

Ana S. Trbović

Fakultet za ekonomiju, finansije i
administraciju (FEFA),
Univerzitet Singidunum, Beograd

ANALIZA POTREBNE PODRŠKE SRPSKIM IZVOZNICIMA ZA POVEĆANJE KONKURENTNOSTI I IZVOZA

SERBIAN EXPORTERS NEEDS ANALYSIS TO SUPPORT COMPETITIVENESS AND EXPORT GROWTH

Sažetak

Ovaj rad predstavlja analizu potreba srpskih izvoznika, a zasniva se na empirijskoj studiji - anketi sadašnjih i mogućih srpskih izvoznika koja je sprovedena tokom marta i aprila meseca 2011. godine. U pogledu usluga podrške izvozu, prema izvoznicima središte treba biti na istraživanju tržišta, uspostavljanju poslovnih veza i zalaganju za unapređenje poslovne klime, a zatim i na unutrašnjem povezivanju i umrežavanju izvoznika. Izvoznici izražavaju veliku potrebu za ovim uslugama i apsolutna većina želi da se učlani u Udruženje izvoznika Srbije, za koje smatra da treba da se osnuje kao nevladino, neprofitno udruženje. Krajnji zaključak studije jeste da treba ojačati postojeće usluge za podršku izvozu i podržati osnivanje novog, samostalnog udruženja koje bi predstavljalo izvoznike i omogućavalo tešnju saradnju između države i privrede u ovoj važnoj oblasti.

Ključne reči: izvoz, Srbija, analiza potreba, Udruženje izvoznika Srbije

Abstract

This document presents an exporters' needs analysis, based on an empirical study, a survey of current and potential Serbian exporters carried out in March and April 2011. Exporters services that are identified as central to exporting include market research and linkages and advocacy for an improved business climate, followed by internal networking of exporters. Exporters express a great need for these services, and an absolute majority wishes to join the Exporters association of Serbia, which they consider should be established as a non-governmental, non-profit association. The final conclusion of the study is that current exporting services should be strengthened, and that the new, independent exporters' association should be supported in order to represent exporters and facilitate closer cooperation between the government and the business sector in this important area.

Key words: export, Serbia, needs analysis, Exporters Association of Serbia

* Objavlivanje ovog članka realizovano je u okviru projekta "Unapređenje konkurentnosti Srbije u procesu pristupanja Evropskoj uniji", Ministarstvo nauke Republike Srbije, br. 47028, za period 2011.-2014. godine.

Relativno visok ekonomski rast Srbije u periodu nakon promene režima oktobra 2000. godine i pokretanja međunarodnih i posebno evropskih reintegracija (godišnji bruto domaći proizvod iznosio je 5,4% u periodu od 2000. do 2008. godine) počeo je da stagnira i beleži tek blagi rast nakon nastanka Svetske ekonomske krize krajem 2008. godine. Izvoz je bio jedna od osnova za rast i on je beležio rast od čak 21% godišnje u ovom istom periodu, da bi pao 25.3% 2009. godine. Međutim i uvoz je takođe beležio rast, a trgovinski deficit postajao sve zabrinjavajućiji.¹ Danas, 2011. godine, vraća se blagi ekonomski rast ali se uviđa sve veća potreba za podrškom srpskom izvozu.

Ovaj rad se posebno usredsređuje na analizu potreba srpskih izvoznika, a zasniva se na empirijskoj studiji - anketi sadašnjih i mogućih srpskih izvoznika koja je sprovedena tokom marta i aprila meseca 2011. godine u okviru projekta "Razvoj konkurentnosti i promocija izvoza" koji finansira Evropska unija. Ukupno 106 predstavnika preduzeća je učestvovalo i 96 završilo elektronski dostupnu anketu u celini. Upotreba elektronske ankete omogućila je većem broju izvoznika da izrazi svoje mišljenje, a posebno onih čije sedište nije u Beogradu, čime se dobija ravnomernija zastupljenost. Rezultati ankete su bili provereni i potvrđeni putem direktnih razgovora sa nekoliko preduzeća i predstavnika klastera, a anonimnost svih odgovora obezbeđuje njihovu objektivnost i iskrenost. Ukratko, analiza

¹ Autor zasniva ovaj rad na pretpostavci da je izvoz glavni pokretač ekonomskog rasta. Mnogi drugi autori smatraju da uvoz može da igra i važniju ulogu, na primer: Titus O. Awokuse, «Trade openness and economic growth: is growth export-led or import-led?», *Applied Economics*, Vol. 40, Issue 2, July 2007, pp. 161 - 173.

