

**CENTAR ZA EKONOMSKA I FINANSIJSKA ISTRAŽIVANJA
BEOGRAD**



ODITOR

Časopis za menadžment, finansije i pravo



Časopis je kategorizovan za 2019. godinu kao M51 od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije, indeksiran na ERIH PLUS i HEINONLINE listi časopisa kao i SCIndeks citatnoj bazi

Časopis ODITOR
(M51, ERIH C - vrhunski nacionalni časopisi)

Beograd, Vol. VI, Br. 03/2020.

Izdavač – Publisher
CENTAR ZA EKONOMSKA I FINANSIJSKA ISTRAŽIVANJA
Lomina br. 2, 11000 Beograd
Tel. +381694979205
www.cefi.edu.rs
<http://vsem.edu.rs/oditor/>

Suizdavači:
Univerzitet za poslovne studije, Banja Luka, Republika Srpska, Bosna i
Hercegovina
Institut primenjenih nauka Beograd, Republika Srbija
Visoka škola za menadžment i ekonomiju Kragujevac, Republika Srbija
Visoka škola modernog biznisa, Beograd, Republika Srbija
Poslovni i pravni fakultet, Mladenovac, Republika Srbija

ISSN 2217- 401X
ISSN 2683-3476 (Online)

PRESEDNIK SAVETA – PUBLISHING COUNCIL PRESIDENT
Prof. dr Dragomir Đorđević

GLAVNI I ODGOVORNI UREDNIK – EDITOR IN CHIEF
Prof. dr Slavko Vukša

Izdavački savet – Publishing Council
*prof. dr Dragomir Đorđević, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment,
Novi Sad, R. Srbija*
*prof. dr Čedomir Ljubojević, Visoka škola modernog biznisa, Beograd, R.
Srbija*
*prof. dr Duško Jovanović, Visoka škola za menadžment i ekonomiju,
Kragujevac, R. Srbija*
*prof. dr Radovan Klincov, Univerzitet za poslovne studije, Banja Luka, R.
Srpska, BiH*
prof. dr Aleksandar Prnjat, Univerzitet Alfa BK, Beograd, R. Srbija
prof. dr Milija Bogavac, Poslovni i pravni fakultet, Mladenovac, R. Srbija
*prof. dr Branislav Jakić, Fakultet za primenjeni menadžment ekonomiju i
finansije, Beograd, R. Srbija*

Međunarodni recenzentski redakcijski odbor – International Review Editorial Board

prof. dr Slavko Vukša, Visoka škola za menadžment i ekonomiju, Kragujevac,
R. Srbija

Prof. dr Bogdan Ilić, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu, R. Srbija

Prof. dr Rosa Andžić, Institut primenjenih nauka, Beograd, R. Srbija

prof. dr Dragomir Đorđević, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe, Novi Sad,
R. Srbija

prof. dr Branislav Jakić, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i
finansije, Beograd, R. Srbija

prof. dr Svetlana Ignjatijević, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment,
Novi Sad, R. Srbija

Ph.D Nikola Gradojevic, associate professor Department of Economics and
Finance, University of Guelph, Canada

doc. dr Bojan Savić, Poljoprivredni fakultet, Univerziteta u Beogradu, R. Srbija

prof. dr Drago Cvijanović, Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vrnjačka Banja,
R. Srbija

prof. dr Ljubiša Dabić, Visoka škola za menadžment i ekonomiju, Kragujevac,
R. Srbija

prof. dr Snežana Krstić, Vojna akademija, Beograd, R. Srbija

prof. dr Predrag Jovičević, Fakultet za primenjeni menadžment ekonomiju i
finansije, Beograd, R. Srbija

Ph. D., Goran Buturac, Full professor and Scientific Adviser, Zagreb, School of
Economics and Management, Croatia, Institute of Economics, Zagreb, Croatia

Ph. D., Cristina Pocol, Associate Professor, University of Agricultural Sciences
and Veterinary Medicine of Cluj Napoca, Romania

doc. dr Nemanja Pantić, Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vrnjačka Banja, R.
Srbija

Ph. D., Daniele Cavicchioli, Assistant Professor, Università degli Studi di
Milano, Department of Economics, Milano, Italy

prof. dr Vidoje Moračanin, Poslovni i pravni fakultet, Beograd, R. Srbija

doc. dr Milan Mihajlović, Vojna akademija, Beograd, R. Srbija

prof. dr Gordana Ljubojević, Visoka škola modernog biznisa, Beograd, R.
Srbija

doc. dr Miljan Leković, Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vrnjačka Banja, R. Srbija

prof. dr Jozefina Beke Trivunac, Univerzitet Alfa BK, Beograd, R. Srbija

doc. dr Marjan Mirčevski, Vojnomedicinska akademija, Beograd, R. Srbija

prof. dr Anđelka Aničić, Visoka poslovna škola „Čačak“, Beograd, R. Srbija

prof. dr Ilija Šušić, Univerzitet za poslovne studije, Banja Luka, R. Srpska, Bosna i Hercegovina

doc. dr Andrej Mićović, Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vrnjačka Banja, R. Srbija

doc. dr Nikola Milenković, Visoka škola za menadžment i ekonomiju, Kragujevac, R. Srbija

doc. dr Marija Knežević, Visoka škola EPOHA, Beograd, R. Srbija

Lektor – Proofreader

Slobodan Vukoje, Beograd, R. Srbija

Tehnički urednik - Technical editor

Branislav Jovanović, Kragujevac, R. Srbija

Časopis izlazi tri puta godišnje – The magazine is published three times a year
(april, avgust, decembar / April, August, December)

SADRŽAJ ČASOPISA BROJ 03/2020

ULOGA I ZNAČAJ DILERA (PRODAVACA) NA TRŽIŠTU AUTOMOBILA U REPUBLICI SRBIJI.....	7
<i>Sanja Jelenković, Aleksandar Brzaković, Branko Mihailović</i>	
THE ROLE AND IMPORTANCE OF DEALERS (SELLERS) FOR THE AUTOMOBILE MARKET IN SERBIA	20
<i>Nemanja Lekić, Jelena Vapa-Tankosić, Jasmina Rajaković-Mijailović, Snežana Lekić</i>	
ANALIZA STRUKTURNOG KAPITALA KAO KOMPONENTE INTELEKTUALNOG KAPITALA U IKT PREDUZEĆIMA	33
<i>Nemanja Lekić, Jelena Vapa-Tankosić, Jasmina Rajaković-Mijailović, Snežana Lekić</i>	
ANALYSIS OF STRUCTURAL CAPITAL AS A COMPONENT OF INTELLECTUAL CAPITAL IN ICT ENTERPRISES	44
<i>Nikola Radić, Vlado Radić, Mirjana Stevanović</i>	
EKONOMSKI UTICAJ PANDEMIJE KORONA VIRUSA NA AUTOMOBILSKU INDUSTRIJU	55
<i>Nikola Radić, Vlado Radić, Mirjana Stevanović</i>	
ECONOMIC IMPACT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC ON THE AUTOMOBILE INDUSTRY.....	72
<i>Vladan Stankovic, Gordana Mrdak, Miloš Miljković</i>	
EKONOMSKO PRAVNA ANALIZA MEĐUNARODNIH INVESTICIJA.....	89
<i>Vladan Stankovic, Gordana Mrdak, Miloš Miljković</i>	
ECONOMIC-LEGAL ANALYSIS OF INTERNATIONAL INVESTMENTS.....	106

ZNAČAJ UVAŽAVNJA INTERNE REVIZIJE U SKLOPU DONOŠENJA ODLUKA TOP MENADŽMENTA POLJOPRIVREDNOG PREDUZEĆA	123
--	-----

Miloš Jokić

THE IMPORTANCE OF CONSIDERING INTERNAL AUDIT AS A DECISION- MAKING BY TOP-MANAGEMENT OF AN AGRICULTURAL COMPANY	130
--	-----

ANALIZA ODRŽIVOSTI, DOMETI I OGRANIČENJA EKONOMSKE POLITIKE EVROPSKE UNIJE	137
---	-----

Kristijan Ristić, Nataša Marjanović, Milosav Miličković, Zlatko Kadić

PRAVILA TEHNIČKE PRIPREME RADOVA.....	147
---------------------------------------	-----

ULOGA I ZNAČAJ DILERA (PRODAVACA) NA TRŽIŠTU AUTOMOBILA U REPUBLICI SRBIJI

Sanja Jelenković¹, Aleksandar Brzaković², Branko Mihailović³

doi: 10.5937/Oditor2003007J

Originalni naučni rad

UDK:

339.187:[338.45:629.33(497.11)

347.712

Rezime

Automobili su najsofisticiraniji masovno proizvedeni proizvodi i rezultat su dugogodišnjih istraživanja i razvoja. Zbog takve prirode, tehnološki razvoj automobila je, uopšte, nepredvidljiv. Čak i kada ispunjavaju očekivanja, prihvaćenost od strane potrošača varira od jednog tržišta do drugog. Tržišta potrošnih dobara se sastoje od kupaca koji žele da troše ili imaju određene koristi od kupljenog proizvoda i koji ne kupuju proizvod u cilju stvaranja profita, kao glavog cilja, već radi zadovoljenja sopsvenih potreba. Uloga dileru u automobilskoj industriji ima sve veći značaj na obim proizvodnje tako i na modele automobila. Bez njihovog prisustva postavlja se pitanje plasmana proizvoda, cene proizvoda kao i marketinških aktivnosti. Strategija samog proizvođača odnosno dileru je od izuzetnog značaja, kako preduzeće stvara vrednost i na koji način ostvaruje konkurentsku prednost dok izvori troškovne prednosti zavise od strukture date industrije. Takođe, od ključnog značaja za auto industriju je i lanac snabdevanja rezervnim delovima. Cena je strategijska i taktična promenljiva kojom se utiče na ostvarenje obima prodaje. Cilj rada predstavlja ispitivanje značaja uloge dileru za tržište automobila u Srbiji.

Ključne reči: automobili, dileri, cena, tržište, potrošač

JEL: D40, L62

Uvod

Utvrđivanje uticaja dileru na tržište automobila je složen proces, kako sa aspekta ponude dileru u Srbiji, tako i sa aspekta stanja u kojem se nalazi privreda, pogotovu tržište automobila. Na tržište automobila deluju brojni faktori koji imaju isprepletan i

¹ Doktorand, Sanja Jelenković, MA, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije u Beogradu, R. Srbija, sanja.jelenkovic8@gmail.com

² Docent, dr Aleksandar Brzaković, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije u Beogradu, R. Srbija, aleksandar.brzakovic@mef.edu.rs

³ Vanredni profesor, viši naučni saradnik, dr Branko Mihailović, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije u Beogradu, R. Srbija, branko.mihailovic@mef.edu.rs

multiplikovan uticaj. Posledično, precizno vrednovanje uticaja dilera je značajno otežano, a u mnogim situacijama zahteva visoko sofisticiranu statističku metodologiju, za čiju primenu je potrebna ispunjenost brojnih uslova.

Kada potrošači ocenjuju kvalitet proizvoda ili usluge (Schlüter, Weyer, 2019), oni ga vrednuju prema nekom internom standardu, a on, u suštini, predstavlja očekivani kvalitet usluge.

U kontekstu prodajnog menadžmenta, značajno mesto pripada i postprodajnim uslugama. Pod tim pojmom podrazumevamo usluge koje prodavac pruža kupcima, pre, za vreme i posle kupovine (Dvir, Strasser, 2018).

U radu se istražuje uticaj dilera na tržište automobila, kako sa aspekta ponude, tako i sa aspekta samog razvoja dilerske mreže u pružanju servisnih usluga i njihov doprinos razvoju tržišta (Mičić, Totić, Halilagić, 2018). Podrška mnogih vlada automobilske industriji bila je pružena kroz mnoge oblike, uključujući subvencije za proizvođače i direktno učestvovanje u procesima restrukturiranja.

Uloga dilera u automobilske industriji ima sve veći značaj na obim proizvodnje tako i na modele automobila. Bez njihovog prisustva postavlja se pitanje plasmana proizvoda, cene proizvoda kao i marketinških aktivnosti. Jedan od osnovnih problema savremenog poslovanja sa kojima se susreću preduzeća pa i dileri jeste da usvoje jedan dugoročni poslovni model umesto oslanjanja na kratkoročne ciljeve (Montag, 2017). Unapređenje poslovanja preduzeća mora da se zasniva na primeni menadžment tehnike koja podržava konkurentnost, inovativnost i fleksibilnost kao i na unapređenju znanja zaposlenih (Mićović, Miletić, 2019). Pozitivni rezultati jednog proizvođača često zavise koliko je pozitivan njegov ugled. Ugled utiče na tržišni udeo i sposobnost da zainteresuje i privuče kupce, takođe, ugled utiče na sposobnost prodaje proizvoda i usluga.

Marketing predstavlja osnov nastupa na tržištu. On je prisutan ne samo u proizvodnim organizacijama već i u onima koje se bave prometom dobara i usluga-trgovini, saobraćaju, ugostiteljstvu i turizmu, ukratko u svim onim aktivnostima u kojim su privredne organizacije prinuđene da se bore za plasman svojih proizvoda usled prisustva konkurencije na tržištu (Sredojević, Kljajić, Gajić, 2019).

Zadatak marketinga auto proizvođača je da ostvari kontakte sa spoljnim akterima (konkurencijom i kupcima) koji imaju nezavisno postojanje. Sam opstanak auto proizvođača zavisi od toga koliko se dobro menadžment prilagođava tržišnim uslovima (Zekić, 2015) koji su pod uticajem aktivnosti velikog broja tržišnih aktera u auto industriji.

Koncept uspešne uslužne organizacije predstavlja skup stvorenih kvalitetnih resursa koji su uključeni u proizvodnju usluge, tj. ljude, zatim tehnologiju, fizičke resurse, operacione sisteme i administraciju (Stojanović, 2018).

Šta je to što dilere čini nezamenljivim činiocima procesa jedne industrijske grane (Brand, Cluzel, Anable, 2017). Traganje za diferencijalnom prednošću na tržištu automobila je kreativan proces koji zahteva dugoročnu viziju i pojamovnu sposobnost. Kreiranje i operacionalizacija marketing miksa auto proizvođača podrazumeva aktivan odnos prema tržišnim kretanjima i internim mogućnostima. Tržišni uspeh je uslovljen sposobnošću auto proizvođača da: prepozna atraktivne i dovoljno velike tržišne segmente, identifikuje ključne faktore uspeha i razvije proizvodne procese, kojima će da stekne konkurentsku prednost na tržištu.

Istraživanje tržišta na nivou nacionalne privrede ima za svrhu da obezbedi strukturnu usklađenost privrede u razvoju i sprečavanju većih disproporcija između ponude i tražnje na svim značajnim sektorima tržišta.

Celokupni "know-how" i poslovne ideje, nastale na bazi direktnog i indirektnog iskustva i istraživanja, stoje menadžerima na raspolaganju u cilju sprovođenja raznih inicijativa, inovacija i poboljšanja u velikom broju oblasti i funkcija poslovanja auto proizvođača.

Automobilska industrija u Srbiji

Nigde nije tačno zapisano kako se i kada prvi put povelala reč o proizvodnji automobila u kragujevačkim Zavodima „Crvena zastava”.

Ipak potragom za istinom, saznalo se da je Zastava započela sa proizvodnjom 1940. godine automobila Ševrolet kamionet gde je sa trake izašlo 300 komada. Nastavak proizvodnje u fabrici obnavlja se 1953. godine sa sklapanjem 160 komada džipa Willis, a 1954. godine iz proizvodnje izlazi licencirani Fiat Kampanjola. Svoju pravu proizvodnju Zastava nastavlja 1956. godine sa nacionalnim modelom Fiata 600 koga do 1985 proizvode u nekoliko varijanti i sa traka izlazi 920.000 primeraka. U daljoj saradnji sa Fiatom sa traka izlazi Zastava 1300, popularni „tristać“ 1961. godine, a proizvodnja je trajala do 1979. godine.

Najveća i najvažnija investicija u sektoru automobilske industrije Srbije (Vukša, Anđelić, Milojević, 2020) predstavlja projekat Fijat, ne samo zbog velikog iznosa investicije, već i činjenice da je upravo ova investicija privukla dolazak izvesnog broja proizvođača automobilskih delova u Srbiju.

Nova tehnologija omogućuje stvaranje baze ključnih podataka o licima koja traže posao, koja žele promeniti sadašnji posao, studenata i onih koji su tek diplomirali. (Ćamilović, Vujić, 2007).

Ovaj projekat se takođe može definisati i kao jedan od najvažnijih investicionih projekata u Srbiji u poslednjih 20 godina i svakako budući pokretač rasta srpske privrede. FCA Srbija je u 2014. godini proizveo preko 100.000 vozila FIAT 500L i generisao blizu 1,4 milijarde evra prometa, čime je zauzeo prvo mesto na listi

najznačajnijih srpskih izvoznika. Najveći deo proizvedenih automobila u Srbiji pomenute godine izvežen je na tržišta SAD i u zemlje Evropske Unije (Thies, Kieckhäfer, Spengler, 2016).

Razvoj proizvodnje i prodaje u Srbiji

U mnogim zemljama proizvođačima automobila veliki deo proizvodnje se izvozi. Izvoz automobila predstavlja više od 20% izvoznih proizvoda Japana, Slovačke, Mađarske, Kanade i Španije te oko 15% ostalih zemalja proizvođača. Proizvođači automobila morali su prilagoditi svoju proizvodnju jer su gotovo sve zemlje koje proizvode automobile beležile oštar pad proizvodnje u 2008. godini, a posebno je veliki pad zabeležen u zemljama kao što su Francuska, Španija i Italija - Sturgeon i Biesebroeck, 2010. U SAD, pad prodaje trajnih dobara te ulaganja poduzeća u kupovinu automobila pridoneo je 20 do 30% padu BDP u drugoj polovini 2008. godine (Bilas et al., 2013; Wang, 2019).

Savremeno društvo zasnovano je na tehnološkom razvoju tako da je logično da tradicionalna znanja nisu u mogućnosti da pruže verodostojno objašnjenje promena koje se odvijaju u svetskoj privredi, jer razlika između industrijske i naučnotehnološke revolucije jeste razlika između nauke kao opštedruštvenog dobra koje se povremeno koristi u proizvodnji i nauka koja je u samom centru proizvodnje (Noton, 2016.). Uloge istraživanja, razvoja i znanja, u razvojnom tehnološkom procesu postaju osnov za objašnjenje samo ekonomskog i društvenog razvoja. Iz te činjenice proizilazi i pokazatelj povezanosti nauke i empirija u savremenoj epohi razvoja kao i teza da se zahvaljujući istraživanju i razvoju, rapidno smanjuje vreme potrebno da se znanja koja su verifikovana kao inovacije, odnosno pronalasci i proizvodno primene (Jelenković, 2015). Prema prognozi za prvih dvadeset godina narednog milenijuma predviđa se da će se pojaviti 70% novih proizvoda, koji danas nisu ni na nivou ideje.

Privlačenje novih direktnih stranih investicija (Vasić, 2015) u srpskom automobilskom sektoru, predstavlja ključ razvoja domaće ekonomije, i povećanje konkurentnosti automobilskega sektora.

Strategija samog proizvođača odnosno diler je takođe od izuzetnog značaja, kako preduzeće stvara vrednost i na koji način ostvaruje konkurentsku prednost dok izvori troškovne prednosti zavise od strukture date industrije.

Takođe, od ključnog značaja za auto industriju je i lanac snabdevanja rezervnim delovima što u današnje vreme spada u logističku podršku (Ivanova, Ivković, Ivanov, 2019) kako proizvođaču tako i prodavcu – dileru.

U automobilskega industriji, lanci snabdevanja obuhvataju veliki broj učesnika, odnosno međusobno povezanih organizacija koje realizuju različite aktivnosti i

procesu imaju za cilj isporuku proizvoda ili delova za krajnjeg potrošača (Stojnović, 2019; Czerny, Shi, Zhang, 2016).

