, da je faktički sastavni deo radnog veka, što utiče, sa jedne strane na promene u konceptu i sadržaju procesa formalnog obrazovanja, a sa druge strane dovodi do nastajanja čitavog podsistema neformalnog obrazovanja.

Sa razvojem tržišne privrede, ispoljila se i njena bitna karakteristika – tendencija širenja. Tako tržište prvo izlazi van lokalnih okvira, a danas je uočljiva tendencija uspostavljanja jednog – globalnog tržišta, a to znači i globalne tržišne utakmice. To utiče da se i utakmica ljudskih sposobnosti i znanja, koju vode ljudski resursi, sve više premešta na globalni nivo. Iz toga se rodila i potreba da se na globalnom planu uspostavljaju globalni kriterijumi i pravila igre na tom, u sve većoj meri globalnom tržištu radne snage. Tako nastaju medjuna-

5

Mathews, J. : *Tools of change – New technology and democratisation of work*, Pluto, London, 1989.

rodni standardi u oblasti radnih, ekonomskih i socijalnih prava, kao i u oblasti razvoja ljudskih resursa. I pored toga što su vidne i nesporne razlike u ceni radne snage u pojedinim zemljama, ovi standardi ostvaruju značajnu funkciju zaštite donjih granica u oblasti radnih, ekonomskih i socijalnih prava, što utiče na cenu radne snage, ali i na stvaranje minimalnih uslova za razvoj ljudskih resursa u pojedinim zemljama.⁶

Konačno razvoj ljudskih resursa, njihovi realni profesionalni, stručni i moralni kapaciteti da produktivno rade, stvaraju sve veće količone materijalnih dobara, unapredjuju nove tehnologije, neizostavno stavlja u centar pažnje pitanje motivacije za rad stvaralaštvo, sopstveni profesionalni i stručni razvoj, učešće u tržišnoj utakmici. Takvu motivaciju mogu da imaju samo slobodni ljudi, slobodne, dostojanstvene ljudske ličnosti, zadovoljne sopstvenim životom, koje imaju relativnu ekonomsku i socijalnu sigurnost, uverenje da sami odlučuju o sopstvenom životu i sudbini, realnu nadu da će im sutrašnji dan biti bolji od prethodnog. Iz toga proističe da pitanje motivacije ljudskih resursa, kao ključnog elementa strategije njihovog razvoja samo započinje u procesu rada, ali da zavisi od ukupnog stanja društvenih odnosa, ili kako se to savremenim rečnikom kaže- od društvenog okruženja za ekonomski i tehnološki razvoj.

Prednosti i ograničenja Srbije za uspostavljanje evropskog modela razvoja ljudskih resursa

Strateško opredeljenje Srbije za priključenje EU, podrazumeva, pored osalog, i uspostavljanje i razvoj evropskog modela razvoja ljudskih resursa. Nаравно, то проистиче из суštinskог приступа ciljevima i putu Srbije ка evropskim integracijama. Наime, главни циљ није формално чланство у EU. То је средство, али и показателј развоја Srbije на свим плановима, политичком економском, социјалном. Суštinski циљ evropskih integracija Srbije је достизање civilizacijskih стандарда у политичком животу, националној економији, ljudskim slobodama i правима, у свим segmentima живота društva. То је, пре sveга, основни услов да се обезбеди право грађана Srbije да развијају и користе civilizacijske тековине dvadesetog i dvadesetprvog veka. То је, истовремено, test provere kapaciteta Srbije да uspostavlja политички, економски и социјални систем, који ће бити доволjan i stabilan правни i политички okvir за ostvarivanje ових civilizacijskih dosignutih ljudskih sloboda i prava, или другим речима то је pouzdani, praktični показателј realnog stanja ljudskih resursa u Srbiji, ограничења i предности ljuds-

⁶

Šunderić, B. : *Pravo Medjunarodne organizacije rada*, Pravni fakultet, Beograd, 2007.

kih resursa, a to znači i putokaz u kom pravcu treba usmeriti ukupnu strategiju i konkretne poteze u funkciji uspostavljanja evropskog modela ljudskih resursa. Pri tome polaznu osnovu predstavlja činjenica, do koje se dolazi elementarnim nivoom poredjanja – da je koncept i praksa razvoja ljudskih resursa primenja u zemljama EU dala mnogo bolje rezultate nego koncepcija i praksa primenjena u manje uspešnim zemljama tranzicije , u koje spada i Srbija.⁷

Korišćenje komparativne metode omogućava da se uoči da se proces uspostavljanja evropskog modela razvoja ljudskih resursa mora paralelno da odvija na nekoliko planova – političkom, pravnom, ekonomskom, individualno i kolektivno psihološkom i moralnom. Pri tome ovaj proces može dati željene rezultate, a to znači voditi ka permanentnom unapredjivanju kapaciteta ljudskih resursa, samo ako se odvija kontinuirano i koordinirano. Drugim rečima, polaznu osnovu predstavlja stav, da je stanje ljudskih resursa samo izostrena slika ukupnog stanja u jednom društvu.