potreba srpskih izvoznika se zasniva na više od 100 bitnih mišljenja sadašnjih i budućih izvoznika. Treba napomenuti da se radi o relativno visokoj stopi učešća za istraživanje ove vrste, što je posledica neposredne podrške klastera i drugih poslovnih udruženja (stranih privrednih komora i Udruženja inženjera konsultanta Srbije), kao i ključnih institucija u ovoj oblasti - Agencije za strana ulaganja i promociju izvoza-SIEPA, Nacionalnog saveta za konkurentnost Srbije i Privredne komore Srbije.

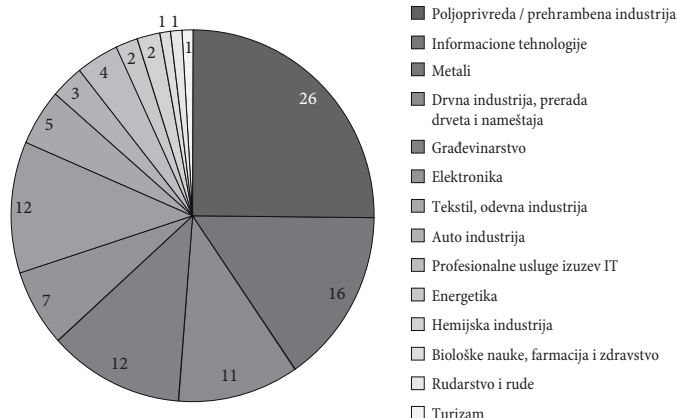
Preduzeća koja su učestvovala u istraživanju imala su sledeće odlike:

88,5% već izvoze; ona dolaze iz različitih privrednih grana; poljoprivredna i prehrambena industrija i informaciono-komunikacione tehnologije su najzastupljenije, a zatim metalska i drvena industrija (videti grafikon 1). Više od 90% preduzeća ima promet manji od 10 miliona evra godišnje (videti grafikon 2). Radi se uglavnom o malim i srednjim preduzećima (do 250 zaposlenih), i ravnomerno su zastupljene mikro, mala i srednja preduzeća (videti grafikon 3).

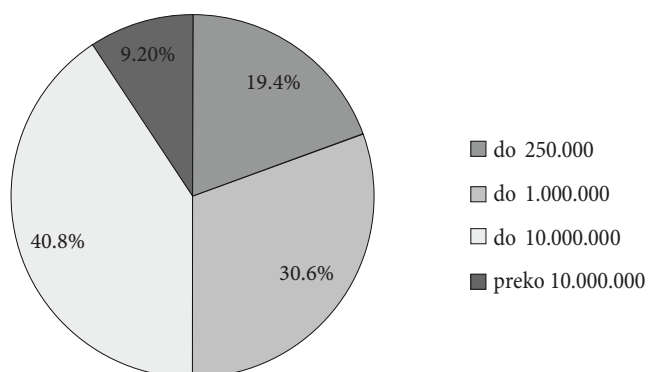
Ogromna većina preduzeća (oko 90%) izvozi manje od 5 miliona evra godišnje, sa više od polovine preduzeća koja izvoze godišnje manje od 500.000 evra vrednosti (grafikon 4). Ove brojke, kao i statistički podaci koji pokrivaju sve izvoznike, ukazuju na relativno nisku razvijenost srpskog izvoza, kao i na potencijal rasta.

Većina preduzeća (71%) izvozi u CEFTA region (uglavnom na tržišta bivše Jugoslavije), više od polovine u Nemačku, dok su druga tržišta po redu značaja Austrija i Italija (u Evropskoj uniji ih po značaju srpskog izvoza prate Francuska, Velika Britanija, Holandija i Švedska), a zatim Švajcarska, Rusija i Sjedinjene Američke Države. Izvoznici u Aziju čine samo 7% odsto preduzeća (grafikon 5). Predstavnici preduzeća su takođe naveli sledeća izvozna tržišta: Kanada (4), Bugarska (4), Češka republika (3), Poljska (3), Egipat (3), Grčka (3), Irska (2), Danska (2), Mađarska (2), Rumunija (2), Slovačka (2), kao i Alžir, Azerbejdžan, Brazil, Čile, Estonija, Etiopija, Indija, Izrael, Libija, Singapur, Španija, Tunis, Turska i Uganda (1).