Danas, automobilska industrija jedan je od najistaknutijih sektora u Srbiji, koji je od 2001. godine privukao veliki broj, ukupnih stranih direktnih investicija. Do sada je u ovaj sektor investiralo više desetina internacionalnih kompanija, koje su uložile više od 1,7 milijardi evra i otvorile više desetina hiljada radnih mesta. Automobilska industrija Srbije svojim proizvodima snabdeva brojne veće evropske i pojedine azijske proizvođače automobila. Proizvodnja komponenti kao što su točkovi, pneumatici i delovi sistema oslanjanja nalaze se među najistaknutijim komponentama naše industrije. Električne komponente su druga dominantna proizvodna grupa koja obuhvata akumulatore i električne instalacije kao najvažnije proizvode. Takođe, proizvodnja livenih delova za pogonske agregate od posebnog je značaja, zajedno sa delovima poput osovine, diskova, ventila i zamajaca. Danas, automobilska industrija ima značajan finansijski doprinos u bruto nacionalnom dohotku jedne zemlje svojim izvozom.

Najveću i najvažniju investiciju u sektoru automobilske industrije Srbije predstavlja projekat Fijat, ne samo zbog velikog iznosa investicije, već i činjenice da je upravo ova investicija privukla dolazak izvesnog broja proizvođača automobilskih delova u Srbiju.

Ukoliko se posmatra struktura auto industrije, može se reći kako se ona sastoji od dobavljača, odnosno proizvođača delova, samih proizvođača automobila ili prodajno servisne mreže. Industrija proizvođača delova određena je kao velika nezavisna grupa proizvođača koja proizvodi i prodaje gotove proizvode domaćim i stranim automobilskim proizvođačima kao i mreži servisa kao zamenske delove.

Proizvođači automobila morali su prilagoditi svoju proizvodnju jer su gotovo sve zemlje koje proizvode automobile beležile oštar pad proizvodnje u 2008. godini.

U našoj zemlji životni standard nije dozvoljavao kupovinu luksuznih proizvoda poput automobila sve dok se situacija nije popravila dolaskom stranih investitora posle 2014 god i otvaranja novih radnih mesta. Ta novonastala situacija odgovara dilerima i bankama (Nadoveza, Pešić, 2020). Smanjuje se nezaposlenost uvećava životni standard i građani pokazuju zainteresovanost za nabavku novih vozila.

Banke počinju da nude kredite pod različitim uslovima i na različite načine da ih plasiraju. Najinteresantniji vid kredita je kredit putem lizinga koji uz predviđene male rate između 50€ i 100€ privlače mnoge kupce. Ovakav vid kreditiranja pored fizičkih lica najviše odgovara velikim i srednjim preduzećima i ona nabavljaju veliki broj vozila koja svake jedne, dve ili tri godine zamenjuju staro za novo što uvećava broj novih vozila.

Međutim da bi se povećala prodaja automobila individualnim kupcima država bi morala da smanji i koriguje razna opterećenja pri kupovini, registraciji i eksploataciji

vozila (Weber, 2019). Država je uvela veliki broj taksi, kao i akciza koje poskupljuju gorivo te zbog toga veći broj kupaca odustaje od kupovine automobila.

Pored banaka kao nosioca kreditiranja nabavke novih automobila, u Srbiji se iz nekadašnjih auto-servisa koji su prodavali polovna vozila, razvija i novi vid poslovanja uspostavljanjem saradnje, istih, sa poznatim proizvođačima automobila u takozvane posrednike ili dilere.

Dileri su servise pretvorili u moderne objekte, podigli standarde a ponudu prilagodili uslovima u Srbiji. Pored servisnih usluga kupcima nude test vožnje, mogućnost kreditiranja, zamene starog za novo vozilo kao i sijaset drugih pogodnosti a sve u cilju zadobijanja njihovog poverenja.

Osnovni moto njihovog poslovanja je (Pessoa, Rezende, Assunção, 2019) :

- da je cena automobila odgovarajuća,
- da proizvod (automobil) odgovara ceni po kvalitetu,
- da je proizvod (automobil) dostupan za brzu isporuku,
- da automobil svojim karakteristikama može sebe promovisati.

To znači iskoristiti u sopstvene interese ekonomsku propagandu i publicitet.

Publicitet je u principu neplaćeni oblik promocije, za razliku od oglašavanja, unapređenja prodaje, direktnog marketinga i lične prodaje. To je ujedno i najčešće korištena tehnika odnosa s javnošću.

Svatom preduzeću, naročito u automobilskej industriji, organizaciji (kao što su dileri u posredovanju), i javnoj osobi od interesa je ostvariti što veću količinu pozitivnog publiciteta, odnosno izazvati izvore publiciteta da pišu o njima bez da se njihove aktivnosti naplaćuju. Karakteristika publiciteta je da se dopire do velikog broja ljudi putem masovnih medija poput novina, televizije, radija i naravno Interneta.

Neophodno je i istaći da u savremenom društvu, u novoj ekonomiji, uspeh ili propast zavise isključivo od pozicije koju firma (sajt na Internetu) zauzme i održi u svesti potrošača, odnosno posetilaca vašeg sajta. Tu se tada uvodi PR koji ima izuzetno snažan efekat na pozicioniranje, i potrebno je obratiti pažnju da taj efekat bude firmi u korist, a ne obrnuto. Ukoliko želimo da ljudima komuniciramo našu poruku, ona će se takmičiti sa neverovatnom količinom informacija koje su danas prisutne svuda oko nas. Jedini način da ta naša poruka ima efekta, a to važi za bilo koju poruku (vest, reklama, ...), je da ona takođe kreira emocionalni efekat, da bi imala šansu da bude i zapamćena.

Ovo znači da program proizvodnje, koji je u skladu sa održivim razvojem, treba da nudi asortiman proizvoda, koji su neophodni i bezopasni po životnu sredinu, a čija se proizvodnja odlikuje malom potrošnjom resursa i najmanjim mogućim emisijama i količinama otpadnih materija.

Istraživanje uticaja dilera na tržište automobila u Srbiji Tržište Srbije

Da bi smo došli do nekih podataka kakav uticaj imaju dileri na tržište Srbije i kako tržište reaguje na prodaju izvršili smo testiranje upitnikom 60 salona automobila. Svaka konkurencija i takmičenje zahtevaju odgovarajuću sposobnost ljudi jer od njihovog obrazovanja i veština zavisi i ostvarenje cilja. Pružanje usluga potrošačima obuhvata sve aktivnosti (Barac, Milovanović, 2006) a one su povezane sa aktivnostima menadžmenta iz oblasti marketinga i logistike. Da bi proverili delimični uticaj dilera na tržište Srbije postavili smo sledeća pitanja:

1. Kako ocenjujete dosadašnju saradnju sa fabrikom?
2. Da li imate uticaj na plan proizvodnje kod dobavljača (fabrike)?
3. Da li fabrika prihvata vaše zahteve za inovacijom?
4. Da li predlažete modele za sledeću godinu?
5. Da li vršite narudžbinu automobila za prodaju ili vam fabrika šalje?
6. Ocenite po vašem mišljenju faktore značajne za razvoj proizvodnje i prodaje automobila u Srbiji ocenama od 1-5 (1-beznačajan faktor, 5-jako značajan faktor).

Saradnja dilera i fabrika koje zastupaju

Da bi se tačno utvrdila međusobna saradnja dilera i proizvođača sprovedeno je istraživanje korišćenjem statističkog softvera SPSS (Softver za statistiku kompanije IBM) a isptano je 60 ispitanika.

Osnovna pretpostavka za uspešno poslovanje kako salona, tako i fabrika koje se bave proizvodnjom automobila trebalo bi da se bazira na dobroj saradnji dveju strana, a koja se ogleda u postojanju uticaja od strane salona na plan proizvodnje fabrika, na razmatranje i usvajanje zahteva salona u vezi sa inovacijama koje su prisutne u ovoj industriji, predlozima modela za naredni period, itd (Yun, 2019).

Tako, iz prvog pitanja ove grupe (tabela 1) saznajemo da je nešto manje od polovine ispitanih dilera (45%) prosečno zadovoljno dosadašnjom saradnjom sa fabrikom koju zastupa. Visok procenat ispitanika od čak 41.7% potom otpada na pojedince koji saradnju sa fabrikom koju zastupaju ocenjuju visoko, dok su dileri koji ovu saradnju ocenjuju ekstremno dobro, odnosno ekstremno loše prisutni u niskom broju, što je i očekivano.

Tabela 1. Kako ocenjujete dosadašnju saradnju sa fabrikom?

		Učestalost	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Valid.	Vrlo visoko	5	8.3	8.3	8.3
	visoko	25	41.7	41.7	50.0
	prosečno	27	45.0	45.0	95.0
	nisko	3	5.0	5.0	100.0
	Ukupno	60	100.0	100.0	

Izvor: Autor

Iz narednog značajnog pitanja (tabela 2) saznajemo da je oko polovine ispitanika odgovorilo da ima delimičan uticaj na plan proizvodnje kod dobavljača, dok su približno ravnomerno raspoređeni na preostalih 50% uzorka pojedinci koji ili imaju ili nemaju pomenuti uticaj na dobavljača.

Tabela 2. Da li imate uticaj na plan proizvodnje kod dobavljača (fabrike)?

		Učestalost	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Valid	Da	17	28.3	28.3	28.3
	Ne	12	20.0	20.0	48.3
	delimično	31	51.7	51.7	100.0
	Ukupno	60	100.0	100.0	

Izvor: Autor

Slično, narednim pitanjem (tabela 3) otkrivamo da li fabrika prihvata zahteve dilera automobila za inovacijama koje su aktuelne u ovoj sferi. Interesantno je da u čak 53.3% beležimo negativan odgovor ispitanika, dok je nešto ispod četvrtine ispitanih dalo odgovor da postoji delimično prihvatanje pomenutih zahteva od strane dobavljača. Samo neznatan procenat ispitanika (8.3%) iskazuje pozitivan odgovor sa analiziranog aspekta.

Tabela 3. Da li fabrika prihvata Vaše zahteve za inovacijom?

		Učestalost	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Valid	Da	5	8.3	8.3	8.3
	Ne	32	53.3	53.3	61.7
	delimično	23	38.3	38.3	100.0
	Ukupno	60	100.0	100.0	

Izvor: Autor

Kada je u pitanju mogućnost dilera da upućuju predloge modela za narednu godinu svom dobavljaču (fabrici), skoro dvostruko je veća frekvencija ispitanika koji nemaju priliku da pomenute predloge dostavljaju.

Tabela 4. Da li predlažete modele za sledeću godinu?

		Učestalost	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Valid	da	21	35.0	35.0	35.0
	ne	39	65.0	65.0	100.0
	Ukupno	60	100.0	100.0	

Izvor: Autor

Dalje smo želeli da saznamo da li dileri zaposleni u salonima vrše samostalno porudžbinu automobila, ili ove porudžbine šalje sam dobavljač, odnosno fabrika. Svega 5 ispitanika uzorka (8.3%) daje odgovor da samostalno obavlja

narudžbinu kod dobavljača, dok kod preostalih približno 92% ispitanika ovaj posao pripada fabrici.

Tabela 5. Da li vršite narudžbinu automobila za prodaju ili Vam fabrika šalje?

		Učestalost	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Valid	da	55	91.7	91.7	91.7
	ne	5	8.3	8.3	100.0
	Ukupno	60	100.0	100.0	

Izvor: Autor

Stavovi ispitanika po pitanju faktora koji su značajni za razvoj proizvodnje i prodaje automobila u Srbiji

Pitanja koja se odnose na ocenu značaja faktora zaslužnih za razvoj proizvodnje i prodaje automobila u Srbiji, uz rezultate deskriptivnih statistika ocena ispitanika, prikazana su u tabeli 6.

Tabela 6. Ocenite po Vašem mišljenju faktore značajne za razvoj proizvodnje i prodaje automobila u Srbiji ocenama od 1 do 5 (1-beznačajan faktor, 5- jako značajan faktor)

	N	Aritmetička sredina	Stand.devijacija
Dostupnost prodajnih mesta /salona/	60	4.3000	.64572
Model finansiranja kupovine automobila	60	4.3333	.60132
Strane investicije	60	2.4167	1.26614
Informaciona tehnologija	60	3.1333	1.03280
Konkurencija	60	4.4500	.69927
Liberalizacija tržišta	60	2.4667	1.53454
Politički uticaj	60	3.4833	1.12734
Tehnički progres	60	4.2667	.63424
Društveno bogatstvo	60	3.8667	.83294
Novi proizvod	60	3.9333	1.23325
Novo tržište	60	3.2000	.97076
Savremena oprema	60	4.0500	.56524
Uticaj na određivanje cena	60	4.3667	.78041
Lična primanja	60	4.2833	.89868
Ostali prihodi	60	3.3500	.86537
Porez na dohodak	60	3.5667	1.06352
Ukupno N (spisak)	60		

Izvor: Autor

Odgovorima na 6. pitanje upitnika ispitanici su ocenili značaj pojedinih faktora na razvoj proizvodnje i prodaje automobila u Srbiji ocenama 1 – beznačajan faktor, ... , 5 – jako značajan faktor, kao i slučaju prethodnog pitanja. Rezultati analize i u ovom slučaju su pokazali da su ocene značaja gotovo svih navedenih faktora iznad proseka, pri čemu postoji vrlo visoka usaglašenost među ocenama. Četiri faktora koja bismo mogli izdvojiti i koja prednjače u odnosu na sve ostale jesu: dostupnost prodajnih

mesta, model finansiranja kupovine automobila, konkurencija i uticaj na određivanja cena. Od 16 analiziranih faktora obuhvaćenih ovim blokom izdvajaju se faktori strane investicije i liberalizacija tržišta koji u proseku nisu ocenjeni ocenom iznad 3 (medijalna vrednost), odakle se zaključuje stav ispitanika o njihovom nešto manjem značaju na proizvodnju i prodaju automobila u Srbiji.

Zaključak

Početak 21. veka karakterišu složeni procesi svetskog razvoja u kojima razvijene zemlje dominiraju u ekonomskoj i drugoj ravni, zahvaljujući visokom stepenu ekonomske razvijenosti zasnovanom na novim tehnologijama integrativnog karaktera. Nafta je sve manje i proizvođači automobila moraju da pronađu načine da ne dođe dan kada Saudijska Arabija i Kanada (zemlja sa najvećim naftnim poljima u svetu) prestanu da snabdevaju industriju naftom. Da bi se prebrodila takva kriza proizvođači su uveliko počeli da proizvode i hibridna vozila radi smanjenja zavisnosti od nafte a uporedo se ubrzano razvijau električna vozila na baterije. Hibridno vozilo napuni svoje električne baterije malim motorom sa unutrašnjim sagorevanjem, dok električno vozilo ima mogućnost punjenja baterija na spoljnom izvoru, kao što su konvencionalne utičnice. Dodatna pogodnost punjenja baterija kod kuće ili na nekim drugim mestima znači da bi električno vozilo moglo bolje odgovarati onim kupcima koji većinu svog vremena provode u gradu gde su električne baterije najtraženija alternativa. U budućnosti se očekuje da će se smanjiti troškovi delova, izrade i održavanje hibridnih i električnih vozila kao i povećanu konkurenciju na tržištu, tako da će proizvođači biti primorani da snižavaju cene hibridnih i električnih vozila što danas nije slučaj te je njihova prodaja mala u odnosu na vozila sa motorima na unutrašnje sagorevanje. Dinamički procesi naučno - tehnoloških inovacija i kreativnosti su potpuno promenili svet. Zaključeno je da će u bliskoj budućnosti hibridna kao i električna vozila biti dostupna svakom čoveku.

Zbog jedinstvenog fokusa auto industrija u saradnji sa korisnicima i konkurencijom na tržištu, kao i zbog svoje integrativne uloge u obezbeđenju da sva odeljenja firme rade ka ispunjenju potreba potrošača, strategija auto industrije i određenog brenda postaje suštinski bitna komponenta međunarodnih poslova svake firme koje, takođe, počinju da shvataju da brojne ključne teškoće sa kojima se suočavaju prilikom obavljanja međunarodnih poslova jesu u stvari marketing problemi. Posledično, leaderska pozicija se ostvaruje i zadržava ne pasivnim stavom, već kao posledica neprekidnog i stalnog prilagođavanja promenljivom

svetskom okruženju. Samim tim, vlade, firme i pojedinci moraju agresivno reagovati sa inovativnim i kreativnim strategijama.

Industrija automobila se pokazala veoma značajnom i u vreme ekonomske krize. Osim što zapošljava više miliona ljudi širom sveta, pokreće razvoj i napredak drugih industrija (prerada metala, hemijska, elektro, gumarska, tekstilna), doprinosi enormnim prihodima od prodaje automobila i rezervnih delova. Industrija automobila je veoma inovativna grana, u njen razvoj ulaže se nekoliko desetina milijardi evra godišnje, pa se najnovija rešenja iz mnogih oblasti najpre primenjuju u toj industriji.

Kvalitet je oduvek bila visokopozicionirana karakteristika automobila, pa se načela izvrsnosti mogu povezati sa celokupnim procesom projektovanja i proizvodnje. Svetski poznate kompanije ovom segmentu pridaju veliki značaj, ali je, i pored toga, prisutna pojava masovnih opoziva zbog tehničkih nedostataka ili grešaka. Ovaj problem urušava im kredibilitet i nanosi finansijsku štetu koja se meri milijardom dolara, ali je neizbežan. Koliko god se proizvođači trudili i rešavali ovaj problem, sve veća složenost automobila, zahtevne strategije nastupa na domaćim i stranim tržištima, a najviše veliki broj kooperanata, uzrokuju da pojava otkaza postaje globalni problem. Sa njim se suočavaju i najveći proizvođači i oni koji tek stupaju na to turbulentno

Svakako da su među najvažnijim odlučno rukovodstvo, motivisanost zaposlenih, zadovoljstvo kupaca, stabilan i brzi rast tržišnog učešća. Naravno, čvrsta pravila za ostvarenje poslovne izvrsnosti ne postoje. Kretanje ka poslovnoj izvrsnosti mora biti pragmatično, pa razne kompanije imaju različite pristupe – neke počinju sa strategijom, neke sa procesima, druge sa kompetencijama.

Proizvodnja novih modela automobila sa modernim performansama je ključna za osvajanje novih tržišta. Osim ovih glavnih trendova i ključnih strateških pitanja, interesantne oblasti istraživanja za budućnost će se nesumnjivo pojaviti. Na primer, proizvođači automobila će morati da definišu svoj tržišni pristup novim alternativnim pogonskim tehnologijama, a glavnu ulogu u opredeljivanju će imati od samih dilera sa tržišta kao krajnjih prodavaca koji imaju neposredni kontakt sa kupcima.

Privlačenje novih direktnih stranih investicija u srpskom automobilskom sektoru, predstavlja ključ razvoja domaće ekonomije, i povećanje konkurentnosti automobilske sektora koji će kao takav imati potencijal i priliku da postane konkurentan automobilske sektorima analiziranih zemalja Višegradske grupe. Sve u svemu, dokazi ukazuju na to da će buduće prilike nadmašivati izazove. Kao pravci za dalji rad na ovom istraživanju, predlaže se usavršavanje idejnog rešenja optimalnog modela koji će ukazati na sveobuhvatan pozitivan ili negativan uticaj pojedinih faktora uticaja dilera na plasman automobila u Srbiji.