Tržišna utakmica, kao osnovna pokretačka snaga ekonomskog i tehnološkog razvoja društva, može da ostvari svoj smisao i potvrди svoju pokretačku razvojnu snagu, samo ako su prethodno ispunjena dva uslova. Prvi se odnosi na prirodu i karakter uslova tržišne utakmice. Oni moraju biti časni, ravnopravni za sve takmičare, unapred poznati i prihvaćeni od stare svih aktera tržišne utakmice. Drugi uslov se odnosi na trajnost i stabilnost tržišnih uslova privredjivanja. To podrazumeva postojanje strategije ekonomskog, tehnološkog i ukupnog društvenog razvoja, prihvaćene koncenzusom, dakle razvojne strategije koju prihvataju svi akteri, videći u njoj mogućnost ostvarivanja sopstvenih i ukupnih opštih interesa. Drugu komponentu stabilnosti uslova privredjivanja predstavljaju mere ekonomске, socijalne i poreske politike, koja je uvek u funkciji ostvarivanja dugoročnih ciljeva utvrdjenih pomenutom strategijom ekonomskog i tehnološkog razvoja društva. Treća komponenta odnosi se na trajnost mera ekonomske i poreske politike.reč je o tome da ove mere predstavljaju parametre odkojih zavise troškovi proizvodnje i usluga u pojedini delatnostima, a to znači i konkurentska sposobnost pojedinih proizvodjača. Zato je za sve njih od izuzetne važnosti da na dugi rok imaju stabilne uslove i parametre privredjivanja. Sve napred navedeno u krajnjoj liniji vodi ka jednom od osnovnih pitanja i ogledala uspešnosti tranzicije, a to je uspostavljanje vladavine prava, odnosno načela jednakosti svih pred zakonom. Naravno, uspostavljanje načela vladavine prava, po svojoj prirodi, nije moguće uspostaviti samo u jednoj oblasti, već se vladavina prava, mora paralelno i istovremeno

7

Medojević B. : *Ekonomска kriza i ekonomска politika*, Zbornik radova „Stanje i perspektive relanog sektora“, DEB, Ivanjica, 2010.

uspostavljeni u svim segmentima društvenog života. Takav pristup vodi do uočavanja veze između pravnog poretku i strategije razvoja ljudskih resursa. Zapravo, vladavina prava predstavlja ono društveno okruženje u kome je jedino moguće da se uspostavi časna i ravnopravna utakmica ljudskih sposobnosti i znanja, u kojoj pobedjuju najbolji, što vodi dinamičnom razvoju ljudskih resursa u celini.

Pored toga, iskustvo ekonomski i tehnološki razvijenih zemalja EU i uspešnih zemalja tranzicije potvrđuje da uspostavljanje vladavine prava, posred uspostavljanja časne i ravnopravne tržišne utakmice, koja je uvek utakmica ljudskih sposobnosti i znanja, pokreće i predstavlja temelj čitavog niza drugih pozitivnih promena u ekonomskom, političkom i socijalnom sistemu. Pre svega, samo ako se zaista uspostavi tržišna utakmica u kojoj svi učesnici počinju sa iste startne linije, ako opstanak na tržištu zavisi isključivo od ekonomskih rezultata, a ne od političkih i drugih ekonomskih faktora, onda preduzetnici i poslodavci imaju realni interes da ulaze u razvoj ljudskih resursa.⁸ Pri tome se, naravno, ne radi o promeni njihovog moralnog stava, ili bar ne samo o promeni moralnog stava, nego o promeni objektivnih okolnosti. Naime, suočeni sa sve oštrijom konkurencijom, u kojoj opstaju samo nabolji, preduzetnici su prinudjeni, snagom ekonomске nužnosti, da sve više ulaze u razvoj ljudskih resursa, uvidjajući da prednost na planu razvoja ljudskih resursa donosi prednost u tržišnoj utakmici. Svest o tome otvorila je proces premeštanja težišta tržišne utakmice na oblast ljudskih resursa. To je konačno dovelo do toga, da je danas najtraženiji i najskupniji izvozni prozvod „know how“. I pored toga što se na tom planu istraživanja vrše samo sporadično, raspoloživi statistički podaci i podaci o poslovanju pojedinih preduzeća u Srbiji, potvrđuju da postoji direktna srazmerna između nivoa ulaganja u razvoj ljudskih resursa i ekonomskog i tehnološkog razvoja preduzeća i njihove uspešnosti u tržišnoj utakmici.