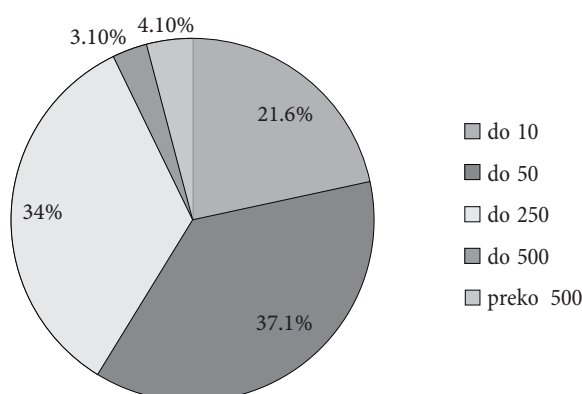
Grafikon 1: Vrsta delatnosti / privredne grane



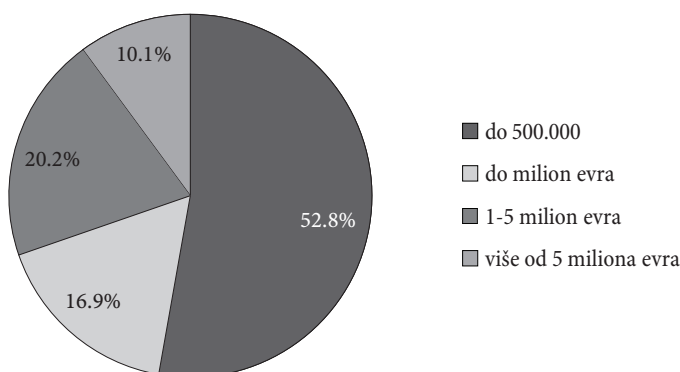
Grafikon 2: Godišnji prihod (u evrima)



Grafikon 3: Broj zaposlenih



Grafikon 4: Godišnji izvoz



Kada su izvoznici upitani o zanimanju za nova tržišta, pojavile su se iste zemlje, ali sa posebno jakim interesom za istraživanje tržišta Rusije (66%) što očigledno pokazuje da izvoznici smatraju trgovinske povlastice koje Srbija ima prema tom tržištu nedovoljno iskorišćenim. Takođe, skoro četvrtina izvoznika bi želela da istraži mogućnost izvoza u Aziju, a preko trećine ispitanika bi istraživalo i tržište SAD (grafikon 6). Nekoliko izvoznika je takođe istaklo neka druga tržišta od interesa u Evropskoj uniji (Belgija, srednja Evropa, Francuska, Grčka, Holandija, Skandinavske zemlje, Bugarska, Rumunija), kao i Egipat, Indiju, Latinsku Ameriku i Švajcarsku.

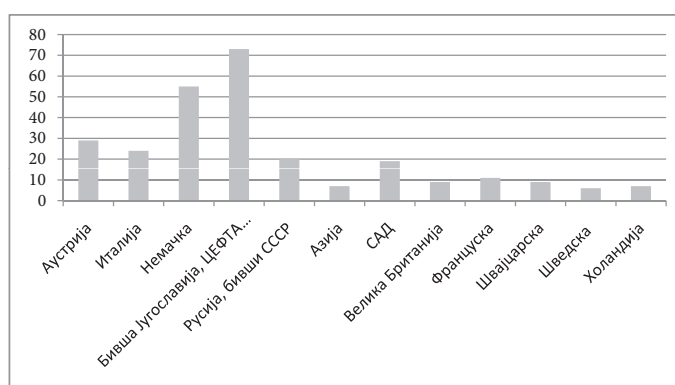
Na pitanje o pomoći koju bi želeli da dobiju u vidu izvoznih usluga, najveći broj preduzeća skoro sve navedene usluge uviđa korisnim, ali pomoć u ostvarivanju poslovnih veza i istraživanje tržišta se posebno izdvajaju sa preko 70% zahteva za ove usluge (grafikon 7). Ovaj odgovor ukazuje na potrebu za konkretnom pomoći u pronalaženju kupaca za srpsku robu i usluge. Takođe, relativno visok odgovor u pogledu usluge zalaganja za unapređenje propisa potvrđuje i ranije sprovedene ankete koje unapređenje poslovne klime stavljaju u sam vrh prioriteta sa ciljem povećanja investicija u Srbiju (nakon 2007. godine strani investitori smatraju poslovnu klimu većom preprekom od političke nestabilnosti²). Uostalom to potvrđuju i međunarodne analize poslovanja u Srbiji, kao na primer vodeći izveštaj Svetske banke, koji na žalost beleži nazadovanje više nego napredovanje Srbije u većini oblasti koje čine poslovnu klimu jedne države:

Jednostavnost...	Poslovanje u Srbiji 2011.	Poslovanje u Srbiji 2010.
Poslovanje	89↑ +1	90
Osnivanje preduzeća	83↑ -8	75
Dobijanje građevinskih dozvola	176↓ -2	174
Upis imovine	100↓ +5	105
Dobijanje zajma	15↑ -1	14
Zaštita ulagača	74↓ -1	73
Plaćanje poreza	138↓ -4	134
Spoljna trgovina	74↓ -3	71
Primena ugovora	94↓ -	94
Zatvaranje preduzeća	86 + 15	101

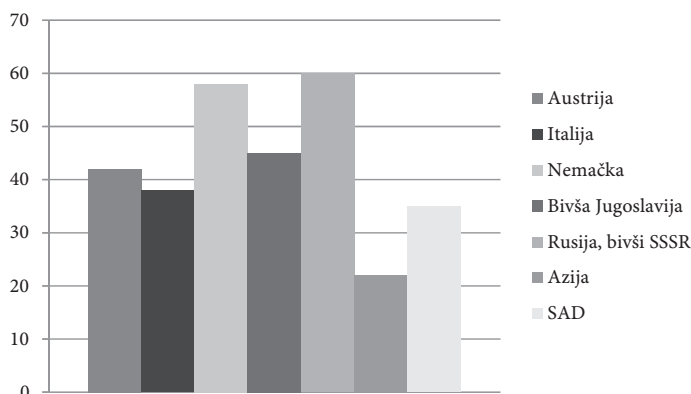
Međutim, analiza mera politike za unapređenje poslovne klime i posebno izvoza nisu predmet ovog članka, već posebno pitanje izvoznih usluga, odnosno usluga za podršku izvoznicima.

Slično potrebama za usluge uopšteno se izražava interes izvoznika u odnosu na ponuđene teme obuka. Većina želi da nauči o ostvarivanju poslovnih veza, dok druge teme privlače malo manji interes, s tim da bi oko 30-40% izvoznika, što je visok procenat, učestvovalo na skoro svim

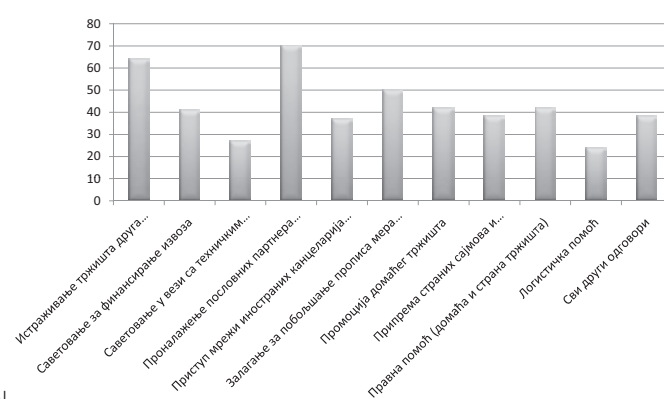
Grafikon 5: Izvozna tržišta



Grafikon 6: Zanimljiva buduća izvozna tržišta (u narednih 2 do 5 godina)



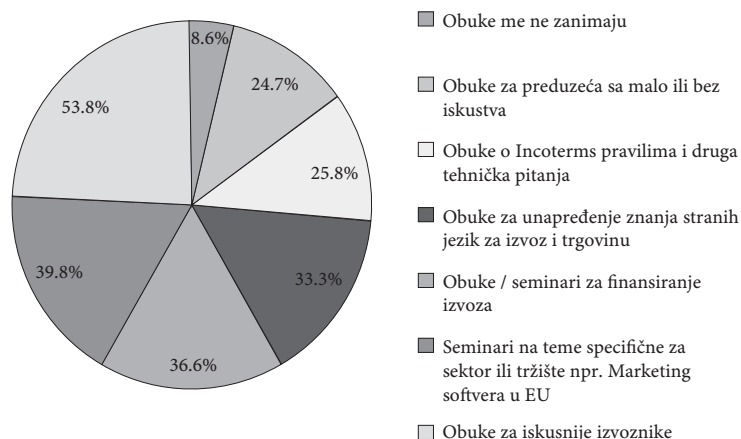
Grafikon 7: Usluge koje su potrebne izvoznicima