Literatura

1. Barac N., G. Milovanović, 2006. Strategijski menadžment logistike. Studentski kulturni centar: Beograd.
2. Bilas V., S. Franc, B. Arbanas. 2013. Utjecaj aktualne ekonomske krize na stanje i perspektive razvoja autoindustrije. *Ekonomska misao i praksa*, (1): 299-320.
3. Brand C., C. Cluzel, J. Anable. 2017. Modeling the uptake of plug-in vehicles in a heterogeneous car market using a consumer segmentation approach. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 97:121-136.
4. Czerny A. I., Z. Shi, A. Zhang. 2016. Can market power be controlled by regulation of core prices alone? An empirical analysis of airport demand and car rental price. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 19:260-272
5. Čamilović S., V. Vujić. 2007. Osnove menadžmenta ljudskih resursa. Tekon-Tehnokonsalting.
6. Dvir E., G. Strasser. 2018. Does marketing widen borders? Cross-country price dispersion in the European car market. *Journal of International Economics*, 112:134-149
7. Ivanova B.P., I. N. Ivković, i I. Đ. Ivanov. 2019. Ekonomska analiza opravdanosti upotrebe sirove nafte. *Vojno delo* 71, (3): 246-255.
8. Jelenković M. 2015. Preduzetnički menadžment 2. Fakultet za sport: Beograd.
9. Mićović S., i J. Miletić. 2019. Poslovni subjekt kao osnova održivosti razvoja. *Održivi razvoj* 1, (1): 43-51.
10. Mičić I., I. Totić, i A. Halilagić. 2018. Financial management in food enterprises and globalization of electronic business in Serbia. *Ekonomika poljoprivrede* 65, (3): 1259-1276.
11. Montag J. 2017. Identifying odometer fraud in used car market data. *Transport Policy*, 60: 10-23
12. Nadoveza B., i H. Pešić. 2020. Održivi razvoj - proizvodna snaga savremenog društva. *Održivi razvoj* 2, (1): 31-40.
13. Noton C. 2016. Structural estimation of price adjustment costs in the European car market. *International Journal of Industrial Organization*, 49: 105-147
14. Pessoa J. P., L. Rezende, J. Assunção. 2019. Flex cars and competition in fuel retail markets. *International Journal of Industrial Organization*, 63: 145-184.

15. Schlüter J., J. Weyer. 2019. Car sharing as a means to raise acceptance of electric vehicles: An empirical study on regime change in automobility. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 60: 185-201.
16. Sredojević Z., N. Kljajić, i B. Gajić. 2019. Brownfield investments as possibility of revitalization and sustainability of locations. *Ekonomika poljoprivrede* 66, (2): 589-599.
17. Stojanović V. S. 2018. Marketing usluga. *Evropski defendologija centar za naučna i kriminološka istraživanja*, Banja Luka: Udruženje nastavnika i saradnika Univerziteta u Banjoj Luci.
18. Stojnović V. 2019. Menadžment tehnologije i razvoja. *Planeta print*: Beograd.
19. Thies C., K. Kieckhäfer, T. S. Spengler. 2016. Market introduction strategies for alternative powertrains in long-range passenger cars under competition. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 45: 4-27
20. Yun J. J., D. K. Won, K. B. Park, E. S. Jeong, X. Zhao. 2019 The role of a business model in market growth: The difference between the converted industry and the emerging industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 146:534-562
21. Vasić Z. 2015. Poreska kontrola uslov funkcionisanja budžetskog sistema. *Akcionarstvo* 21, (1): 5-22.
22. Vukša S., D. Anđelić, i I. Milojević. 2020. Analiza kao osnova održivosti poslovanja. *Održivi razvoj* 2, (1): 53-72.
23. Wang L., X. Geng, X. Ma, D. Zhang, Q. Yang. 2019. Ridesharing car detection by transfer learning. *Artificial Intelligence*, 273: 1-18.
24. Weber S. 2019. Consumers' preferences on the Swiss car market: A revealed preference approach. *Transport Policy*, 75: 109-118
25. Zekić M. 2015. Kontrola i revizija u javnom sektoru. *Akcionarstvo* 21,(1): 23-34.

THE ROLE AND IMPORTANCE OF DEALERS (SELLERS) FOR THE AUTOMOBILE MARKET IN SERBIA

Sanja Jelenković¹, Aleksandar Brzaković², Branko Mihailović³

Abstract

Cars are the most sophisticated mass-produced products and are the result of years of research and development. Due to this nature, the technological development of cars is, in general, unpredictable. Even when they meet expectations, consumer acceptance varies from one market to the next. Consumer markets consist of customers who want to spend or benefit from a purchased product and who do not buy the product for profit, as the main goal, but to meet their needs. The role of dealers in the automotive industry is of increasing importance to both production volume and car models. Without their presence, there is the question of product placement, product pricing, and marketing activities. The strategy of the manufacturer or dealer himself is of the utmost importance, as the company creates value and how it achieves a competitive advantage, while the cost advantage sources depend on the structure of the given industry. Also crucial for the auto industry is the supply chain of spare parts. Price is a strategic and tactical variable that influences sales volume.

Key words: cars, dealers, price, market, consumer

Introduction

Determining the influence of dealers on the car market is a complex process from the aspect of dealers' offer in Serbia, as well as the state in which the market is in, especially the car market. There are multiple factors, which have an intertwined and multiplied influence that act on the car market. As a consequence, the precise value of influence of dealers is significantly aggravated, and in many situations requires very sophisticated statistical methodology, that needs numerous preconditions in order to be applied.

¹ PhD candidate Sanja Jelenković, MA, University Business Academy in Novi Sad, Faculty of applied management, economics and finance in Belgrade, R. Serbia, E-mail: sanja.jelenkovic8@gmail.com

² Assistant Professor, PhD Aleksandar Brzaković, University Business Academy in Novi Sad, Faculty of applied management, economics and finance in Belgrade, R. Serbia, E-mail: aleksandar.brzakovic@mef.edu.rs

³ Associate professor, senior research associate, PhD Branko Mihailović, University Business Academy in Novi Sad, Faculty of applied management, economics and finance in Belgrade, R. Serbia, E-mail: branko.mihailovic@mef.edu.rs

When consumers rate the quality of a products or services (Schlüter, Weyer, 2019), they evaluate it according to some internal standard, which in essence represents an expected quality of service.

In context of the sale manager, after-sale services have a significant role. This term defines the services that the seller provides to buyers, before, during and after the sale (Dvir, Strasser, 2018).

The paper researches the influence of dealers on the car market, from the aspect of supply, as well as the aspect of the dealership network in providing services and their contribution to market development (Mičić, Totić, Halilagić, 2018). Support of many governments to the automobile industry was provided through many forms, including subsidies for manufacturers and direct involvement in restructuring processes.

The role of dealers in the automobile industry has a growing influence on the production volume and car models. Without their presence, the questions of product placement, product price as well as marketing activities arise. One of the basic problems of contemporary businesses, even dealers is creating a long-term business model instead of relying on short term goals (Montag, 2017). Promoting a business must be based on applying a management technique that supports competitiveness, innovation and flexibility, as well as improving employee knowledge base (Mićović, Miletić, 2019). Positive results of a manufacturer often depend on how positive his reputation is. Reputation depends on market share and ability to attract buyers, as well capability to sell his products and services.

Marketing represents the basis of market performance. He is omnipresent, not only in manufacturing organizations, but in ones that deal with turnover of goods and services-trade, transportation, hospitality and tourism, in short, all those activities that economic organizations are forced to fight for in order to place their products due to the presence of competition on the market (Sredojević, Kljajić, Gajić, 2019).

The task of car producer's marketing is to achieve contact with outside participants (competition and customers) that have an independent existence. The very survival of car manufacturers depends on how well the management adjusts to market conditions (Zekić, 2015) that are under the influence of activities of a large number of market participants in the car industry.

The concept of a successful service organization represents a set of quality created resources that are involved in service manufacturing, operational systems and administration (Stojanović, 2018).

What is it that makes dealers an irreplaceable factor of an industrial branches' process (Brand, Cluzel, Anable, 2017)? Searching for a differential advantage on the automobile market is a creative process that demands long term vision and conceptual capability. Creation and operationalization of the marketing mix by car producers implies an active relationship towards market trends and internal capabilities. Market success is conditioned by the capability of car producers to: recognize attractive and sufficiently large market segments, identify key factors of success and develop manufacturing processes through which it will acquire competitive advantage on the global market.

Market research on the level of the national economy has the purpose of securing structural compatibility of a developing market and preventing large disproportion between supply and demand on all significant sectors of the market.

The entire "know-how" and business ideas, created on the basis of direct and indirect experience and research are at the managers' disposal with the aim of implementing various initiatives, innovations and improvements in a large number of areas and business functions of automobile producers.

Car industry in Serbia

There isn't an exact record on how and where the first word on car manufacturing in Kragujevac Institutes "Crvena Zastava" was spoken.

However, in search of the truth, it was revealed that Zastava first began manufacturing the Chevrolet pickup truck in 1940, with 300 cars made. Continuation of production in the factory was renewed in 1953 by putting together 160 Willis jeeps and in 1954 a first licensed Fiat Campagnol was produced. Its real production, Zastava continued in 1956 was a national model Fiat 600, which was produced in 920 000 car specimens in several variants until 1985. In further cooperation with Fiat, a Zastava 1300 model was produced, a popular "tristać" from 1961 and its production lasted until 1979.

The biggest and most important investment in the automobile industry of Serbia (Vukša, Anđelić, Milojević, 2020) is the Fiat project, not only due to the large investment, but also the fact that it is exactly this investment that attracted the arrival of a certain number of car parts producers in Serbia.

Newest technology enables the creation of the basis of key data on people in search of a job, wanting to change the current job, students and those that have just graduated from college (Ćamilović, Vujić, 2007).

This project can also be defined as one of the key investment projects in Serbia in the last 20 years and is certainly a key driver of growth of the Serbian

economy. FCA Serbia has produced over 100 000 cars FIAT 500L in 2014 and generated a turnover of 1.4 billion euros, taking the first place on the list of most significant Serbian exporters. The biggest part of the produced cars was exported on the US and EU market (Thies, Kieckhäfer, Spengler, 2016).

Production and sale growth in Serbia

In many countries that are car producers, a large part of that manufacturing is exported. Car export represents over 20% of exported products of Japan, Slovakia, Hungary, Canada and Spain, and over 15% in other manufacturing countries. Car producers had to adjust their manufacturing since almost all countries that produce cars have recorded a steep fall in production in 2008, especially large fall was recorded in countries such as France, Spain and Italy (Sturgeon, Biesebroeck, 2010). In USA a fall in sales of permanent goods, then investment of companies in car purchase has contributed to 20-30% of fall in GDP in the second half of 2008 (Bilas et al., 2013; Wang, 2019).

Contemporary society is based on technological development so it is logical that traditional knowledge isn't capable of providing a credible explanation of change that is occurring on the world market, since the difference in industrial and scientific-technological revolution is the difference between science as a common good that is temporarily used in manufacturing and science that is in the very center of production (Noton, 2016). The role of research, development and knowledge in the development-technological process sets the basis for explaining, not only economic, but also social development. From that fact an indicator of connectivity of science and empiricism in contemporary times of development arises, as well as the thesis that with the help of research and development, the time necessary to apply knowledge that is verified as innovation in production is decreased (Jelenković, 2015). According to a forecast, there is a prediction that over 70% of new products that are only an idea today will arise in the next twenty years.

Attracting new foreign direct investment (Vasić, 2015) in the Serbian automobile industry, represents a key in development of the domestic economy and an increase in competitiveness of the automotive sector.

Strategy devised by the manufacturer i.e., the dealer is also of exceptional importance, how a company creates value and the way in which it achieves competitive advantage while sources of cost advantages depend on the structure of the given industry.

Also, the supply chain of spare parts is of key importance to the automobile industry, which in today's times falls into logistical support (Ivanova, Ivković, Ivanov, 2019) to the manufacturer and the seller – dealer.

In the automobile industry, supply chains encompass a large number of participants, that is, interconnected organizations that, through realization of different activities and processes have a goal of delivering products and parts to the end consumer (Stojnović, 2019; Czerny, Shi, Zhang, 2016).

Today, the automobile industry is one of the most prominent sectors in Serbia, that has attracted a large number of foreign direct investments since 2001. Until now dozens of international companies invested over 1.7 billion euros in this sector and opened over tens of thousands of jobs. Serbian car industry supplies numerous large European and certain Asian car producers with its products. Component production, such as wheels, tires and parts of suspension systems are among the most prominent components of our industry. Electrical components are the second dominant produced group that cover car batteries and electrical installations as the most significant products. Also, production of cast parts for powertrains is of special importance along with parts such as shafts, discs, valves and flywheels. Today, the automobile industry has a significant financial contribution in gross national income of a country with its export.

The biggest and most significant investment in the Serbian automobile industry sector is the Fiat project, not only due to the large investment, but the fact that it is this investment that attracted the arrival of a certain number of automobile parts producers to Serbia.

If we look at the structure of the car industry, it can be said that it consists of suppliers i.e., parts manufacturers, the car manufacturers or the sales service network. Parts manufacturers industry is defined as a large independent group of producers that produces and sells final goods to domestic and foreign automobile producers and a network of services as replacement parts.

Automobile producers had to adjust their production because almost all countries that produced cars have recorded a steep fall in production in 2008.

Standard of living in Serbia didn't allow purchase of luxury products such as cars until this situation was fixed by the arrival of foreign investors after 2014 and opening of new jobs. This newly created situation suited dealers and banks (Nadoveza, Pešić, 2020). It decreased unemployment and increased standard of living, so the citizens showed an interest in purchasing new cars.

Banks began offering credit under various conditions and placing them in various ways. The most interesting way of crediting was through leasing which attracted many buyers due to anticipated small rates between 50-100€. This way of crediting suited large and medium-sized companies that started purchasing a large number of vehicles that are replaced for new ones every one, two or three years which increased the number of new vehicles.

However, in order to increase car sales to individual buyers, the country had to decrease and adjust various loads when purchasing, registering and exploiting the vehicles (Weber, 2019). The country introduced a large number of fees and excises that increased the price of fuel therefore, a larger number of buyers gave up on buying automobiles.

Other than banks as the credit holders for purchasing new cars, from former car repair shops in Serbia that sold used cars, a new type of business was developed by establishing cooperation of the same with famous car producers in the so-called mediators or dealers.

Dealers turned repair shops into modern facilities, raised the standards and adjusted the offer to the conditions in Serbia. Other than repair shop services, they offered buyers test drives, possibility of crediting, replacing the old for a new vehicle, as well as a number of other advantages, all with a goal to gain their trust.

The basic moto of their business is (Pessoa, Rezende, Assunção, 2019):

- price of the automobile is adequate,
- the product (automobile) corresponds to the price by quality,
- the product (automobile) is available for fast delivery,
- the automobile can promote itself with its characteristics.

This means using economic propaganda and publicity to achieve their own interests.

Publicity is in fact an unpaid form of promotion, unlike advertising, sales promotion, direct marketing and personal sale. It's also the most used technique in public relations.

Every company, especially the car industry, an organization (such as dealers in mediation) and a public figure have an interest to achieve the largest possible quantity of positive publicity i.e., to cause the sources of publicity to write about them without being charged for this. The characteristic of publicity is to reach out to a large number of people through mass media such as the newspaper, television, radio and Internet.

It is necessary to point out that in contemporary society, success and doom exclusively depends on the position that the company (Internet site) takes and holds in the minds of the consumers i.e., site visitors. It's at this time that PR is introduced since it has a strong effect on positioning and it's necessary to pay attention that this effect is favorable and not the other way around. If we want to communicate our message to the people, it will compete with an incredible amount of information that is present today all around us. The only way for the message to have effect (news,

commercial...) is for it to create an emotional impact in order to have a chance to be remembered, as is the case for any message.

This means that production program, which is in accordance with sustainable development, should offer an assortment of products, which are necessary and harmless for the environment and whose production is characterized by low resource expenditure and smallest possible emission and amounts of waste materials.

Research on the influence of dealers in the car market in Serbia Serbian market

In order to get some data on the influence of dealers on the Serbian market and how it reacts to sales was performed by a questionnaire in 60 car showrooms. Any competition and contest demand a suitable capability of people because their education and skill influence achievement of goals. Providing services to consumers encompasses all activities (Barac, Milovanović, 2006) and they are connected with management activities in marketing and logistics. In order to check a partial influence of dealers on the Serbian market, the following questions were asked:

7. How do you assess your current cooperation with the factory?
8. Do you have an influence on the production plan with the supplier (factory)?
9. Does the factory accept your requests for innovation?
10. Do you suggest the models for the next year?
11. Do you order cars for sale or the factory sends them?
12. In your opinion, evaluate the factors significant for production development and car sales in Serbia with marks from 1 to 5 (1 – insignificant factor, 5 – very significant factor).

Cooperation between dealers and factories they represent

In order to exactly determine the cooperation between dealers and producers, a research was conducted by using a statistical software SPSS (Statistics software for IBM) and 60 respondents was questioned.

The basic assumption for successful business of showrooms, as well as factors that deal with automobile manufacturing should be based on good cooperation between two sides, reflected in the existence of influence by the showroom on the factory's manufacturing plan, consideration and adoption of the showroom's demands related to innovations which are present in this industry, recommendations for models for the future period, etc. (Yun, 2019).

From the first question in this group (Table 1) we find out the slightly less than half of surveyed dealers (45%) is averagely satisfied with their current cooperation with the factory they represent. High percentage of respondents, around 41.7% are

individuals that rate their cooperation with the factory as very high, while dealers who rate their cooperation extremely goods i.e., extremely bad cooperation is low, which is to be expected.

Table 1. How do you rate your current cooperation with the factory?

		Consistency	Percentage	Valid percentage	Cumulative percentage
Valid.	Very high	5	8.3	8.3	8.3
	High	25	41.7	41.7	50.0
	Average	27	45.0	45.0	95.0
	Low	3	5.0	5.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Source: Author

From the next significant question (Table 2) we find out that around half of respondents answered that they have a partial influence on the production plan of the manufacturer, while individuals that have or don't have the mentioned influence on the supplier are approximately evenly distributed on the remaining 50% of samples.

Table 2. Do you have an influence on the production plan with the supplier (factory)?

		Consistency	Percentage	Valid percentage	Cumulative percentage
Valid	Yes	17	28.3	28.3	28.3
	No	12	20.0	20.0	48.3
	Partially	31	51.7	51.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Source: Author

Similarly, with the next question (Table 3) we find out whether the factory accepts car dealers' requests for innovations which are current in this area. It is interesting that in 53.3% there is a negative response by the respondents, while a little bellow a quarter of the respondents gave an answer that there is a partial acceptance of the mentioned requests by the manufacturers. Only an insignificant percentage of respondents (8.3%) express a positive response from the analyzed spectrum.

Table 3. Does the factory accept your requests for innovation?

		Consistency	Percentage	Valid percentage	Cumulative percentage
Valid	Yes	5	8.3	8.3	8.3
	No	32	53.3	53.3	61.7
	Partially	23	38.3	38.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Source: Author

When the possibility of dealers to send suggestions of models to their supplier (factory) for the next year is in question, there is almost a twofold increase in frequency of correspondents that don't have an opportunity to deliver the mentioned suggestions.

Table 4. Do you suggest the models for the next year?

		Consistency	Percentage	Valid percentage	Cumulative percentage
Valid	Yes	21	35.0	35.0	35.0
	No	39	65.0	65.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Source: Author

We further wanted to find out whether the dealers employed in the showrooms perform car orders independently, or the supplier sends these orders by himself i.e., the factory. Only 5 respondents from the sample (8.3%) gave an answer that they perform their orders from the supplier independently, while the remaining 91.7% of respondents say this job belongs to the factory.

Table 5. Do you order cars for sale or the factory sends them?

		Consistency	Percentage	Valid percentage	Cumulative percentage
Valid	Yes	55	91.7	91.7	91.7
	No	5	8.3	8.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Source: Author

Attitudes of respondents on the questions of factors which are significant for production and sales development of automobiles in Serbia

Questions that relate to assessment of significance of factors deserving for production and sales development of cars in Serbia, with results of descriptive statistics of respondents' evaluation, shown in table 6.