Medutim, ovde nije kraj, nego početak priče. Naime, razvoj ljudskih resursa, ne može se ograničiti samo na ulaganja i motivaciju za unapredjivanje njihovih stručnih i profesionalnih veština i znanja u okviru preduzeća i ustanova u kojima rade, praćenje i osposobljavanje za korišćenje novih tehnologija, i sl. Razvoj ljudskih resursa podrazumeva čitav niz komponenti – pravnu sigurnost, visok nivo ljudskih sloboda i prava, pri čemu poseban značaj imaju radna, ekonomска, socijalna prava, koja obuhvataju relativnu sigurnost radnog mesta, pristojne zarade, pristojne uslove stanovanja, mogućnost sopstvenog profesionalnog i stručnog usavršavanja i razvija, mogućnost školovanja dece, pravo na

⁸

Degryse C. and Pochet P, eds. : *Social development in the European Union*, ETUI, Brussels, 2006.

zdrav život, na zaštitu na radu, na zaštitu zdravlja, na socijalnu sigurnost i druga prava. Sva navedena i druga prava, koja su definisana i zaštićena medjunarodnim političko-pravnim dokumentima (konvencije i preporuke MOR, Pakt o ekonomskim, socijalnim i kulturnim pravima UN, Evropska socijalna povelja itd.), mogu se ostvarivati samo u celini. To znači da se strategija razvoja ljudskih resursa mora ostvarivati paralelno i koordinirano na nivou preduzeća, na nivou lokalnih zajednica i na nivou države, odnosno da svaka razvojna strategija, na bilo kom od ovih nivoa, kao svoj integralni deo mora imati strategiju razvoja ljudskih resursa.⁹

Iz svega napred navedenog proističe jedan važan zaključak. Iako, na prvi pogled zvuči kontradiktorno, ključ strategije razvoja ljudskih resursa u Srbiji, danas se nalazi u rukama države, odnosno u političkoj sferi. To se, pre svega, odnosi na sve neophodne reforme u ekonomskom, političkom sistemu i pravnom poretku koje je neophodno izvršiti, da bi se stvorilo povoljno tle za uspostavljanje i razvoj evropskog modela razvoja ljudskih resursa. To podrazumeva promenu uloge države u ekonomskom životu društva, pre svega u smislu napuštanja direktnе preduzetničke funkcije i političke kontrole nad ekonomskim tokovima, koja vodi i uspostavljanju dominacije političkih nad ekonomskim kriterijumima, što ima pogubne posledice za razvoj ljudskih resursa.

Literatura

- Campbell R. , McConnell, Stanley L. B. : *Savremena ekonomija rada*, „Mate“; Zagreb, 1994.
Degryse C. and Pochet P. eds. , : *Social development in the European Union*, ETUI Brussels, 2006.
Ignjatović, S. : *Rasprrava o socijalnom kapitalu u ekonomiji i sociologiji*, Zbornik radova „Ekonomija i sociologija“, sa istoimenog naučnog Skupa, Institut društvenih nauka, Beograd, 2007.
Mathews, J. : *Tools of change – New technology and democratisation of work*, Pluto, London, 1989.
Marinković, V. : *Upravljanje ljudskim resursima*, „Megatrend“ Univerzitet, Beograd, 2010.
Medojević, B. : *Ekonomска kriza i ekonomska politika*, Zbornik radova „Stanje i perspektive relanog sektora“, DEB, Ivanjica, 2010.
Novak, J. : *Socijalna ekonomija – izazovi i šanse u procesu globalizacije*, u Zborniku „Socijalna politika u procesu evropskih integracija“, FPN, Beograd , 2006.
Sen, A. : *Development and freedom*, Anchor Books, New York, 1999.
Šunderić, B. : *Pravo Medjunarodne organizacije rada*, Pravni fakultet, Beograd, 2007.

9

Marinković, V. : *Upravljanje ljudskim resursima*, „Megatrend“ Univerzitet, Beograd, 2010.

ELEMENTS FOR A EUROPEAN DEVELOPMENT STRATEGY OF HUMAN RESOURCES IN SERBIA

Abstract

In actual discussion about human resources, first of all is the fact, that most developed EU countries, in same time have highest level of investment to human resources. In public opinion is very developed consciousness about importance of human resources for economic and technologic development of country. In essence experience of transitional countries is same. One of corner stones of strategy of successful countries of transition is rational and responsible approach to human resources development. It is, in same time division line between successful and less successful transitional countries. In other word, in searching for answer about existing of common European model of human resources management development, may be confirmed that exist common European values and standards in the field of human resources, which are civilisation values on approached on the beginning of twenty first century. That, mentioned values have in same time very important function of integrative factor in the process of European integrations. Also, these values are test of real capacities of transitional countries to be really involved in the process of European integration.

Key words: human resources, transition, European integrations, development strategy, market competition, new technologies.