2 Strategic Marketing Research za potrebe United States International Development Agency - USAID, 2008..

obukama, dok samo 8,6% odsto predstavnika preduzeća odgovara da nemaju interesovanje za obuke (grafikon 8). U pojedinačnim odgovorima su preduzeća navela da imaju posebnu potrebu za obukom u logistici/carinskim procedurama, sertifikaciji proizvoda i marketingom.

Grafikon 8: Zainteresovanost za obuke u oblasti izvoza



Samo oko polovine ispitanika podugovara određene stručne usluge, uglavnom pravne, računovodstvene i usluge informaciono-komunikacionih tehnologija, zatim marketing i obračun i isplata plata, što dokazuje da je ovo oblast u kojoj je potrebno više saznanja kako bi se poboljšala ekonomska efikasnost i to može biti i oblast dodatnog istraživanja.

Kada su ispitanici bili upitani o mogućnosti uspostavljanja udruženja uvoznika, apsolutna većina od 97% preduzeća je odgovorila da bi postale članice novog Udruženja izvoznika. Potrebu za osnivanjem jednog takvog tela potvrđuje dodatno stav većine da to telo treba da ima oblik nezavisnog udruženja (56%), a 60% ovih preduzeća preferira neprofitno udruženje. Ovaj odgovor ukazuje na to da bi mnogi budući članovi voleli da vide i komercijalne usluge i uopšte komercijalni, odnosno poslovni pristup nove organizacije, što znači da bi udruženje trebalo da stremi neprofitnoj organizaciji koja nudi i komercijalne usluge, sa ciljem ostvarenja održivosti, ne dobiti. Ovaj rezultat je u skladu sa analizom postojećih međunarodnih udruženja izvoznika. Velika većina udruženja izvoznika u svetu su registrovana kao nezavisne, odnosno neprofitne nevladine organizacije.

Značajan broj ispitanika takođe je izrazio želju za snažnom ulogom Privredne komore Srbije, ali pritom isti-

čući da ona mora da bude reformisana u pogledu motivacije i sastava osoblja. Ova kvalifikacija objašnjava i prethodno iskazane potrebe za podrškom u vidu različitih izvoznih usluga iako privredne komore, kao i državna Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza već obavljaju niz izvoznih usluga. Zaključak jedino može biti da je neophodna još jača podrška, kao i da je potrebno samostalno udruživanje izvoznika radi bolje koordinacije, veće efikasnosti svih institucija koje podržavaju srpski izvoz, a posebno za zalaganje za unapređenje određenih propisa što samo samostalna, nevladina organizacija može da čini.

Značajno je napomenuti da je jedan predstavnik preduzeća izrazio bojazan da bi novim udruženjem mogli zavladati velika preduzeća izvoznici, koji su često i najveći uvoznici te stoga mogu imati posebne, drugačije interese. Da bi se ublažile ovakve brige, trebalo bi pri osnivanju udruženja obezbediti odgovarajući broj predstavnika malih i srednjih preduzeća u telima za odlučivanje, eventualno i kroz predstavnike klastera pored neposrednih predstavnika preduzeća. Time bi se ostvarila legitimnost ove institucije za razliku od mnogih udruženja poslodavaca ili malih i srednjih preduzeća koje nemaju sličnu legitimnost i težinu u Srbiji jer postoji sumnja da predstavljaju svoje nominalne članove. Istovremeno, treba imati u vidu da su uporedne studije velikih i malih izvoznika pokazale da imaju "slične potrebe" i da je naglasak na "povezivanju sa stranim kupcima", s tim da su veće firme "više usredsređene na strateška, a manje na dnevna, operativna pitanja".³

Zanimljivo je da srpski izvoznici, iako priznaju da imaju veliku potrebu za pomoći, uglavnom nisu spremni da obezbede visok nivo finansiranja ukoliko bi se osnovalo Udruženje izvoznika Srbije. U istraživanju potreba izvoznika Srbije, oko polovine ispitanika izjavilo je da je spremno da plati članarinu do 100 evra godišnje; trećina bi platila i do 200 evra, a 10% bi platilo i više od 500 evra (videti grafikon 9). Novo udruženje bi s toga trebalo da se osloni na dodatne izvore finansiranja pored članarine, kao