Table 6. In your opinion, evaluate the factors significant for production development and car sales in Serbia with marks from 1 to 5 (1 – insignificant factor, 5 – very significant factor)

	N	Arithmetic mean	Standard deviation
Availability of points of sale/showrooms/	60	4.3000	.64572
Financing model of automobile purchase	60	4.3333	.60132
Foreign investment	60	2.4167	1.26614
Information technology	60	3.1333	1.03280
Competition	60	4.4500	.69927
Market liberalization	60	2.4667	1.53454
Political influence	60	3.4833	1.12734
Technical progress	60	4.2667	.63424
Social wealth	60	3.8667	.83294
New product	60	3.9333	1.23325
New market	60	3.2000	.97076
Modern equipment	60	4.0500	.56524
Influence on pricing	60	4.3667	.78041
Personal income	60	4.2833	.89868
Other income	60	3.3500	.86537
Income tax	60	3.5667	1.06352
Total N (list)	60		

Source: Author

By answering question 5, respondents have evaluated the significance of individual factors on production and sales development of cars in Serbia with marks 1 – insignificant factor, 5 – very significant factor, as is the case in the previous question. Analysis results in this case have shown that the marks of significance of almost all mentioned factors are above average, with very high compliance between marks. There are four factors that can be singled out and that are on the front in relation to the others: availability of showrooms, financing models of buying cars, competition and influence on pricing. Out of 16 analyzed factors covered, foreign investment and market liberalization factors stand out, which on average aren't graded above 3 (medial value), where it can be concluded that the attitude of respondents on their somewhat lesser significance on production and sales of cars in Serbia.

Conclusion

The beginning of the 21st century is characterized by complex processes of world development in which developed countries dominate in economic and other planes, due to the high degree of economic development based on new technologies of innovative character. Oil amounts are decreasing and automobile producers have to find ways to stop the day when Saudi Arabia and Canada (countries with biggest oil fields in the world) will stop supplying the industry with oil. In order to overcome this crisis, producers have greatly started producing hybrid cars in order to reduce dependency on oil and at the same time expeditely develop electric cars on batteries. Hybrid vehicle fills up its electric batteries with a small internal combustion engine, while an electric vehicle has a possibility of filling up its batteries with an external source, such as the conventional socket. An added convenience of filling up batteries at home or in some other places means that an electric vehicle could be better suited to buyers that spend most of their time in the city where electric batteries are the most sought-after alternative. It's expected that the cost of parts, manufacturing and maintenance of hybrid and electric vehicles, as well as increased competition on the market will be reduced in the future, so the producers will be forced to reduce prices of hybrid and electric vehicles which is not the case today, so their sale is lower in relation to vehicles with internal combustion engines. Dynamic processes of scientific – technological innovations and creativity have completely changed the world. It's concluded that hybrid and electric vehicles will be available to everyone in the near future.

Due to a unique focus of the car industry in cooperation with customers and competition on the market and their integral part in securing that all departments of

the company work to fulfilling the needs of the consumers, strategy of the automobile industry and a certain brand is becoming an essentially important component in international business of every company, that are also beginning to understand that key difficulties that they are facing when performing international business, are in fact marketing problems. Consequently, a leadership position isn't achieved and maintained by a passive attitude, but as a consequence of continuous and constant adjustment to a volatile world environment. With that, governments, companies and individuals must aggressively react with innovative and creative strategies.

Car industry has shown as a significant one in the time of the economic crisis. Other than employing millions of people around the world, driving development and progress of other industries (metal processing, chemical, electrical, rubber, textile), it contributes to enormous revenue from car and spare parts sale. Automobile industry is a very innovative branch and several tens of billions of euros is invested in its development, so innovative solutions from many areas are firstly applied in that industry.

Quality has always been a highly positioned characteristic of automobiles, so the principles of excellence can be tied to the entire projecting and production process. World famous companies give high significance to this segment, even besides that, there is an occurrence of mass revocations due to technical deficiencies or errors. This problem collapses their credibility and causes financial damage that is measured in billions of dollars, but is unavoidable. No matter how much manufacturers try to solve this problem, an increasing complexity of automobiles, demanding strategies of performance on domestic and foreign markets, but most of all a big number of cooperators, cause that occurrence of dismissals to become a global problem. Even the biggest producers have to face this problem.

One of the most important factors for a successful manufacturer are decisive management, motivated employees, customer satisfaction, stable and fast growth in market shares. Of course, there are no firm rules to achieve business excellence. Moving to business excellence must be pragmatic, so different companies have different approaches – some begin with strategy, others with process and some with competences.

Producing newer car models with modern performances is key for conquering new markets. Other than these main trends and key strategic questions, interesting research areas for future can undoubtedly appear. For example, automobile producers will have to define their market approach to new alternative propulsion technologies and the main part in determining will fall to the dealers themselves as end sellers that have direct contact with customers.

Attracting new foreign direct investment in Serbian automobile sector represents a key in development of domestic economy and increase in competitiveness of the automobile sector that will have a potential and opportunity to become competitive with car sectors of analyzed countries. In all, evidence points out that future opportunities will outweigh the challenges. As directions for further work in this research, it is recommended to perfect a conceptual solution of an optimal model which will point to a comprehensive positive or negative influence of individual factors of dealers' influence to placement of cars in Serbia.

Literature

1. Barac N., G. Milovanović, 2006. Strategijski menadžment logistike. Studentski kulturni centar: Beograd.
2. Bilas V., S. Franc, B. Arbanas. 2013. Utjecaj aktualne ekonomske krize na stanje i perspektive razvoja autoindustrije. *Ekonomska misao i praksa*, (1): 299-320.
3. Brand C., C. Cluzel, J. Anable. 2017. Modeling the uptake of plug-in vehicles in a heterogeneous car market using a consumer segmentation approach. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 97:121-136.
4. Czerny A. I., Z. Shi, A. Zhang. 2016. Can market power be controlled by regulation of core prices alone? An empirical analysis of airport demand and car rental price. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 19:260-272
5. Čamilović S., V. Vujić. 2007. Osnove menadžmenta ljudskih resursa. Tekon-Tehnokonsalting.
6. Dvir E., G. Strasser. 2018. Does marketing widen borders? Cross-country price dispersion in the European car market. *Journal of International Economics*, 112:134-149
7. Ivanova B.P., I. N. Ivković, i I. Đ. Ivanov. 2019. Ekonomska analiza opravdanosti upotrebe sirove nafte. *Vojno delo* 71, (3): 246-255.
8. Jelenković M. 2015. Preduzetnički menadžment 2. Fakultet za sport: Beograd.
9. Mićović S., i J. Miletić. 2019. Poslovni subjekt kao osnova održivosti razvoja. *Održivi razvoj* 1, (1): 43-51.
10. Mičić I., I. Totić, i A. Halilagić. 2018. Financial management in food enterprises and globalization of electronic business in Serbia. *Ekonomika poljoprivrede* 65, (3): 1259-1276.
11. Montag J. 2017. Identifying odometer fraud in used car market data. *Transport Policy*, 60: 10-23
12. Nadoveza B., i H. Pešić. 2020. Održivi razvoj - proizvodna snaga savremenog društva. *Održivi razvoj* 2, (1): 31-40.

13. Noton C. 2016. Structural estimation of price adjustment costs in the European car market. *International Journal of Industrial Organization*, 49: 105-147
14. Pessoa J. P., L. Rezende, J. Assunção. 2019. Flex cars and competition in fuel retail markets. *International Journal of Industrial Organization*, 63: 145-184.
15. Schlüter J., J. Weyer. 2019. Car sharing as a means to raise acceptance of electric vehicles: An empirical study on regime change in automobility. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 60: 185-201.
16. Sredojević Z., N. Kljajić, i B. Gajić. 2019. Brownfield investments as possibility of revitalization and sustainability of locations. *Ekonomika poljoprivrede* 66, (2): 589-599.
17. Stojanović V. S. 2018. Marketing usluga. *Evropski defendologija centar za naučna i kriminološka istraživanja*, Banja Luka: Udruženje nastavnika i saradnika Univerziteta u Banjoj Luci.
18. Stojnović V. 2019. Menadžment tehnologije i razvoja. *Planeta print*: Beograd.
19. Thies C., K. Kieckhäfer, T. S. Spengler. 2016. Market introduction strategies for alternative powertrains in long-range passenger cars under competition. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 45: 4-27
20. Yun J. J., D. K. Won, K. B. Park, E. S. Jeong, X. Zhao. 2019 The role of a business model in market growth: The difference between the converted industry and the emerging industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 146:534-562
21. Vasić Z. 2015. Poreska kontrola uslov funkcionisanja budžetskog sistema. *Akcionarstvo* 21, (1): 5-22.
22. Vukša S., D. Anđelić, i I. Milojević. 2020. Analiza kao osnova održivosti poslovanja. *Održivi razvoj* 2, (1): 53-72.
23. Wang L., X. Geng, X. Ma, D. Zhang, Q. Yang. 2019. Ridesharing car detection by transfer learning. *Artificial Intelligence*, 273: 1-18.
24. Weber S. 2019. Consumers' preferences on the Swiss car market: A revealed preference approach. *Transport Policy*, 75: 109-118
25. Zekić M. 2015. Kontrola i revizija u javnom sektoru. *Akcionarstvo* 21,(1): 23-34.

Datum prijema (Date of arrival): 12.09.2020.

Datum prihvatanje (Date accepted): 27.11.2020.

ANALIZA STRUKTURNOG KAPITALA KAO KOMPONENTE INTELEKTUALNOG KAPITALA U IKT PREDUZEĆIMA

Nemanja Lekić¹, Jelena Vapa-Tankosić², Jasmina Rajaković-Mijailović³, Snežana Lekić⁴

doi: 10.5937/Oditor2003033L

Originalni naučni rad

UDK:

005.72:330.14

005.336.4:004

Rezime

Uspešnost i konkurentnost savremenih kompanija zavisi od njihovog intelektualnog kapitala. Intelektualni kapital predstavlja nematerijalnu imovinu koja se može sagledati kroz tri osnovna podnivoa: ljudski, strukturni i relacioni kapital. Cilj ovog rada je istraživanje strukturnog kapitala i njegovih osnovnih komponenti: sistemi i programi, istraživanje i razvoj i pravo intelektualne svojine. Pilot istraživanje u ovoj oblasti sprovedeno je u periodu jun-avgust 2020. godine. Istraživanje je sprovedeno anonimnim upitnikom na uzorku od 102 ispitanika zaposlenih u kompanijama IKT sektora Republike Srbije. Rezultati su pokazali da su zaposleni u ovom sektoru ocenili sisteme i programe kao najvažniji faktor strukturnog kapitala. Ovi rezultati treba da posluže kao putokaz u upravljanju strukturnim kapitalom u kompanijama IKT sektora kako bi se kreiralo radno okruženje koje doprinosi ukupnom rastu i razvoju kompanije, kako u nacionalnom, tako i međunarodnom okruženju.

Ključne reči: intelektualni kapital, strukturni kapital, IKT sektor.

JEL: J24, O34.

Uvod

U savremenim uslovima poslovanja na izuzetno zahtevnom tržištu preduzeća u sektoru informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) dobijaju sve značajniju ulogu. Poslovne aktivnosti preduzeća sve više su usmerene na mogućnosti razvoja i implementacije IKT u poslovni proces, kroz primenu tzv. „pametnih rešenja“ koje

¹ Asistent Nemanja Lekić, Beogradska akademija poslovnih i umetničkih strukovnih studija, Kraljice Marije br. 73, 11050 Beograd, R. Srbija, E-mail: nemanja.lekic@bpa.edu.rs

² Redovni profesor, dr Jelena Vapa-Tankosić, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Cvečarska ulica br. 2, 21000 Novi Sad, R. Srbija, E-mail: jvapa@gmail.com

³ Docent, dr Jasmina Rajaković-Mijailović, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe u Novom Sadu, Geri Karolja br. 1, 21102 Novi Sad, R. Srbija, E-mail: jasminarajakovic@yahoo.com

⁴ Profesor strukovnih studija, dr Snežana Lekić, Beogradska akademija poslovnih i umetničkih strukovnih studija, Kraljice Marije br. 73, 11050 Beograd, R. Srbija, E-mail: snezana.lekic@bpa.edu.rs

IKT preduzeća pružaju preduzećima drugih industrijskih grana (<https://www.srbija.gov.rs/dokument/45678/strategije-programi-planovi-.php>). Na taj način ovaj sektor postaje jedan od nosećih stubova društvenog rasta i razvoja. U poređna analiza zaposlenosti u računarskom programiranju, savetovanju i povezanim aktivnostima ukazuje da je u periodu od 2010. do 2020. godine Republika Srbija zabeležila najveći rast zaposlenosti (14,21%) u IKT sektoru u poređenju na odabrane zemlje Dunavskog regiona (Kleibrink et al., 2018). Prema podacima Narodne banke Srbije (2020) u poslednjih pet godina izvoz IKT usluga beleži permanentan rast od preko 20% godišnje. Ako posmatramo indeks profitabilnosti on je u IKT sektoru šest puta veći u odnosu na prosečan indeks profitabilnosti za celu ekonomiju (Matijević, Šolaja, 2020). Sve veća inostrana tražnja za radnom snagom utiče na povećanje zaposlenih u ovom sektoru. U 2018. godini u Republici Srbiji poslovalo je 2.349 informatičkih preduzeća sa pojedinačnim godišnjim prihodom od preko milion dinara. U odnosu na delatnost najviše je bilo programerskih preduzeća (1.483) što čini 63% ukupnog broja. Ako posmatramo po veličini programerska preduzeća, u ukupnom broju IKT preduzeća dominiraju mikro firme (manje od 10 zaposlenih) kojih je bilo 1.086 (73,2%), malih preduzeća je bilo 322 (21,7%), srednjih 68 (4,6%), a u samo 7 velikih preduzeća (0,5%) bilo je više od 250 zaposlenih (Matijević, Šolaja, 2020). S obzirom da mala i srednja preduzeća predstavljaju pokretačku snagu IKT sektora trebalo bi ići na povećanje njihovog broja. U prvih osam meseci 2019. godine osnovano je 229 programerskih preduzeća, a da bi mikro firme prerasle u velika preduzeća najuspešnijim domaćim firmama potrebno je u proseku više od 10 godine (Matijević, 2019). Osnovni nosioci rasta domaćeg IKT sektora su izvoznici softvera. Analiza srpskog izvoza kompjuterskih usluga u periodu od 2007. do 2018. godine pokazuje da je izvozna osnovica u 2007. godini bila niska (62 miliona evra), dok je u 2018. godini izvoz premašio milijardu evra (1.016 miliona evra), što rezultira prosečnim godišnjim rastom od 30%.

Uporedo sa jačanjem trendova globalizacije i značaja IKT-a povezan je pojam nove ekonomije u kojoj znanje postaje „najvažnija sirovina, najvažniji izvor nove vrednosti, najvažniji proizvod i ključ upravljanja poslovanjem“ (Stewart, 1998). Učenje i znanje su direktno povezani – proces učenja rezultira znanjem. Učenje se može definisati kao „proces unapređenja delovanja zahvaljujući boljem znanju i razumevanju relevantnih pojava“ (Đuričin et al., 2018). Pod znanjem se podrazumeva „sistemizovano, logičko i organizovano, provereno i prerađeno iskustvo, u čiju smo ispravnost opravdano uvereni“ (Trebješanin, 2008). Učenje je kontinuiran proces, pri čemu se od zaposlenih zahtevaju brojne promene koje su determinisane zahtevom za uvećanjem fonda znanja. Organizacija koja uči može se definisati kao „organizacija u kojoj ljudi neprestano proširuju svoje sposobnosti kako bi ostvarili rezultate koje zaista žele, u kojoj se neguje novi i prošireni model mišljenja, u kojoj je oslobođena kolektivna težnja i u kojoj ljudi neprestano uče kako

da rade zajedno“ (Sengi, 2003). Ove organizacije sposobne su da stvaraju i obezbeđuju nova znanja i nove koncepte. Na taj način postaju fleksibilnije što im omogućava da mogu pravovremeno da reaguju na zahteve poslovnog okruženja, kao i da ostvare postavljene organizacione ciljeve. Rezultati pokazuju da su za zaposlene u javnim preduzećima u Srbiji novčana stimulacija i visina zarade nezamenljivi faktori motivacije, što pokazuju i rezultati istraživanja o organizacionoj posvećenosti zaposlenih u poslovnim bankama (Lekić, Vapa-Tankosić, 2018). Rezultati istraživanja (Lekić et al., 2019) o zadovoljstvu poslom zaposlenih u javnom sektoru su pokazali da zarada, saradnja sa najbližim saradnicima, mogućnost napredovanja, politika nagrađivanja, saradnja i dobri odnosi sa nadređenima i priroda posla su direktno povezani sa ukupnim zadovoljstvom poslom. Mogućnost učenja na radnom mestu, kvalitet timskog rada i nadzor rada tima pozitivno utiče na ukupno zadovoljstvo poslom u bankama (Lekić et al., 2020).

Razvojem IKT-a stvorene su brojne baze podataka koje omogućavaju brzinu i jednostavnost u obezbeđenju potrebnih znanja i informacija. Inteliktualni kapital u preduzeću predstavlja osnovni pokretač inovacija i konkurentske prednosti u ekonomiji zasnovanoj na znanju kroz primenu sistema upravljanja znanjem, kao i ključni faktor kreiranja strategijske prednosti organizacije. Brojne studije ukazale su na značaj intelektualnog kapitala i njegov uticaj na poslovne performanse preduzeća. Ljudski, strukturni i relacioni kapital su međusobno povezani i ne mogu se izolovano posmatrati. Sprovedena istraživanja pokazuju da se ovim komponentama svuda ne pridaje isti značaj. To je podstaklo potrebu da se u ovom radu analizira strukturni kapital sa aspekta srpskih IKT preduzeća i sagleda međusobni odnos njegovih podkomponenti kako bi se moglo delovati na unapređenje nivoa, kako strukturnog, tako i intelektualnog kapitala.

Koncept intelektualnog kapitala

Inteliktualni kapital može se definisati kao „proizvod tokova znanja u preduzeću, odnosno organizacionog učenja koga čine ljudski, strukturni i kapital odnosa sa klijentima i drugim stejkholderima“ (Bontis, 1998), odnosno „kao imovina koja uključuje ljudski kapital, informaciono-komunikacione tehnologije, poslovne procedure i nematerijalnu imovinu koja može biti pretvorena u materijalnu i nematerijalnu vrednost“ (Lentjušenkova, Inga, 2016).

U poslednje dve decenije razvijeni su brojni modeli intelektualnog kapitala koji određuju njegove osnovne komponente. Najčešće korišćena i citirana je podela intelektualnog kapitala na ljudski, strukturni i relacioni. (Sveiby, 1997; Bontis, 2002) Ljudski kapital odnosi se na „sposobnosti ljudi – profesionalno iskustvo, nivo obrazovanja i veština, metode obuke i obrazovanja menadžera i sposobnosti učenja, što podrazumeva razmenu znanja, sposobnost rešavanja problema, sposobnost upravljanja, grupe za uvežbavanje, preduzetništvo, liderstvo, podatke o razvoju i

usavršavanju“ (Petty, Guthrie, 2000). Strukturni kapital nastaje transformacijom ljudskog kapitala obuhvatajući raznovrsne neopipljive elemente kao što su organizaciona struktura, procesi i rutine, običaji, baze podataka, sistemi i intelektualno vlasništvo (Edvinsson, 1997). Relacioni kapital kreira se kroz specifične odnose sa eksternim stejkholderima (investitori, kupci, dobavljači i kreditori). Ispoljava se kroz brend, reputaciju, odnose sa klijentima, saradnju sa partnerima, licence i kanale distribucije. (Janošević, Dženopoljac, 2012)

Zbog izuzetnog značaja za savremene organizacije, intelektualni kapital je bio predmet brojnih istraživačkih studija u različitim zemljama i sektorima poslovanja. U najvećem broju studija, polazna osnova za kreiranje istraživačkog upitnika bio je Bontisov upitnik o intelektualnom kapitalu (1998). Bontisovo prvobitno istraživačko okruženje bila su kanadska preduzeća i to: sedam iz finansijskih usluga, četiri iz hemijske industrije, četiri iz osiguranja, tri iz IKT sektora i dva koja su obavljala kurirske usluge. Cilj studije je bio da utvrdi koje varijable utiču na ljudski, strukturni i relacioni kapital i kak one utiču na poslovne performanse. Rezultati su ukazali da je ljudski kapital beskorisan bez podržavajuće strukture, odnosno strukturnog kapitala koji može da koristi i neguje njegove veštine.

Pomoću upitnika prvobitno primenjenog u Kanadi, Bontis et al. (2000) sprovedi su empirijsko istraživanje u dva industrijska sektora u Maleziji ispitujući uticaj ljudskog, strukturnog i relacionog kapitala i njihovu međusobnu povezanost. Glavni zaključci ove studije su: ljudski kapital je značajan bez obzira na granu industrije; ljudski kapital ima veći uticaj na struktuiranje preduzeća u neuslužnoj industriji; relacioni kapital ima značajan uticaj na strukturni kapital bez obzira na industriju; razvoj strukturnog kapitala ima pozitivan uticaj na poslovne performanse preduzeća bez obzira na industriju.

Seleim et al. (2004) svojom studijom prvi istražuju prirodu ljudskog, strukturnog i relacionog kapitala u egipatskim softverskim preduzećima. Cilj ove studije bio je da se sagledaju ključni indikatori intelektualnog kapitala kako bi se dobile smernice za izgradnju jake baze znanja za budući razvoj intelektualnog kapitala. U istoj industriji Seleim et al. nastavili su istraživanje (2007) u pravcu analize odnosa između ljudskog kapitala i poslovnih performansi preduzeća na uzorku od 38 softverskih preduzeća koja su činili 107 članova Komore softverske industije u Egiptu. Korišćenjem odgovarajućih statističkih metoda, rezultatima je dokazano da postoji pozitivna i statistički značajna veza između pojedinih komponenti ljudskog kapitala i poslovnih performansi preduzeća.

Wang et al. (2005) pomoću regresije metodom delimičnih najmanjih kvadrata (PLS) istraživali su uticaj intelektualnog kapitala na poslovne performanse u IKT industriji na Tajvanu. Dobijeni rezultati pokazali su da elementi intelektualnog kapitala direktno utiču na poslovne performanse preduzeća, osim ljudskog kapitala koji ima indirektan uticaj kroz kapital inovacija, kapital procesa i kapital kupaca. Takođe,

postoji uzročno-posledična veza između četiri elementa intelektualnog kapitala. Ljudski kapital utiče na kapital inovacija i procesni kapital. Inovacioni kapital utiče na procesni, a procesni na kapital kupaca. Kapital kupaca doprinosi boljim poslovnim rezultatima. Ove uzročno-posledične veze između osnovnih komponenti i podkomponenti daju implikacije kreiranja modela za upravljanje intelektualnim kapitalom u preduzećima IKT industrije.

Moslehi et. al. (2006) u svojoj studiji istraživali su komponente intelektualnog kapitala u iranskim osiguravajućim preduzećima u odnosu na 110 indikatora i specifično poslovno okruženje. Anketirani su menadžeri različitih nivoa. Najmanji značaj pridaju strukturnom kapitalu, što negativno utiče na ukupni nivo intelektualnog kapitala. Ignorisanje značaja intelektualnog kapitala može dovesti do monopola javnih preduzeća. Autori daju preporuke za unapređenje upravljanja poslovnim procesima i bolje odnose sa eksternim stejkholderima.

Sharabati et al. (2010) svoju studiju usmerili su na istraživanje odnosa između pojedinih komponenti intelektualnog kapitala i poslovnih performansi u farmaceutskom sektoru Jordana. Uticaj intelektualnog kapitala sagledan je ne samo kroz njegove komponente (ljudski, strukturni i relacioni) već i njihove podkomponente. U istraživanju je anketirano 132 menadžera najvišeg i srednjeg nivoa iz svih 15 članova Udruženja farmaceutskih proizvođača. Sprovedena je korelaciona i regresiona analiza da bi se utvrdila validnost mera i postavljenog modela. Koeficijenti su pokazali da relacioni kapital ima najznačajniju povezanost sa intelektualnim kapitalom.

Dženopoljac et al. (2016) su sprovedli istraživanje koje je imalo za cilj da analizira uticaj intelektualnog kapitala i njegovih ključnih komponenti na finansijske performanse izabranih IKT preduzeća kroz povraćaj kapitala, povraćaj imovine, povraćaj uloženog kapitala, profitabilnost i obrt imovine. Istraživanje je sprovedeno u tokom 2009-2013. godine na uzorku od 13.989 srpskih IKT preduzeća. Za merenje intelektualnog kapitala korišćen je koeficijent dodatne vrednosti (VAIC).

Metodološki okvir istraživanja

Predmet istraživanja je strukturni kapital kao jedna od komponenti intelektualnog kapitala u IKT preduzećima Republike Srbije. Cilj rada je da se analizom podkomponenti strukturnog kapitala utvrdi njihov uticaj na strukturni kapital. U istraživanju se polazi od osnovne hipoteze da sistemi i programi, istraživanje i razvoj i pravo intelektualne svojine utiču na ukupni strukturni kapital. Stoga je neophodno detaljnije analizirati njihove podkomponente. Ovo pilot istraživanje izvršeno je u periodu od juna do avgusta 2020. godine i deo je šireg istraživanja koje se odnosi na uticaj intelektualnog kapitala na poslovne performanse preduzeća. U posmatranom periodu anketirano je 102 ispitanika zaposlenih u srpskim IKT preduzećima u više gradova Republike Srbije (Beograd, Novi Sad, Zrejanin, Niš, Užice).

Prikupljanje podataka izvršeno je anonimnom on-lajn anketom kreiranom prema Bontisovom upitniku (Bontis, 1998), a prilagođenoj specifičnosti IKT sektora Republike Srbije. Merenje strukturnog kapitala izvršeno je primenom modela merenja ukupnog strukturnog kapitala za nivo preduzeća koji se bazira na tri podkomponente strukturnog kapitala: SP – sistemi i programi, IR – istraživanje i razvoj i PIS – pravo intelektualne svojine. Suština je u pronalaženju proseka relativnih ocena koje zaposleni kroz anketu daju o pojedinim dimenzijama ukupnog strukturnog kapitala sagledanih kroz njihove podkomponente. U oceni navedenih parametara u istraživanju je korišćena petostepena Likertova skala (1 – izrazito se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – neodlučan sam, 4 – slažem se i 5 – izrazito se slažem).

Rezultati i diskusija

Sistemi i programi (SP) kao deo strukturnog kapitala analiziraju se kroz uticaj deset parametara: sp₁ – preduzeće ima programe obuke u cilju obučavanja internih resursa u vidu potencijalnih naslednika za nosioce viših i glavnih pozicija; sp₂ – kultura i atmosfera preduzeća je podsticajna i prijatna; sp₃ – programi regrutovanja zaposlenih preduzeća su usmereni ka zapošljavanju najboljih raspoloživih kandidata; sp₄ – preduzeće ima dobro razvijen sistem nagrađivanja vezan za performanse; sp₅ – preduzeće kontinuirano podržava svoje zaposlene u usavršavanju njihovih veština i obrazovanju kad god je to potrebno; sp₆ – zaposleni ima uticaj na odluke koje donosi preduzeće; sp₇ – preduzeće nije „birokratska noćna mora“; sp₈ – sistemi i programi preduzeća utiču na produktivnost preduzeća; sp₉ – sistemi i programi preduzeća utiču na profitabilnost preduzeća, i sp₁₀ – sistemi i programi preduzeća utiču na tržišnu poziciju preduzeća. Rezultati istraživanja u odnosu na parametre sistema i programa prikazani su u *Tabeli 1*.

Tabela 1. Deskriptivni pokazatelji za parametre sistema i programa

SP	N	1	2	3	4	5	Min	Max	Mean	Std.Dev.	Varian.	Coeff. Var.
sp ₁	102	3	9	16	35	39	1	5	3,96	1,075	1,155	27,14%
sp ₂	102	1	2	6	51	42	1	5	4,28	0,746	0,556	17,41%
sp ₃	102	5	4	9	42	42	1	5	4,10	1,043	1,088	25,46%
sp ₄	102	5	8	9	45	35	1	5	3,95	1,088	1,184	27,54%
sp ₅	102	3	2	12	55	30	1	5	4,05	0,867	0,752	21,42%
sp ₆	102	9	7	11	41	34	1	5	3,82	1,216	1,479	31,80%
sp ₇	102	2	5	12	42	41	1	5	4,13	0,936	0,876	22,68%
sp ₈	102	1	2	9	52	38	1	5	4,22	0,762	0,581	18,08%
sp ₉	102	0	3	8	56	35	1	5	4,21	0,705	0,497	16,76%
sp ₁₀	102	1	4	8	43	46	1	5	4,26	0,839	0,704	19,68%

Izvor: Istraživanje autora

Na osnovu prikazanih rezultata istraživanja u *Tabeli 1*, uočava se da je najznačajniji parameter sistema i programa podsticajna i prijatna kultura i atmosfera preduzeća (sp₂). Prosečna ocena ovog parametra je najviša i iznosi 4,28 (Std. Dev 0,746), a koeficijent varijacije 17,41%. Uticaj sistema i programa na

tržišnu poziciju preduzeća (sp_{10}) prosečno je ocenjen sa 4,26 (Std. Dev. 0,839), a koeficijent varijacije je 19,68%, dok prosečna ocena uticaja na produktivnost preduzeća (sp_8) iznosi 4,22 (Std. Dev. 0,762), a koeficijent varijacije 18,08%. Uticaj zaposlenih na odluke preduzeća (sp_6) je parametar sa najnižom prosečnom ocenom 3,82 (Std. Dev. 1,216), a koeficijent varijacije iznosi 31,80%.

Tabela 2. Deskriptivni pokazatelji za parametre istraživanja i razvoja

IR	N	1	2	3	4	5	Min	Max	Mean	Std.Dev.	Varian.	Coeff. Var.
ir ₁	102	4	9	16	28	45	1	5	3,99	1,142	1,304	28,62%
ir ₂	102	2	7	6	52	35	1	5	4,09	0,919	0,845	22,49%
ir ₃	102	3	4	16	44	35	1	5	4,02	0,960	0,921	23,88%
ir ₄	102	3	0	11	51	37	1	5	4,17	0,841	0,708	20,19%
ir ₅	102	2	2	13	46	39	1	5	4,16	0,860	0,740	20,70%
ir ₆	102	3	4	16	44	35	1	5	4,02	0,960	0,921	23,88%
ir ₇	102	4	7	12	39	40	1	5	4,02	1,066	1,137	26,53%
ir ₈	102	3	4	12	40	43	1	5	4,14	0,971	0,942	23,46%
ir ₉	102	2	5	11	40	44	1	5	4,17	0,940	0,884	22,56%
ir ₁₀	102	2	6	14	36	44	1	5	4,12	0,983	0,967	23,88%

Izvor: Istraživanje autora

Istraživanje i razvoj (IR) kao deo strukturnog kapitala posmatra se kroz uticaj deset parametara: ir₁ – preduzeće se smatra liderom na polju istraživanja; ir₂ – preduzeće kontinuirano razvija radne procese; ir₃ – preduzeće se kontinuirano razvija i reorganizuje na osnovu rezultata istraživanja i razvoja; ir₄ – preduzeće prati i usvaja najnovija naučna i tehnička dostignuća širom sveta; ir₅ – sistemi i procedure preduzeća podržavaju inovacije; ir₆ – preduzeće utvrđuje odgovarajući i adekvatan budžet za aktivnosti istraživanja i razvoja; ir₇ – top menadžment preduzeća podržava i znatno se oslanja na odeljenje za istraživanje i razvoj; ir₈ – istraživanje i razvoj preduzeća utiče na produktivnost preduzeća; ir₉ – istraživanje i razvoj preduzeća utiče na profitabilnost preduzeća, i ir₁₀ – istraživanje i razvoj preduzeća utiču na tržišnu poziciju preduzeća. Rezultati istraživanja u odnosu na parametre istraživanja i razvoja prikazani su u *Tabeli 2*.

Analizom rezultata istraživanja iz *Tabele 2*, uočava se da je najznačajniji parameter istraživanja i razvoja podsticajna i prijatna kultura i atmosfera preduzeća (ir₄). Prosečna ocena ovog parametra je najviša za tvrdnju da preduzeće prati i usvaja najnovija naučna i tehnička dostignuća širom sveta (ir₄) i iznosi 4,17 (Std. Dev. 0,841), a koeficijent varijacije 20,19%. Uticaj istraživanja i razvoja na profitabilnost preduzeća (ir₉) ocenjen je istom prosečnom ocenom (Std. Dev. 0,940), pri koeficijentu varijacije 22,56%, dok prosečna ocena da sistemi i procedure preduzeće podržavaju inovacije (ir₄) iznosi 4,16 (Std. Dev. 0,860), a koeficijent varijacije 20,07%. Preduzeće se smatra liderom u polju istraživanja (ir₁) je parametar sa najnižom prosečnom ocenom 3,99 (Std. Dev. 1,142), i koeficijentom varijacije 28,62%.

Tabela 3. Deskriptivni pokazatelji za parametre prava intelektualne svojine

PIS	N	1	2	3	4	5	Min	Max	Mean	Std.Dev.	Varian.	Coeff. Var.
pis ₁	102	5	5	9	46	37	1	5	4,03	1,043	1,087	25,88%
pis ₂	102	4	7	15	48	28	1	5	3,87	1,016	1,033	26,24%
pis ₃	102	7	5	12	49	29	1	5	3,86	1,094	1,197	28,32%
pis ₄	102	5	7	14	48	28	1	5	3,85	1,052	1,106	27,29%
pis ₅	102	4	8	11	52	27	1	5	3,88	1,013	1,025	26,08%
pis ₆	102	6	6	16	43	31	1	5	3,85	1,097	1,204	28,48%
pis ₇	102	7	7	15	48	25	1	5	3,75	1,106	1,224	29,47%
pis ₈	102	6	6	14	44	32	1	5	3,88	1,096	1,202	28,24%
pis ₉	102	5	5	13	46	33	1	5	3,95	1,042	1,086	26,37%
pis ₁₀	102	5	5	13	50	29	1	5	3,91	1,020	1,041	26,09%

Izvor. Istraživanje autora

Pravo intelektualne svojine (PIS) kao deo strukturnog kapitala sagledan je kroz uticaj deset parametara: pis₁ – preduzeće ima jasne strategije i procedure za upravljanje intelektualnim kapitalom; pis₂ – preduzeće prati svoj portfelj PIS-a; pis₃ – preduzeće sprovodi strategiju licenciranja PIS-a, pis₄ – preduzeće aktivno ohrabluje i nagrađuje stvaranje u cilju maksimiziranja prihoda od PIS-a; pis₅ – PIS predstavlja ključnu intelektualnu imovinu za top menadžment, za koju se smatra da stvara vrednost preduzeća; pis₆ – preduzeće maksimalno koristi PIS; pis₇ – preduzeće ima visok broj PIS-ova godišnje u poređenju sa konkurentima; pis₈ – PIS utiče na produktivnost preduzeća; pis₉ – PIS utiče na profitabilnost preduzeća, i pis₁₀ – PIS utiču na tržišnu poziciju preduzeća. Rezultati istraživanja u odnosu na parametre prava intelektualne svojine prikazani su u *Tabeli 3*.

Na osnovu rezultata istraživanja prikazanih u *Tabeli 3*, uočava se da su najznačajniji parameter prava intelektualne svojine jasne strategije i procedure za upravljanje intelektualnim kapitalom (pis₁) sa prosečnom ocenom od 4,03 (Std. Dev 1,043), a koeficijent varijacije 25,88%. Prosečna ocena uticaja PIS-a na profitabilnost preduzeća (pis₉) iznosi 3,95 (Std. Dev. 1,042), a koeficijent varijacije 26,37%, dok je prosečna ocena uticaja PIS-a na tržišnu poziciju preduzeća (pis₁₀) 3,91 (Std. Dev. 1,020), a koeficijent varijacije 26,37%. Preduzeće ima visok broj PIS-ova godišnje u poređenju sa konkurentima (pis₇) je parametar sa najnižom prosečnom ocenom od 3,75 (Std. Dev. 1,142), a koeficijent varijacije 28,62%.

Ako izvršimo rangiranje pojedinih komponenti strukturnog kapitala u odnosu na iznose njihove prosečne vrednosti, na prvom mestu je parametar sistemi i programi (4,10), sledi istraživanje i razvoj (4,09) i pravo intelektualne svojine (3,88). Rezultati analize pojedinih komponenti strukturnog kapitala dobijeni ovim empirijskim istraživanjem pokazuju da anketirani ispitanici zaposleni u IKT preduzećima smatraju da sistemi i programi i istraživanje i razvoj značajno utiču na strukturni kapital, a da pravo intelektualne svojine ima znatno manji uticaj. Strukturni kapital značajno utiče na ukupni intelektualni kapital preduzeća. Prosečna vrednost strukturnog kapital u ovom istraživanju iznosila je 4,02. Istraživanja drugih autora u

ovoj oblasti, sprovedena prema sličnoj metodologiji, pokazuju da je u Kanadi na uzorku od 20 preduzeća različitih sektora strukturni kapital ocenjen sa prosečnom ocenom 4,08 (Bontis, 1998), iranskim osiguravajućim preduzećima prosečnom ocenom 2,23 (Moslehi et al., 2006), jordanskim preduzećima iz farmaceutskog sektora prosečnom ocenom 3,06 (Sharbati et. al, 2010). To pokazuje da se ocena strukturnog kapitala razlikuje u odnosu na posmatrane zemlje i sektore poslovanja.

Zaključak

Rezultati analize komponenti i podkomponenti strukturnog kapitala dobijeni ovim empirijskim istraživanjem pokazuju da zaposleni u IKT preduzećima smatraju da sistemi i programi i istraživanje i razvoj značajno utiču na strukturni kapital, a pravo intelektualne svojine ima znatno manji uticaj. Strukturni kapital je direktno povezan i sa ljudskim i sa relacionim kapitalom. Upravo ovaj zaključak ukazuje na važnost podsticajne i prijatne kulture i atmosfere, fleksibilne organizacione strukture koja može da odgovori na promenljive zahteve tržišta, regrutovanje novozaposlenih na osnovu njihovih znanja, kompetencija i veština, usmeravanje na istraživanje i razvoj poslovnih procesa, primenu najnovijih naučnih i tehničkih dostignuća i sklonost promenama i inovacijama. Jasno definisane strategije i procedure upravljanja intelektualnim kapitalom su performanse koje doprinose višem nivou strukturnog kapitala i koje dalje treba unapređivati.

Posebnu pažnju treba usmeriti na: programe i obuke zaposlenih u cilju njihovog napretka u hijerarhijskoj strukturi organizacije, transparentan sistem nagrađivanja na osnovu ostvarenih performansi, veću participaciju zaposlenih u procesu odlučivanja, što će se pozitivno odraziti i na lidersku poziciju na polju istraživanja i razvoja IKT preduzeća. Analiza komponenti i podkomponenti treba da omogući menadžerima IKT preduzeća da uoče koje to performanse doprinose višem nivou njihovog intelektualnog kapitala jer samo na taj način mogu da obezbede svoj budući rast i razvoj i konkurentsku poziciju na tržištu.

Literatura

1. Bontis N. 1998. Intellectual Capital an Exploratory Study that Develops measures and models. *Management Decision* 36, (2): 63–76, <https://doi.org/10.1108/00251749810204142>.
2. Bontis N. 2002. Assessing Knowledge Assets: A Review of the Models Used to Measure Intellectual Capital. *International Journal of Management Reviews* 3, (1): 41–60, <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00053>.
3. Bontis N., W. Chua Chong Keow, & S. Richardson. 2000. Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital* 1, (1): 85–100, <https://doi.org/10.1108/14691930010324188>.