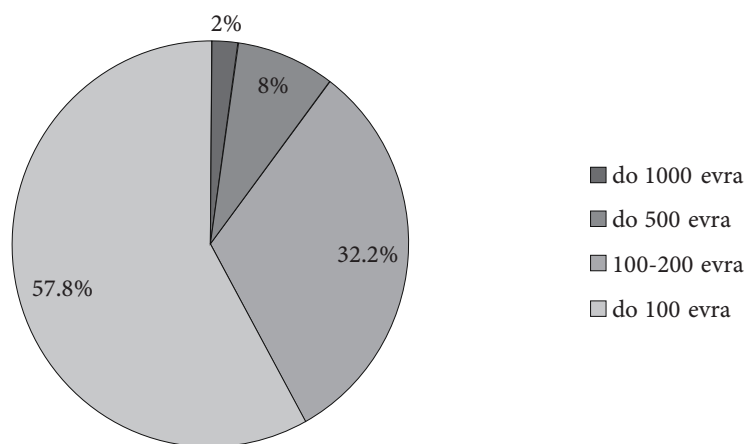
³ Saeed Samiee; Peter G. P. Walters, «Rectifying Strategic Gaps in Export Management», *Journal of Global Marketing*, Vol. 4, Issue 1, 1991, pp. 7 - 37.

i da imaju strukturu članarina koja prati prihode, tako da veće firme plaćaju veće članarine, opet u skladu sa međunarodnom praksom.

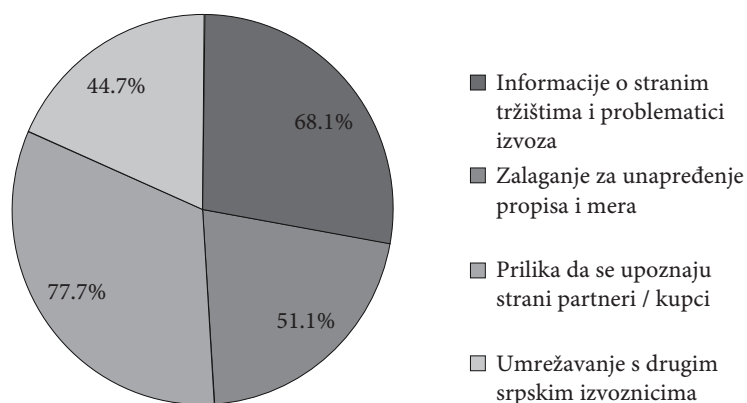
U pogledu usluga koje se nude, prema izvozniciima središte treba biti na sledećem: istraživanje tržišta, uspostavljanje poslovnih veza i zalaganje za unapređenje poslovne klime, a zatim unutrašnje povezivanje i umrežavanje (grafikon 10). Kao što navodi jedna studija potreba malih izvoznika u Velikoj Britaniji "efektivan pristup konkretnim savetima i informacijama je najvažnija potreba malih izvoznika, posebno onih koji su skoro krenuli da izvoze."⁴ Ova studija naglašava kvalitet usluga i odnos sa izvozniciima, navodeći da već postoje brojni pružaoci usluga za izvoznike, ali da ih oni uglavnom ne prepoznaju i nedovoljno koriste, kao i da nisu uvek u skladu sa potrebama izvoznika. Sličan zaključak bi se mogao primeniti na Srbiju, posebno zato što je većina srpskih izvoznika "mala" po merilima navedene studije. Najzad, međunarodna iskustva i istraživanja drugih ekonomista⁵ pokazuju da su usluge konkretnije ukoliko se usredsrede na izvoz u određenoj privrednoj grani i razvijenija udruženja izvoznika imaju posebne odbore upravo zasnovane na ovom pristupu.

U zaključnim komentarima, preduzeća su izričito prepoznala nisku konkurentnost srpskih proizvoda i usluga, koje smatraju posledicom niske tehnologije i regulatornog tereta, kao i ograničene mogućnosti finansiranja izvoza⁶. Nepovoljna struktura srpskog izvoza i trenutna ograniče-

Grafikon 9: Visina godišnje članarine za Udruženje izvoznika Srbije koju su preduzeća spremna da plate



Grafikon 10: Osnovni razlozi za članstvo u Udruženju izvoznika Srbije



nost izvoznih tržišta⁷ potvrđuje ovu zabrinutost izvoznika i naglašava neophodnost da se ozbiljno uzme u obzir analiza potreba srpskih izvoznika sa ciljem unapređenja usluga koje već postoje i podrške u osnivanju samostalnog udruženja koje bi predstavljalo izvoznike i omogućavalo tešnju saradnju između države i privrede u ovoj važnoj oblasti.