4. Dženopoljac V., S. Janošević, & N. Bontis. 2016. Intellectual capital and financial performance in the Serbian ICT industry. *Journal of Intellectual Capital* 17, (2): 373–396, <https://doi.org/10.1108/JIC-07-2015-0068>
5. Edvinsson L. 1997. Developing intellectual capital at Skandia. *Long Range Planning* 30, (3): 366–373, [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(97\)00016-2](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)00016-2)
6. Janošević S., & V. Dženopoljac. 2012. Impact of intellectual capital on financial performance of Serbian companies. *Actual Problems of Economics* 133, (7): 554–564, <https://doi.org/10.1002/kpm.1404>
7. Kleibrink A., N. Radovanović, H. Kroll, D. Horvat, D. Kutlača, & L. Živković. 2018. The Potential of ICT in Serbia: An Emerging Industry in the European Context. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/994464>.
8. Lekić S., i J. Vapa-Tankosić. 2018. Analiza finansijskog sektora s aspekta organizacione posvećenosti. *Kultura polisa: XV* (37), 465–475.
9. Lekić N., J. Vapa-Tankosić, J. Rajaković-Mijailović, & S. Lekić. 2019. An analysis of factors influencing employee job satisfaction in a public sector. *E and M Ekonomie a Management XXII*, (3): 83–99, <https://dx.doi.org/10.15240/tul/001/2019-3-006>.
10. Lekić S., J. Vapa-Tankosić, S. Mandić, J. Rajaković-Mijailović, N. Lekić, & J. Mijailović. 2020. Analysis of the Quality of the Employee–Bank Relationship in Urban and Rural Areas. *Sustainability* 12 (13), <https://doi.org/10.3390/su12135448>.
11. Lentjušenkova O., & L. Inga. 2016. The Transformation of the Organization's Intellectual Capital: From Resource to Capital. *Journal of Intellectual Capital* 17, (4): 610–631, <https://doi.org/10.1108/JIC-03-2016-0031>
12. Matijević M. 2019. Perspektive IT industrije. Preuzeto sa <https://www.sito.rs/perspektive-it-industrije/> (15.08.2020)
13. Matijević M., & M. Šolaja. 2020. ICT in Serbia: At a Glance, 2020. Novi Sad: Vojvođanski IKT klaster. Preuzeto sa <https://www.ict-cs.org/rs/multimedija/publikacije/> (15.08.2020)
14. Moslehi A., A. Mohaghar, K. Badie. & C. Lucas. 2006. Introduction a Toolbox for IC Measurement in the Iran Insurance Industry. *The Electronic Journal of Knowledge Management* 4, (2): 169–180. Available online at www.ejkm.com
15. Народна банка Србије. 2020. Платни биланс. Преузето са https://www.nbs.rs/internet/cirilica/80/platni_bilans.html (25.08. 2020)
16. Petty R., & J. Guthrie. 2000. The Case for Reporting an Intellectual Capital: Evidence, Analysis and Future Trends. S. B. Dahiya (Ed.), *The Current State of the Business Discipline*, Spellbound Publications, Rohtak.

17. Seleim A., A. Ashour, & N. Bontis. 2004. Intellectual Capital in Egyptian Software Firms. *The Learning Organization* 11, (4/5): 332–346. <https://doi.org/10.1108/09696470410538233>.
18. Seleim A., A. Ashour, & N. Bontis. 2007. Human Capital and Organizational Performance: A Study of Egyptian Software Companies. *Management Decision* 45, (4): 789–901, <https://doi.org/1108/00251740710746033>.
19. Sengi P. 2003. Peta disciplina. Adižes, Novi Sad.
20. Sharabati A. A. A., S. N. Jawad, & , N. Bontis. 2010. Intellectual capital and business performance in the pharmaceutical sector of Jordan. *Management Decision* 48, (1), 105–131, <https://doi.org/10.1108/00251741011014481>.
21. Stewart, T. A. 1998. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Nicolas Brealey Publishing, London.
22. Sveiby K. E. 1997. *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge – Based Assets*. Barrett-Kohler, San Francisco.
23. Škuflić L., i N. Vlahinić-Dizdarević. 2003. Koncept Nove ekonomije i značaj informacijsko–komunikacijske tehnologije u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski pregled* 54, (5-6): 460–479.
24. Trebješanin, Ž. 2008. *Rečnik psihologije (četvrto izdanje)*. Stubovi kulture, Beograd.
25. Đuričin D., Đ. Kaličanin, D. Lončar, i I. Vuksanović Herceg. 2018. *Menadžment i strategija*. Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd.
26. Влада Републике Србије. 2016. Стратегија развоја индустрије информационих технологија за период од 2017. до 2020. године. Преузето са <https://www.srbija.gov.rs/dokument/45678/strategije-programi-planovi-.php> (20.07.2020)
27. Wang Q., U. Sharma, & H. Davey. 2016. Intellectual capital disclosure by Chinese and Indian information technology companies: A comparative analysis. *Journal of Intellectual Capital* 17, (3): 507–529, <https://doi.org/0.1108/JIC-02-2016-0026>.

ANALYSIS OF STRUCTURAL CAPITAL AS A COMPONENT OF INTELLECTUAL CAPITAL IN ICT ENTERPRISES

Nemanja Lekić¹, Jelena Vapa-Tankosić², Jasmina Rajaković-Mijailović³, Snežana Lekić⁴

Abstract

The success and competitiveness of modern companies depends on their intellectual capital. Intellectual capital is an intangible asset that can be viewed through three basic sub-levels: human, structural and relational capital. The aim of this paper is to research structural capital and its basic components: systems and programs, research and development, and intellectual property law. A pilot study in this area was conducted from June to August 2020. The research was conducted with an anonymous questionnaire on a sample of 102 respondents employed in companies in the ICT sector of the Republic of Serbia. The results showed that employees in this sector rated systems and programs as the most important factor of structural capital. These results should serve as a guide in the management of structural capital in ICT companies in order to create a working environment that contributes to the overall growth and development of the company, both in national and international environment.

Keywords: *intellectual capital, structural capital, ICT sector*

Introduction

In contemporary business conditions on an exceptionally demanding market, companies in Information-Communication Technology (ICT) sector are gaining an ever-increasing role. Business activities of companies are increasingly directed at a possibility of implementing ICT in the business process through the application of the so called “smart solutions” that ICT companies provide to companies of other industrial branches (<https://www.srbija.gov.rs/dokument/45678/strategije-programi-planovi-.php>).

In that way, this sector is becoming one of the pillars of social growth and development. Comparative analysis of employment in computer programming,

¹ Assistant, Nemanja Lekić, Belgrade Business and Arts Academy of Applied Studies, Kraljice Marije br. 73, 11050 Beograd, R. Serbia, E-mail: nemanja.lekic@bpa.edu.rs

² Full Professor, PhD Jelena Vapa-Tankosić, Faculty of Economics and Engineering management, Cvečarska ulica br. 2, 21000 Novi Sad, R. Serbia, E-mail: jvapa@gmail.com

³ Associate Professor, PhD Jasmina Rajaković-Mijailović, Faculty of law for Commerce and Judiciary, Geri Karolja br. 1, 21102 Novi Sad, R. Serbia, E-mail: jasminarajakovic@yahoo.com

⁴ Professor of Applied Studies, PhD Snežana Lekić, Belgrade Business and Arts Academy of Applied Studies, Kraljice Marije br. 73, 11050 Beograd, R. Serbia, E-mail: snezana.lekic@bpa.edu.rs

consulting and related activities points that the Republic of Serbia recorded the highest employment rate (14.21%) in the ICT sector from 2010 to 2020, compared to selected countries of the Danube region (Kleibrink et al., 2018). According to data from the National Bank of Serbia (2020), in the last five years, export of ICT services noted a permanent growth of around 20% a year. If we observe the profitability index, it's six times bigger in the ICT sector than the average profitability of the economy as a whole (Matijević, Šolaja, 2020). An increasing demand for work force influences an increase in employment in this sector. In 2018, 2349 information companies did business in the Republic of Serbia with an individual yearly revenue of over a million dinars. In relation to the activity, the majority were programming companies (1483) which makes 63% of the total number. If we observe the programming companies by size, the ICT sector is dominated by micro firms (less than 10 employees) which amounted to 1086 (73.2%), 322 (21.7%) small companies, 68 (4.6%) medium companies and only 7 (0.5%) large companies with more than 250 employees (Matijević, Šolaja, 2020). Considering that small and medium companies represent the driving force of the ICT sector, their number should be increased. In first eight months of 2019, 229 programming companies were founded and the time necessary for micro companies to grow into large ones is on average more than 10 years (Matijević, 2019). Basic growth carriers of the domestic ICT sector are software exporters. Analysis of Serbian computer services export in 2007 was low (62 million euros), while the export in 2018 surpassed a billion euros (1,016 million euros), which results in an average yearly growth of 30%.

Along with strengthening globalization trends and significance of the ICT, the notion of new economy in which knowledge becomes „the most important raw material, most important source of new value, most important product and key of business management“ is connected (Stewart, 1998). Learning and knowledge are directly connected – learning process results in knowledge. Learning can be defined as „performance improvement process with the help of better knowledge and understanding of relevant occurrences“ (Đuričin et al., 2018). As knowledge „a systematic, logical and organized, proven and reworked experience, in whose correctness we are justifiably convinced“ is implied (Trebješanin, 2008). Studying is a continuous process, where it is expected from the employees to make numerous changes which are determined by the request to increase the knowledge base. Organization that teaches can be defined as „an organization in which people constantly expand their capabilities in order to achieve results that they really want, in which a new and expanded way of thinking was nurtured, in which there is a liberated collective aspiration, in which people constantly learn how to work together“ (Sengi, 2003). These organizations are capable of creating and providing new knowledge and new concepts. In this way they become more flexible, which enables them to be able to react timely to demands in the business environment, as

well as achieve organizational results. Results point out that in public companies in Serbia, money stimulation and earning amounts are irreplaceable motivation factors for employees, which is shown by research results on organizational commitment of employees in business banks (Lekić, Vapa-Tankosić, 2018). Research results (Lekić et al., 2019) on job satisfaction by public sector employees have shown that earnings, cooperation and good relations with closest associates, opportunity for advancement, reward policy, cooperation and good relations with superiors and nature of the job are directly related with total job satisfaction. Possibility to learn at the workplace, quality of team work and supervision are positive influences on total job satisfaction in banks (Lekić et al., 2020).

Development of ICT caused the creation of numerous databases that enable speed and simplicity in enabling necessary knowledge and information. Intellectual capital in a company represents the basic driver of innovation and competitive advantage in knowledge-based economy through the application of knowledge management system, which is also a key factor in creating strategic advantage of an organization. Numerous studies have pointed to the significance of intellectual capital and its influence on business performance of a company. Human, structural and relational capital are intertwined and can't be observed separately. Conducted research points out that these components aren't given the same significance everywhere. This encouraged the need to analyze structural capital from the aspect of Serbian ICT companies in this paper and see the reciprocal relationship of its subcomponents in order to be able to act on improving the level of structural, as well as intellectual capital.

Concept of intellectual capital

Intellectual capital can be defined as “a product of knowledge flow in a company i.e., organizational learning, made from human, structural and relational capital between clients and other stockholders” (Bontis, 1998), i.e., „as assets that includes human capital, information-telecommunication technologies, business procedures and immaterial assets can be transformed in material and immaterial value” (Lentjušenkova, Inga, 2016).

In the last two decades, numerous models of intellectual capital that determine its basic components, were developed. The one that is used and quoted most often is division of intellectual capital to human, structural and relational (Sveiby, 1997; Bontis, 2002). Human capital relates to the “capability of people – professional experience, level of education and skills, methods of education and training of managers and capability to learn, which implies knowledge transfer, capability to solve problems, management capabilities, training groups, entrepreneurship, leadership, data on development and specialization” (Petty, Guthrie, 2000). Structural capital arises by transforming human capital, by encompassing a variety of

intangible elements, such as organizational structure, processes and routines, customs, databases, systems and intellectual property (Edvinsson, 1997). Relational capital is created through specific relations with external stockholders (investors, buyers, suppliers and creditors). It manifests through brand, reputation, client relations, partner cooperation, licenses and distribution channels (Janošević, Dženopoljac, 2012).

Due to exceptional significance for contemporary organizations, intellectual capital was the subject of numerous research studies in different countries and business sectors. In most studies, the starting point for creating a research questionnaire was the Bontis questionnaire on intellectual capital (1998). Bontis' original research environment were Canadian companies, as follows: seven from financial services, four from the chemical industry, four from insurance, three from the ICT sector and two that performed courier services. The goal of the study was to determine which variables affect the human, relational and structural capital and how they influence business performance. Results have pointed out that human capital is useless without supporting structures i.e., structural capital that can use and nurture its skills.

Through a questionnaire that was initially used in Canada, Bontis et al. (2000) conducted an empirical research in two industrial sectors in Malaysia researching the influence of human, structural and relational capital and their mutual connection. Main conclusions of this study were: human capital is significant, regardless of the industrial branch; human capital has an increasing influence on structuring a company in non-service industry; relational capital has a significant influence on structural capital regardless of the industry; development of structural capital has a positive influence on business performance of a company, regardless of the industry.

Seleim et al. (2004) have been the first to research the nature of human, structural and relational capital in Egyptian software companies through their study. The aim of this study was to review the key indicators of intellectual capital in order to gain guidelines for developing a strong knowledge base for future development of intellectual capital. Seleim et al. have continued this research in the same industry (2007) in the direction of analyzing the relation between human capital and companies' business performance on a sample of 38 software companies, that had 107 members in the Egyptian Chamber of Software Industry. Using the appropriate statistical methods, research has proven that there is a positive and statistically significant relation between certain components of human capital and business performances of a company.

Wang et al. (2005) have used Partial Least Squares regression (PLS) method in order to research the influence of intellectual capital on business performance in the ICT industry in Taiwan. The obtained results have shown that the intellectual capital elements directly influence business performance of companies, other than human capital which has an indirect influence through innovation capital, process capital

and buyer capital. Also, there is a cause-effect relation between the four elements of intellectual capital. Human capital influences innovation capital and process capital. Innovation capital influences process capital and process capital influences buyer capital. Buyer capital contributes to better business results. These cause-and-effect relations between basic components and subcomponents give implications of creating a model for management of intellectual capital in companies from ICT industry.

Moslehi et. al. (2006) researched in their study the components of intellectual capital in Iranian insurance companies in regard to 110 indicators and specific business environment. Different level managers were interviewed. They gave the least significance to structural capital, which negatively influenced the total level of intellectual capital. Ignoring the significance of intellectual capital can lead to public company monopoly. Authors gave recommendations to promote management of business processes and better relations with external stockholders.

Sharabati et al. (2010) have directed their study on researching the relations between certain components of intellectual capital business performances in the pharmaceutical sector of Jordan. The influence of intellectual capital isn't only perceived through its components (human, structural and relational) but their subcomponents as well. 132 high and medium-level managers from all 15 members of Pharmaceutical producer's association were interviewed in the research. A correlation and regression analysis were conducted in order to determine the validity of measures and the established model. The coefficients have shown that relational capital has the most significant relationship with intellectual capital.

Dženopoljac et al. (2016) conducted a research which had the goal to analyze the influence of intellectual capital and its key components on financial performances of the chosen ICT companies through return on capital, return on assets, return on invested capital, profitability and property turnover. Research was conducted in the time period from 2009 to 2013, on a sample of 13,989 Serbian ICT companies. Value Added Intellectual Coefficient (VAIC) was used in order to measure the intellectual capital.

Methodological research framework

Research subject is structural capital as one of the components of intellectual capital in Serbian ICT companies. The aim of the paper is to determine the influence of subcomponents of structural capital on the structural capital. Research starts from a basic hypothesis that systems and programs, research and development and intellectual property right influences and total structural capital. Therefore, it's necessary to analyze their subcomponents in more detail. This pilot research was conducted in the timeframe from June to August 2020 and as a part of wider research that is related to the influence of intellectual capital on business performances of a

company. 102 respondents were interviewed in the observed period in Serbian ICT companies in multiple cities (Belgrade, Novi Sad, Zrenjanin, Niš, Užice).

Data was collected through an anonymous online survey created according to Bontis' questionnaire (Bontis, 1998) and adjusted to the specificity of Serbian ICT sector. Measuring structural capital was performed by applying the model of measuring total structural capital at the company level which is based on three subcomponents of structural capital: SP – systems and programs, IR – research and development and PIS – intellectual property rights. The essence in finding the average of relative grades that the employees gave through their survey on certain dimensions of total structural capital seen through their subcomponents. In grading the stated parameters in the research, a five-point Likert scale was used (1 – I strongly disagree, 2 – I don't agree, 3 – I am indecisive, 4 – I agree, 5 – I strongly agree).

Results and discussion

Systems and programs (SP) are analyzed through the influence of ten parameters as a part of structural capital: sp1 – company has training programs with the aim of internal resource training in the form of potential successors for holders of higher and main positions; sp2 – culture and atmosphere of a company is stimulating and pleasant; sp3 – employee recruitment programs are directed at employing best available candidates; sp4 – company has well developed reward system tied to performances; sp5 – company continuously supports its employees in perfecting their skills and education whenever it's necessary; sp6 – employee has an influence on decisions the company makes; sp7 – company isn't a "bureaucratic nightmare"; sp8 – company's systems and programs influence the company's productivity; sp9 – company's systems and programs influence the company's profitability and sp10 – company's systems and programs have an influence on the company's market position. Research results are shown in relation to system and program parameters in *Table 1*.

Table 1. Descriptive indicators of system and program parameters

SP	N	1	2	3	4	5	Min	Max	Mean	Std.Dev.	Varian.	Coeff. Var.
sp ₁	102	3	9	16	35	39	1	5	3,96	1.075	1.155	27.14%
sp ₂	102	1	2	6	51	42	1	5	4,28	0.746	0.556	17.41%
sp ₃	102	5	4	9	42	42	1	5	4,10	1.043	1.088	25.46%
sp ₄	102	5	8	9	45	35	1	5	3,95	1.088	1.184	27.54%
sp ₅	102	3	2	12	55	30	1	5	4,05	0.867	0.752	21.42%
sp ₆	102	9	7	11	41	34	1	5	3,82	1.216	1.479	31.80%
sp ₇	102	2	5	12	42	41	1	5	4,13	0.936	0.876	22.68%
sp ₈	102	1	2	9	52	38	1	5	4,22	0.762	0.581	18.08%
sp ₉	102	0	3	8	56	35	1	5	4,21	0.705	0.497	16.76%
sp ₁₀	102	1	4	8	43	46	1	5	4,26	0.839	0.704	19.68%

Source: Authors' research

Based on shown research results in *Table 1*, it can be noted that the most significant parameter of systems and programs is stimulating and pleasant culture and

atmosphere in the company (sp2). Average grade of this parameter is the highest, amounting to 4.28 (Std. Dev 0.746) and the variation coefficient is 17.41%. The influence of systems and programs on the company's market position (sp10) was graded at an average of 4.26 (Std. Dev. 0.839) and the variation coefficient is 19.68, while the average grade of influence on company productivity (sp8) is 4.22 (Std. Dev. 0.762) and the variation coefficient is 18.08%. The influence of employees on company decisions (sp6) is the parameter with the lowest average grade of 3.82 (Std. Dev. 1.216) and the variation coefficient is 31.80%.

Table 2. Descriptive indicators of research and development parameters

IR	N	1	2	3	4	5	Min	Max	Mean	Std.Dev.	Varian.	Coeff. Var.
ir ₁	102	4	9	16	28	45	1	5	3,99	1,142	1,304	28,62%
ir ₂	102	2	7	6	52	35	1	5	4,09	0,919	0,845	22,49%
ir ₃	102	3	4	16	44	35	1	5	4,02	0,960	0,921	23,88%
ir ₄	102	3	0	11	51	37	1	5	4,17	0,841	0,708	20,19%
ir ₅	102	2	2	13	46	39	1	5	4,16	0,860	0,740	20,70%
ir ₆	102	3	4	16	44	35	1	5	4,02	0,960	0,921	23,88%
ir ₇	102	4	7	12	39	40	1	5	4,02	1,066	1,137	26,53%
ir ₈	102	3	4	12	40	43	1	5	4,14	0,971	0,942	23,46%
ir ₉	102	2	5	11	40	44	1	5	4,17	0,940	0,884	22,56%
ir ₁₀	102	2	6	14	36	44	1	5	4,12	0,983	0,967	23,88%

Source: Authors' research

Research and development (IR) as a part of structural capital are observed through the influence of ten parameters: ir₁ – company is observed on the research field; ir₂ – company continuously develops work processes; ir₃ – company is continuously developing and reorganizing based on research and development results; ir₄ – the company monitors and adopts the newest scientific and technical achievements around the world; ir₅ – company's systems and procedures support innovations; ir₆ – company establishes an appropriate and adequate budget for research and development activities; ir₇ – company's top management support and significantly leans on research and development department; ir₈ – company's research and development influences company's productivity; ir₉ – company's research and development affects company's profitability and ir₁₀ – company's research and development influences company's market position. Research results related to research and development parameters and shown in *Table 2*.