Literatura

- 4 Stuart Cooper and Inke Nyborg, "The financing and information needs of smaller exporters", *Bank of England Quarterly Bulletin*, 1998. Slično zaključuje i studija koja izučava potrebe turskih izvoznika: Erdo an Kumcu, Talha Harcar and Ercan Kumcu, «Managerial perceptions of the adequacy of export incentive programs: Implications for export-led economic development policy», *Journal of Business Research*, Vol. 32, Issue 2, February 1995, pp. 163-174.
- 5 Videti «Value Chain Analysis: A Strategy to Increase Export Earnings», *International Trade Centre, International Trade Forum* - Issue 1/2003.
- 6 Ovo pitanje tema je mnogih analiza a često je zaključak da je manjim preduzećima teže obezbediti finansiranje, posebno za pokretanje ili povećanje izvoza. Videti na primer: Allan Riding, Barbara J. Orser, Martine Spence and Brad Belanger, «Financing new venture exporters», *Small Business Economics*, 2010.
1. Allan Riding, Barbara J. Orser, Martine Spence and Brad Belanger, «Financing new venture exporters», *Small Business Economics*, 2010.
2. Edvard Jakopin and Jurij Bajec, "Challenges of Industrial Development of Serbia", *Panoeconomicus*, 2009, 4, pp. 507-525.
- 7 Videti Edvard Jakopin and Jurij Bajec, "Challenges of Industrial Development of Serbia", *Panoeconomicus*, 2009, 4, pp. 507-525; Richard S. Newfarmer, William Shaw and Peter Walkenhorst, *Breaking into new markets: emerging lessons for export diversification*, The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2009.

3. Erdo an Kumcu, Talha Harcar and Ercan Kumcu, «Managerial perceptions of the adequacy of export incentive programs: Implications for export-led economic development policy», *Journal of Business Research*, Vol. 32, Issue 2, February 1995, pp. 163-174.
4. ITC, «Value Chain Analysis: A Strategy to Increase Export Earnings», *International Trade Centre, International Trade Forum* - Issue 1/2003.
5. Richard S. Newfarmer, William Shaw and Peter Walkenhorst, *Breaking into new markets: emerging lessons for export diversification*, The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2009.
6. Saeed Samiee; Peter G. P. Walters, «Rectifying Strategic Gaps in Export Management», *Journal of Global Marketing*, Vol. 4, Issue 1, 1991, pp. 7 - 37.
7. Stuart Cooper and Inke Nyborg, «The financing and information needs of smaller exporters», *Bank of England Quarterly Bulletin*, 1998.
8. Titus O. Awokuse, «Trade openness and economic growth: is growth export-led or import-led?», *Applied Economics*, Vol. 40, Issue 2, July 2007, pp. 161 - 173.
10. World Bank, *Doing Business in Serbia 2010*.
11. World Bank, *Doing Business in Serbia 2011*.



Ana S. Trbović

je vanredna profesorka na Fakultetu za ekonomiju, finansije i administraciju – FEFA u Beogradu. Doktorirala je na Flečer školi prava i diplomatije. Magistar je prava i diplomatije (Flečer škola, Tafts i Harvard) i magistar javne uprave (Kenedi škola, Harvard, Boston, SAD). Pored akademskog angažovanja, radi kao konsultantkinja vodećih međunarodnih organizacija, a prethodno je bila pomoćnik ministra za ekonomske odnose sa inostranstvom u Vladi Srbije, zadužena za koordinaciju procesa pristupanja EU (2002 - 2006). Autorka je knjiga «Pravna geografija raspada Jugoslavije» (Oxford University Press, 2008), «Javna uprava i evropske integracije Srbije» (Zavod za udžbenike i FEFA, 2010) i više naučnih radova iz oblasti ekonomije, evropskih integracija i javne uprave. Članica je predsedništva Saveza ekonomista Srbije, programskog odbora Udruženja korporativnih direktora Srbije, Saveta NALED i dr.