Research results analysis from *Table 2*, reveal that the most significant research and development parameter is stimulating and pleasant culture and atmosphere (ir₄). The average grade of this parameter is highest for the assertion that the company follows and adopts newest scientific and technical achievements around the world (ir₄) and amounts to 4.17 (Std. Dev. 0.841) and the variation coefficient is 20.19%. The influence of research and development on company profitability (ir₉) is graded with the same average mark (Std. Dev. 0.940) with the variation coefficient of 22.56%, while the average grade that systems and procedures support innovations (ir₄) amount to 4.16 (Std. Dev. 0.860), while the variation coefficient is 20.07%. A

company is considered a leader in the research field (ir1) is a parameter with the lowest average grade of 3.99 (Std. Dev. 1.142) and the variation coefficient of 28.62%.

Table 3. Descriptive indicators for intellectual property rights

PIS	N	1	2	3	4	5	Min	Max	Mean	Std.Dev.	Varian.	Coeff. Var.
pis ₁	102	5	5	9	46	37	1	5	4,03	1,043	1,087	25,88%
pis ₂	102	4	7	15	48	28	1	5	3,87	1,016	1,033	26,24%
pis ₃	102	7	5	12	49	29	1	5	3,86	1,094	1,197	28,32%
pis ₄	102	5	7	14	48	28	1	5	3,85	1,052	1,106	27,29%
pis ₅	102	4	8	11	52	27	1	5	3,88	1,013	1,025	26,08%
pis ₆	102	6	6	16	43	31	1	5	3,85	1,097	1,204	28,48%
pis ₇	102	7	7	15	48	25	1	5	3,75	1,106	1,224	29,47%
pis ₈	102	6	6	14	44	32	1	5	3,88	1,096	1,202	28,24%
pis ₉	102	5	5	13	46	33	1	5	3,95	1,042	1,086	26,37%
pis ₁₀	102	5	5	13	50	29	1	5	3,91	1,020	1,041	26,09%

Source: Authors' research

Intellectual property rights (PIS) as a part of structural capital was looked at through the influence of ten parameters: pis1 – company has clear strategies and procedures for managing intellectual capital; pis2 – the company monitors its PIS portfolio; pis3 – the company conducts its PIS licensing strategy; pis4 – the company actively encourages and rewards creation with the aim of maximizing PIS revenue; pis5 – PIS represent the key intellectual property for top management, which is considered to create company value; pis6 – company maximally uses PIS; pis7 – the company has a high number of PIS's annually compared to its competitors; pis8 – PIS influences company productivity; pis9 – PIS influences company profitability and pis10 – PIS influences company's market position. Research results compared to intellectual property right parameters are shown in *Table 3*.

Based on research results shown in *Table 3*, it can be pointed out that the most significant parameters of intellectual property rights are clear strategies and procedures for intellectual capital management (pis1) with an average grade of 4.03 (Std. Dev. 1.043) and the variation coefficient of 25.88%. The average grade on influence of PIS on company profitability (pis9) amounts to 3.95 (Std. Dev. 1.042) and the variation coefficient is 26.37% while the average grade of PIS's influence on company's market position (pis10) is 3.91 (Std. Dev. 1.020) and the variation coefficient is 26.09%. The parameter where a company has a high number of PIS's yearly related to competitors (pis7) has the lowest average grade of 3.75 (Std. Dev. 1.142) and the variation coefficient is 28.62%.

If we perform ranking of certain components of structural capital related to their average value, the systems and programs parameter is in the first place (4.10), followed by research and development (4.09) and intellectual property rights (3.88). Analysis results of certain structural capital components obtained by this empirical research show that surveyed respondents employed in ICT companies consider that systems

and programs and research and development significantly influence structural capital, and intellectual property rights has a significantly smaller influence. Structural capital significantly influences total intellectual capital of a company. Average value of structural capital in this research amounted to 4.02. Other authors' researches in this area conducted by the similar methodology show that, out of 20 companies from different sectors in Canada, structural capital was graded with an average of 4.08 (Bontis, 1998), Iranian insurance companies with an average of 2.23 (Moslehi et al., 2006), Jordanian companies from the pharmaceutical sector with an average of 3.06 (Sharbati et al, 2010). This points out that the grade of structural capital is different in relation to the observed companies and business sectors.

Conclusion

Structural capital component and subcomponent research results obtained by this empirical research show that employees in ICT companies consider that systems and programs and research and development significantly influence structural capital, but intellectual property rights have a significantly smaller influence. Structural capital is directly connected with human and relational capital. It is exactly this conclusion that points to the significance of stimulating and pleasant culture and atmosphere, flexible organizational structure which can respond to changeable market demands, recruitment of new employees based on their knowledge, competence and skills, directing to research and development of business processes, application of newest scientific and technical achievements and inclination to changes and innovations. Clearly defined strategies and procedures of managing intellectual capital are performances that contribute to higher level of structural capital which should be promoted further.

Special attention should be pointed at: programs and employee training with the goal of their advancement in the hierarchical structure of the organization, transparent rewarding system based on achieved performances and bigger employee participation in the decision-making process, which will positively reflect on the leadership position for research and development field of ICT companies. Component and subcomponent analysis should enable ICT companies' managers to notice which performances contribute to the highest level of their intellectual capital because only in that way can they secure their future growth and development and competitive position on the market.

Literature

1. Bontis N. 1998. Intellectual Capital an Exploratory Study that Develops measures and models. *Management Decision* 36, (2): 63–76, <https://doi.org/10.1108/00251749810204142>.

2. Bontis N. 2002. Assessing Knowledge Assets: A Review of the Models Used to Measure Intellectual Capital. *International Journal of Management Reviews* 3, (1): 41–60, <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00053>.
3. Bontis N., W. Chua Chong Keow, & S. Richardson. 2000. Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital* 1, (1): 85–100, <https://doi.org/10.1108/14691930010324188>.
4. Dženopoljac V., S. Janošević, & N. Bontis. 2016. Intellectual capital and financial performance in the Serbian ICT industry. *Journal of Intellectual Capital* 17, (2): 373–396, <https://doi.org/10.1108/JIC-07-2015-0068>
5. Edvinsson L. 1997. Developing intellectual capital at Skandia. *Long Range Planning* 30, (3): 366–373, [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(97\)00016-2](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)00016-2)
6. Janošević S., Dženopoljac V. (2012): Impact of intellectual capital on financial performance of Serbian companies. *Actual Problems of Economics* 133, (7): 554–564, <https://doi.org/10.1002/kpm.1404>
7. Kleibrink A., N. Radovanović, H. Kroll, D. Horvat, D. Kutlača, & L. Živković. 2018. The Potential of ICT in Serbia: An Emerging Industry in the European Context. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/994464>.
8. Lekić S., i J. Vapa-Tankosić. 2018. Analiza finansijskog sektora s aspekta organizacione posvećenosti. *Kultura polisa: XV* (37), 465–475.
9. Lekić N., J. Vapa-Tankosić, J. Rajaković-Mijailović, & S. Lekić. 2019. An analysis of factors influencing employee job satisfaction in a public sector. *E and M Ekonomije a Management XXII*, (3): 83–99, <https://dx.doi.org/10.15240/tul/001/2019-3-006>.
10. Lekić S., J. Vapa-Tankosić, S. Mandić, J. Rajaković-Mijailović, N. Lekić, & J. Mijailović. 2020. Analysis of the Quality of the Employee–Bank Relationship in Urban and Rural Areas. *Sustainability* 12 (13), <https://doi.org/10.3390/su12135448>.
11. Lentjušenkova O., & L. Inga. 2016. The Transformation of the Organization's Intellectual Capital: From Resource to Capital. *Journal of Intellectual Capital* 17, (4): 610–631, <https://doi.org/10.1108/JIC-03-2016-0031>
12. Matijević M. 2019. Perspektive IT industrije. Preuzeto sa <https://www.sito.rs/perspektive-it-industrije/> (15.08.2020)
13. Matijević M., & M. Šolaja. 2020. ICT in Serbia: At a Glance, 2020. Novi Sad: Vojvođanski IKT klaster. Preuzeto sa <https://www.ict-cs.org/rs/multimedija/publikacije/> (15.08.2020)
14. Moslehi A., A. Mohaghar, K. Badie. & C. Lucas. 2006. Introduction a Toolbox for IC Measurement in the Iran Insurance Industry. *The Electronic Journal of Knowledge Management* 4, (2): 169–180. Available online at www.ejkm.com

15. Народна банка Србије. 2020. Платни биланс. Преузето са https://www.nbs.rs/internet/cirilica/80/platni_bilans.html (25.08. 2020)
16. Petty R., & J. Guthrie. 2000. The Case for Reporting an Intellectual Capital: Evidence, Analysis and Future Trends. S. B. Dahiya (Ed.), The Current State of the Business Discipline, Spellbound Publications, Rohtak.
17. Seleim A., A. Ashour, & N. Bontis. 2004. Intellectual Capital in Egyptian Software Firms. The Learning Organization 11, (4/5): 332–346. <https://doi.org/10.1108/09696470410538233>.
18. Seleim A., A. Ashour, & N. Bontis. 2007. Human Capital and Organizational Performance: A Study of Egyptian Software Companies. Management Decision 45, (4): 789–901, <https://doi.org/1108/00251740710746033>.
19. Sengi P. 2003. Peta disciplina. Adižes, Novi Sad.
20. Sharabati A. A. A., S. N. Jawad, & , N. Bontis. 2010. Intellectual capital and business performance in the pharmaceutical sector of Jordan. Management Decision 48, (1), 105–131, <https://doi.org/10.1108/00251741011014481>.
21. Stewart, T. A. 1998. Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations. Nicolas Brealey Publishing, London.
22. Sveiby K. E. 1997. The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge – Based Assets. Barrett-Kohler, San Francisco.
23. Škuflić L., i N. Vlahinić-Dizdarević. 2003. Koncept Nove ekonomije i značaj informacijsko–komunikacijske tehnologije u Republici Hrvatskoj. Ekonomski pregled 54, (5-6): 460–479.
24. Trebješanin, Ž. 2008. Rečnik psihologije (četvrto izdanje). Stubovi kulture, Beograd.
25. Đuričin D., Đ. Kaličanin, D. Lončar, i I. Vuksanović Herceg. 2018. Menadžment i strategija. Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
26. Vlada Republike Srbije. 2016. Strategija razvoja industrije informacionih tehnologija za period od 2017. do 2020. godine. Preuzeto sa <https://www.srbija.gov.rs/dokument/45678/strategije-programi-planovi-.php>
27. Wang Q., U. Sharma, & H. Davey. 2016. Intellectual capital disclosure by Chinese and Indian information technology companies: A comparative analysis. Journal of Intellectual Capital 17, (3): 507–529, <https://doi.org/0.1108/JIC-02-2016-0026>.

Datum prijema (Date of arrival): 06.10.2020.

Datum prihvatanje (Date accepted): 15.10.2020.

EKONOMSKI UTICAJ PANDEMIJE KORONA VIRUSA NA AUTOMOBILSKU INDUSTRIJU

Nikola Radić¹, Vlado Radić², Mirjana Stevanović³,

doi: 10.5937/Oditor2003055R

Originalni naučni rad

UDK:

616.98:578.834]:339.13

339.187:[338.45:629.33

Rezime

Ekonomski uticaj pandemije korona virusa očigledan je u mnogim sektorima, od uslužnih delatnosti do proizvodnje, što vodi do sinhronizovanog zatvaranja industrije koje nije viđeno od Drugog svetskog rata. Pandemija ima ogromne socijalne, ekonomske i političke posledice. Ona će nesumnjivo biti označena kao prelomni trenutak u savremenoj istoriji i uzrokuje promenu načina života kakvog smo znali nekoliko poslednjih decenija. Osim što je po šoku, obimu i dubini jedna od najvećih kriza u našoj civilizaciji, proizvođačima automobila pandemija je uzrokovala mnogobrojne probleme. Prekinuti lanci snabdevanja, prestanak proizvodnje, zatvaranje fabrika, otpuštanje radnika, opadanje tražnje i interesovanja kupaca su okolnosti koje automobilsku industriju vode u dublju recesiju.

Cilj rada je da se ukaže na posledice koje će pandemija korona virusa imati po sektor automobilske industrije, kao i da se analizom osnovnih elemenata lanca snabdevanja ukaže na nedostatke sistema planiranja, izostanak upravljanja rizicima i rada u vanrednim situacijama.

Ključne reči: korona virus, pandemija, automobilska industrija, lanac snabdevanja, rizici.

JEL: D20, E24, L23, G01, H12

Uvod

Od svog nastanka pre više od jednog veka pa do danas, automobilska industrija predstavlja svojevrsan ekonomski fenomen. Kao sinonim industrijskog razvoja 20. veka, ona se smatra "industrijom svih industrija" i okosnicom razvoja

¹ Docent, dr Nikola Radić, Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Mitropolita Petra 8, Beograd, R. Srbija, E-mail: bra.radici@hotmail.com

² Redovni profesor, dr Vlado Radić, Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Mitropolita Petra 8, Beograd, R. Srbija, E-mail: vlado.radic@vektor.net

³ Vanredni profesor, dr Mirjana Stevanović, Fakultet za menadžment Sremski Karlovci, Njegoševa 1a, Univerzitet Union "Nikola Tesla", R. Srbija, E-mail: mira.stev@mts.rs

masovne proizvodnje. Automobilska industrija je jedan od stubova globalne ekonomije i značajan pokretač tehnološkog razvoja, makroekonomskog rasta i stabilnosti u razvijenim i zemljama u razvoju. Jezgro industrije (proizvodnja automobila, delova, sklopova i komponenti) ostvaruje interakcije sa širokim spektrom poslovnih aktera u lancu vrednosti, čime se multiplikuje njen pozitivan uticaj na ekonomski rast i razvoj (Radić, 2019).

Krajem 20. veka u automobilske industriji dogodile su se važne promene, koje su promenile njenu ekonomsku geografiju (Carrillo et al., 2004; Lung 2004; Sturgeon et al., 2008, Sturgeon et al., 2009). Na globalnom nivou, montaža automobila je povećana u manje razvijenim zemljama izvan tradicionalnih jezgara automobilske industrije. Pod "jezgrom" automobilske industrije podrazumeva se da su sve aktivnosti od istraživanja i razvoja, projektovanja, proizvodnje, kontrole kvaliteta, marketinga i plasmana do post-prodajnog servisa skoncentrisane u jednoj zemlji. U kontekstu opštih kretanja u sektoru automobilske industrije, "jezgro" predstavljaju ključne zemlje. U Evropi to su Nemačka, Francuska, Italija i Španija. Na dalekom Istoku, to su Japan, Južna Koreja i Kina, a na Zapadu to su Sjedinjene Američke Države (SAD).

Nema sumnje da je uticaj pandemije na automobilske industriju bez presedana. Neki od najugroženijih regiona su glavna proizvodna čvorišta i ključne su veze u globalnom lancu snabdevanja ovog sektora. Pošto je automobilska industrija kapitalno veoma intenzivna, i posledice su ozbiljne. Bez novih prihoda, mnoge automobilske kompanije će se kratkoročno i srednjoročno suočiti sa velikim problemima likvidnosti. Pored toga, kompanije su zabrinute da ekonomski efekti pandemije mogu izazvati pokretanje događaja kao što su dugotrajno smanjenje imovine, nemogućnost naplate potraživanja, promena proizvodne orijentacije, gašenje proizvodnih pogona, restrukturiranje itd. Drugo pitanje je koliko će trajati pandemija i kada će kompanije iz automobilske industrije ponovo početi sa punim obimom proizvodnje.

Pandemija korona virusa izazvala je široku zabrinutost i ekonomske teškoće, a predviđanja su da će mnoge zemlje krenuti u iznenadnu i nezapamćenu recesiju. Iako stručnjaci procenjuju kolike će biti ekonomske posledice pandemije, tačan uticaj će varirati u zavisnosti od broja zaraženih i preminulih, stepena i brzine oporavka kompanija, te državnih intervencija neophodnih da se obuzda njen rast. Ova kriza biće katalizator ogromnih promena i malo je industrija koje će izbeći ozbiljne reforme. Stoga će prilagodljivost, agilnost i automatizacija biće ključne reči nove ere poslovanja.

Stanje i razvoj globalne automobilske industrije

Na globalnom planu, automobilska industrija postoji na svakom kontinentu, sa akterima u obliku najpoznatijih transnacionalnih kompanija (TNK) iz ove

oblasti – Folksvagen, Tojota, Dženeral Motors, Ford. Proizvodnja putničkih automobila i ostalih vozila (lakih komercijalnih, kamiona i autobusa) koncentrisana je u tri velika regiona – Severna Amerika, Evropa i Azija. U Severnu Ameriku ubrajaju se SAD, Kanada i Meksiko, a u Evropi su najvažniji i najpoznatiji proizvođači iz Nemačke, Francuske i Italije. Proizvodnja automobila u Aziji je, pored Japana i Južne Koreje, dobro razvijena u Kini, Indiji, Tajlandu i dr. U Južnoj Americi najpoznatiji proizvođač automobila je Brazil. Naravno, treba istaći da je automobilska industrija dobro razvijena u Turskoj, Rusiji, Ukrajini i zemljama Centralne i Istočne Evrope – Češka, Slovačka, Poljska, Mađarska, Rumunija (Radić, 2019).

Pored već poznate trijade SAD – Evropa – Japan, ne sme se zanemariti činjenica da Kina u poslednjih deset godina ostvaruje izuzetne rezultate u proizvodnji automobila i drugih vozila, pa osim što je najveći proizvođač u svetu, ona iskazuje kontinuirani rast proizvodnje. Kina je 2019. godine proizvela 21,36 miliona putničkih automobila i 4,36 miliona komercijalnih vozila, što je skoro dvostruko više od zbirne proizvodnje Japana, Nemačke i SAD (OICA, 2020).

Ekonomski značaj automobilske industrije prevazilazi njene kvantitativne dimenzije. Tri najrevolucionarnija razvojna trenda u ekonomiji 20. veka – masovna proizvodnja, multidivizionni oblik organizacije poslovanja i koncept JIT (*just-in-time*) – potiču od proizvođača automobila (Ford, Dženeral Motors i Tojota) iz dva geografska područja – SAD i Japan (Ferazzi & Goldstein, 2011). Koncept *just-in-time* podrazumeva kontinuirano snabdevanje delovima i sklopovima od dobavljača do proizvođača, bez stvaranja zaliha. Automobilska industrija je pionir u primeni industrijskih robota, znatno je doprinela uvođenju koncepta integrisanih lanaca snabdevanja i modularnih nabavki, pa sve promene u automobilskoj industriji imaju specifičan "odjek" u čitavoj ekonomiji (Klink et al., 2014)

Automobilska industrija je kapitalno i znanjem intenzivna industrija koja igra važnu ulogu u društveno-ekonomskom razvoju, uključuje sve veći broj zemalja, a odnos snaga između glavnih aktera na tržištu stalno se menja. Prema podacima Međunarodne organizacije proizvođača automobila (OICA), u svetu je 2019. godine proizvedeno 67,15 miliona putničkih automobila i 26,64 miliona komercijalnih vozila. Prema procenama, prosečni godišnji promet svetske automobilske industrije iznosi više od 2,75 triliona evra, što čini 3,65% svetskog bruto društvenog proizvoda (BDP). Automobil je proizvod koji se u svetu najviše izvozi, a procenjuje se da je vrednost izvoza u 2018. godini iznosila 775,2 milijarde dolara. Od toga, evropske zemlje prodale su tokom 2018. godine automobile u vrednosti od 423,6 milijardi dolara ili 54,6% ukupne prodaje u svetu. Na drugom mestu su proizvođači iz Azije sa 24,9%, a slede ih

proizvođači iz Severne Amerike sa 18,3%. Poreski prihodi od proizvođača automobila u 26 industrijski razvijenih zemalja iznose više od 430 milijardi evra godišnje (OICA, 2018; Saberi, 2018; Radić, 2019).

Automobilska industrija koristi širok spektar različitih materijala, kao što su čelik, aluminijum, bakar, plastika, staklo, guma, podne presvlake, tekstil, kompjuterski čipovi itd. Oko polovine svetske potrošnje nafte i gume, 1/4 proizvodnje stakla i 1/6 proizvodnje čelika koristi se u automobilskoj industriji, pa je posle vazduhoplovne, automobilska industrija druga po obimu utroška proizvoda drugih industrija. Procena je da u ekonomijama razvijenih zemalja rast automobilske industrije od 1% uzrokuje rast BDP od 1,5%. Dakle, udeo automobilske industrije u BDP razvijenih zemalja kreće se od 5 do 10%. Udeo ove grane u proizvodnji mašina u Nemačkoj je 14%, Japanu 12% i Južnoj Koreji 10%. Jedan dolar uložen u automobilsku industriju povećava BDP za 3 dolara (prosečni multiplikator). Prema ovom pokazatelju, automobilska industrija nema premca među ostalim sektorima (Saberi, 2018, Radić, 2019).

Industrija je, takođe, veliki inovator, pa je u istraživanje i razvoj uloženo više od 84 milijarde evra. Među 2.500 vodećih kompanija po investicijama u istraživanje i razvoj dominiraju tri glavna sektora: farmaceutska industrija i biotehnologija, proizvodnja procesne opreme i automobilska industrija. Od kompanija iz automobilske industrije, po obimu investicija u istraživanje i razvoj Folksvagen je u 2016. godini bio na prvom mestu u svetu sa 13,67 milijardi evra, Dženeral Motors je bio na 11. mestu sa 7,68 milijardi evra, Dajmler na 12. mestu sa 7,53 milijarde evra, Tojota na 13. mestu sa 7,50 milijardi evra, Ford na 15. mestu sa 6,92 milijarde evra i Boš na 20. mestu sa 5,58 milijardi evra (KPMG, 2018).

Manje razvijene zemlje postale su atraktivne proizvodne lokacije za TNK iz jezgra automobilske industrije iz dva razloga. Prvo, brz ekonomski rast u nekoliko velikih zemalja u razvoju (Kina, Indija, Brazil) doveo je do povećanja kupovne moći i rasta tražnje za automobilima. Očigledan veliki tržišni potencijal u ovim zemljama podstakao je strane automobilske TNK da izgrade proizvodne kapacitete ili učestvuju u zajedničkim ulaganjima (*joint venture*) sa domaćim proizvođačima automobila (Liu, Dicken, 2006; Liu, Yeung; 2008, Van Biesebroek, Sturgeon, 2010). Drugo, periferna područja koja okružuju tradicionalna jezgra automobilske industrije postala su atraktivna jer kombinuju niže troškove proizvodnje, geografsku blizinu velikim i bogatim tržištima, te prednosti regionalnih ekonomskih blokova, kao što su Evropska Unija (EU) ili Severnoamerički sporazum o slobodnoj trgovini (NAFTA). Poznati primeri "integrisane periferije" su Meksiko, Španija i zemlje Centralne i Istočne Evrope (Pavlinek, 2002, 2018; Radić, 2019).

Automobilska industrija u SAD, Japanu, Nemačkoj i Južnoj Koreji je jasan primer formiranja globalne "super-industrije". U tabeli 1. prikazan je odnos makroekonomskih parametara tih zemalja i razvoj automobilske industrije. U strukturi industrije u SAD, Nemačkoj, Japanu i Južnoj Koreji, učešće inženjeringa, uključujući automobilsku industriju, kreće se od 25% do 40%. U zemljama u razvoju ova cifra je manja od 10% (Saber, 2018).

Ove zemlje spadaju u prvih deset zemalja izvoznica, a u struktura njihovog izvoza su automobili i avioni, mašine i oprema, kompjuteri i druga elektronika, sofisticirani kućni aparati itd. Međutim, najveći deo izvoza iz ovih zemalja čine putnički automobili i druga vozila, delovi, oprema i pribor.

Tabela 1. Odnos nekih makroekonomskih parametara automobilske industrije vodećih zemalja u 2017. godini

Parametri \ Zemlja	SAD	Japan	Nemačka	Južna Koreja
Udeo BDP u svetskoj proizvodnji (%)	24,42	5,6	4,57	1,85
Udeo automobilske industrije u svetskoj proizvodnji (%)	12,3	10,0	6,0	4,9
Udeo automobilske industrije u BDP (%)	12,0	12,0	14,0	10,0
Učešće zemlje u svetskom izvozu robe (%)	9,1	3,8	8,1	3,2
Izvoz robe (u mlrd dolara)	1504,9	624,9	1329,5	526,8
Obim izvoza mašina i transportne opreme (u mlrd dolara)	664,9	400,6	729,6	315,1
Obim izvoza automobila (u mlrd dolara)	53,8	91,9	151,9	37,5
Direktno zaposlenih u automobilskoj industriji (hiljada)	870	803	807	320
Indirektno zaposlenih u automobilskoj industriji (miliona)	7,2	5,5	1,8	1,83

Izvor: Saber, 2018.

Procenjuje se da je više od osam miliona ljudi direktno uključeno u proizvodnju vozila i delova, što predstavlja oko 5% ukupno zaposlenih u svetu (OICA, 2018). S druge strane, Evropska asocijacija proizvođača automobila (ACEA) procenjuje da svaki direktan posao u vezi sa automobilima podržava još pet indirektnih radnih mesta, što čini da samo u EU ima 13,8 miliona radnih mesta vezanih za proizvodnju automobila i delova (slika 1).

Pored direktne i indirektno proizvodnje, veoma značajan je i aspekt korišćenja automobila (prodaja vozila, delova i dodatne opreme, maloprodaja goriva,

rentiranje i lizing vozila), a s tim u vezi, potreba za održavanjem u garantnom i vangarantnom roku, popravkama, transportom putnika i roba, kao i izgradnjom i održavanjem putne infrastrukture (putevi, mostovi, tuneli).

Slika 1. Zaposlenost u automobilskoj industriji u EU, 2017. godine, u hiljadama

13,8 miliona radnih mesta (r/m)	2,6 miliona r/m direktno	3,5 miliona radnih mesta u proizvodnom sektoru	2,6 miliona radnih mesta	DIREKTNA PROIZVODNJA 2607	
				Motorna vozila	1130
				Karoserije, prikolice i poluprikolice	164
				Delovi i dodatna oprema	1314
	11,2 miliona radnih mesta indirektno	0,9 miliona radnih mesta	0,9 miliona radnih mesta	INDIREKTNA PROIZVODNJA 887	
				Gume za m/v, protektiranje i obnova guma	121
				Računari i periferna oprema	68
				Elektromotori, generatori i transformatori	244
				Ležajevi, zupčasti i pogonski elementi	211
				Oprema za hlađenje i ventilaciju	243
	10,3 miliona radnih mesta u neproizvodnom sektoru	4,5 miliona radnih mesta	4,5 miliona radnih mesta	UPOTREBA AUTOMOBILA 4526	
				Prodaja motornih vozila	1555
				Održavanje i popravka motornih vozila	1568
				Prodaja delova i dodatne opreme za m/v	735
				Maloprodaja goriva na pumpama	469
				Rentiranje i lizing motornih vozila	198
	5,1 milion r/m	5,1 milion r/m	5,1 milion r/m	TRANSPORT 5148	
				Ostali transport putnika kopnom	1993
	0,6 miliona r/m	0,6 miliona r/m	0,6 miliona r/m	GRADEVINARSTVO 626	
				Putevi i autoputevi	583
				Mostovi i tuneli	43

Izvor: Prikaz autora na osnovu podataka ACEA i Eurostat, 2018.

Pandemija i ekonomija

Do samo pre nekoliko sedmica svakodnevni život odvijao se na uobičajen način. Sada stvari koje se obično uzimaju "kao normalne", kao što je odlazak na posao, javni prevoz, školske obaveze u redovnoj nastavi, odlazak u restoran, prisustvo javnim dešavanjima (pozorište, sportska takmičenja) šetnje parkovima, više nisu moguće. Svakodnevni izveštaji o povećanju broja zaraženih i smrtnih slučajeva zbog pandemije korona virusa širom sveta podižu našu anksioznost. Neizvesnost po zdravlje i bezbednost naših porodica, prijatelja i voljenih ljudi je velika.

Čovečanstvo je i pre trenutne pandmeije iskusilo mnogobrojne situacije koje su imale ozbiljne globalne posledice. Osim ratova, radioaktivno zračenje nastalo testiranjem nuklearnog oružja i akcidentima u nuklearnim elektranama (npr. Černobilj, Fukušima, Avinjon, Kozloduj, Darlington, Gravelin), kataklizmični zemljotresi, erupcije vulkana, cunami u Indijskom okeanu, epidemije bolesti (SARS, svinjski grip, MERS, HIV, ebola virus, zika virus), doveli su do toga da je čovečanstvo shvatilo nemoć pred ovakvim katastrofama. Međutim, uzimajući u obzir broj zaraženih, povređenih i smrtno stradalih, te katastrofe nisu bile dovoljna opomena čovečanstvu. Bez obzira na dostignuća i razvoj nauke i tehnologije, na opsežna i dugotrajna medicinska istraživanja, "nevidljivi" neprijatelji odneli su milione ljudskih života "bez ispaljenog metka".

Čovek je oduvek bio suočen sa rizikom, koji potiče iz prirode, ljudskih aktivnosti ili grešaka samog čoveka. Rizik je višedimenzionalan, mnogoznačan i kompleksan pojam, svakodnevno prisutan u ljudskom životu. Kao takav, oduvek je privlačio pažnju istraživača i naučnika, koji su ga posmatrali sa različitih aspekata.

Nije problem samo u različitim pristupima riziku, već i u pojavnoj prirodi rizika, pa ga nije moguće jednoznačno objasniti. Ekonomisti, inženjeri, teoretičari rizika, statističari i aktuari – svi imaju sopstveni koncept rizika, tako da je pojam rizika veoma relativizovan. Međutim, svim rizicima zajedničko je da moraju biti budući i neizvesni događaji. U najširem, rizik predstavlja moguće negativno odstupanje od ishoda koji se očekuje. Očekivani ishod se posmatra kao rezultat koji se prosečno događa kada su neka osoba ili poslovanje stalno izloženi istom riziku. Rizik je opasnost koja pretili nekom licu ili imovini (požar, zemljotres, eksplozija, epidemija), odnosno rizik je samo mogućnost da će nastupiti neki štetan događaj. Ponekad se rizik koristi za opisivanje promenljivosti oko očekivanog ishoda, a ponekad za opisivanje očekivane štete (Radić, 2014).

Kada postoji rizik, podrazumeva se situacija u budućnosti kod koje postoji više alternativnih događaja (od kojih je najmanje jedan nepovoljan) sa određenim

verovatnoćama realizacije. Dakle, rizik se može definisati i kao nesigurnost u odnosu na dešavanje neke štete. Istovremeno, mora se ograničiti i vreme u kome se mera opasnosti utvrđuje. Rizik se može shvatiti kao složena veličina koja obuhvata verovatnoću nastanka štetnog događaja i veličinu posledice tog događaja tokom određenog vremena/procesa.

Opasnosti će uvek postojati, ali njihov rizik mora i može se učiniti prihvatljivim. Bezbednost je, stoga, relativan pojam koji ukazuje na merljiv i prihvatljiv nivo rizika. Kad nije moguće eliminisati sve opasnosti, realan cilj postaje razvoj sistema sa prihvatljivim rizikom. Ovo se postiže identifikacijom potencijalnih opasnosti, procenom njihovih rizika i primenom preventivnih i korektivnih mera za njihovo eliminisanje ili smanjenje.

Upravljanje rizikom u stanju pandemije usmereno je prvenstveno na očuvanje zdravlja i života čitave populacije. Mere koje treba primeniti da pandemija ne odnese nebrojeno mnogo ljudskih života nemaju alternativu. Takođe, njih treba primenjivati vodeći računa o struci, u ovom slučaju medicinskoj. Jer, svako uplitanje političkih, pa i ekonomskih motiva u proces odlučivanja može izazvati teže posledice od same pandemije.

Posle više od dva meseca, broj novozaraženih korona virusom polako se stavlja pod kontrolu, a broj umrlih u najugroženijim područjima, takođe polako stagnira i opada. Osnovne mere u suprotstavljanju virusu su već standardizovane, uglavnom prema kineskom iskustvu i modelu. Isto važi i za razne neophodne statistike i naučne metode prema sopstvenom ili globalnom iskustvu i verifikovanim dometima ove nezabeležene pošasti u novijoj svetskoj istoriji. Stekli su se osnovni uslovi za svođenje bilansa i utvrđivanje šteta, kako na nivou država, tako i međunarodne zajednice i organizacija u celini. Iz ovoga se, naravno, izuzimaju ljudske žrtve kao nemerljiva šteta. Svi se slažu da "više ništa neće biti isto". Za takvu ocenu već postoje određeni argumenti.

Štete će biti različite u pogledu sadržaja i obima, počev o moralnih i etičkih do organizacionih, ekonomskih, političkih i geostrateških. Napredak za sada knjiže jedino farmakologija i medicina. Pošto su ovog puta najrazvijeniji znatno više zahvaćeni virusom i trpe veću štetu, čak i oni koji su bili minimalno zahvaćeni ili nisu bili nikako, trpeće ekonomsku, političku i drugu štetu zbog preliivanja posledica u uslovima globalizacije i opšte međuzavisnosti koja danas dominira u međunarodnim odnosima.

Ekonomski bilansi i štete su već predmet analiza, klasifikovanja i sortiranja, političkih i stručnih predviđanja, u uslovima kada globalna ekonomska kriza već deluje. Sigurno je da će malo koji subjekt knjižiti plus u ekonomsko-socijalnoj sferi, sa izuzetkom nekih manje uticajnih sektora zbog iznuđenih specifičnih potreba (npr. proizvodnja i plasman medicinske opreme i sl.).

Generalno rečeno, obustave rada i zatvaranje pogona, pad proizvodnje, plasman roba i usluga, zaposlenosti, već ubedljivo proizvode štetu. Isto je i na socijalnom planu: pad standarda, rast nejednakosti, nova opterećenja po svim socijalnim segmentima. Sledi neminovno ocena o daljoj sudbini već načete globalizacije i još dominantnog, ali narušenog i u praksi osporenog neoliberalnog koncepta. Ko bude mudro definisao nacionalni interes, efikasno sačuvao raspoloživu supstancu, prekomponovao privredu, uklopio komparativne prednosti i resurse, imaće veće šanse da brže stane na noge i obezbedi sanaciju i rast.

Pandemija i automobilska industrija

Kao i ekonomska kriza 2008-2009. godine, nova kriza izazvana korona virusom pokazala je slabe strane procesa planiranja, analize poslovnih rizika i pretnji, te predikcije budućih dešavanja. I tada su proizvođači automobila obustavljali rad, smanjivali obim proizvodnje, otpuštali radnike i imali višegodišnji podbačaj u broju proizvedenih automobila. Kriza nije trajala samo jednu godinu, pa je u nekim zemljama oporavak bio vidljiv tek posle četiri-pet godina.

Automobilska industrija daje značajan doprinos globalnoj ekonomiji. Godišnji promet ove industrije jednak je šestoj najvećoj svetskoj ekonomiji. Mada je zaposlenost od ekonomske krize 2008-2009. godine povećana, poslodavci i zaposleni širom globalnog lanca snabdevanja ove industrije ponovo su suočeni sa velikom neizvesnošću. Na početku globalne pandemije u Kini, uticaj korona virusa na automobilsku industriju najpre se osetio u Aziji, ali je ubrzo postao ozbiljan problem i u ostalim delovima sveta (ILO, 2020).

Automobilska industrija suočena je sa naglim padom tražnje, zaustavljanjem ekonomskih aktivnosti, snabdevanje je otežano, odloženo ili onemogućeno, proizvodni pogoni su zatvoreni, a radnici ostaju kod kuće. Očekuje se da će ograničenja kretanja ljudi i prekid ekonomskih aktivnosti uzrokovati ozbiljno smanjenje sektorske proizvodnje i BDP. Procenjuje se da će zatvaranje proizvodnih pogona u Evropi i Severnoj Americi dovesti do pada proizvodnje od 2,5 miliona automobila i izgubljene dobiti proizvođača automobila i delova oko 77,7 milijardi dolara (Global Data, 2020).

Očekuje se da će mala i srednja preduzeća (MSP), koja predstavljaju većinu zaposlenih u sektoru i obezbeđuju posredne inpute i usluge proizvođačima automobila, biti najviše pogođena. Pandemija je rezultirala neviđenim porastom nezaposlenosti u automobilskoj industriji širom njenih lanaca snabdevanja. Mnogo više radnih mesta biće u opasnosti ako vlade, poslodavci i radnici ne preduzmu neophodne mere kako bi obezbedili opstanak MSP-a i zaštitu radnika (ILO, 2020).

Agencija za kreditni rejting Moody's, smanjila je svoju prognozu globalne prodaje automobila u svetu i sada predviđa da će se ona biti manja za 14% u 2020. godini. Prognoze ukazuju na znatno lošiju sliku nego u krizi 2008-2009. godine, koja je rezultirala padom prodaje od 8% na tržištu automobila tokom dve godine (Financial Times, 2020).

Prodaja novih automobila u Kini u prvoj polovini i februara ove godine opala je za oko 92%, a procena je da će ukupan pad prodaje automobila u Kini u 2020. godini biti najmanje 2,9%. Prema proceni ACEA, ukupna prodaja novih automobila u EU u januaru i februaru 2020. godine bila je 7,4% manja u odnosu na isti period 2019. godine. Svako od četiri glavna tržišta EU suočilo se sa padom tražnje: u Nemačkoj za 9,0%, Francuskoj za 7,8% i Italiji i Španiji za 7,3%, odnosno 6,8% (ACEA, 2020).

Širenje korona virusa sada dominira ekonomskom situacijom u Zapadnoj Evropi, sa rasprostranjenim vanrednim merama i obimnim zatvaranjem proizvodnih pogona, što je uzrokovalo ogromne posledice i na strani tražnje i na strani ponude automobilske industrije. Prodaja putničkih automobila u Zapadnoj Evropi opala je za više od 50% u odnosu na isti period 2019. godine – regionalna stopa prodaje opala je na samo 7,5 miliona jedinica godišnje. Pošto su Španija i Francuska zaustavile proizvodnju sredinom marta, prodaja novih automobila opala je na oba tržišta za gotovo 70%. Prodaja u Nemačkoj, najvećem tržištu u regionu, pala je za gotovo 40%. U Velikoj Britaniji, gde je mart tradicionalno najbolji mesec, prodaja putničkih automobila opala je za oko 45%. Neke vanredne mere produžene su i u aprilu (verovatno i u maju), pa će narednih nekoliko meseci biće veoma izazovni. Prodaja putničkih automobila u Istočnoj Evropi opala je za 12,8% u odnosu na januar. Suprotno, prodaja u Rusiji porasla je u martu za oko 4%. Uprkos pozitivnim pokazateljima u prvom kvartalu 2020. godine, kombinacija korona virusa i šoka cene nafte uzrokovala je tešku godinu po ukupnu ekonomiju.

Prodaja putničkih automobila u martu u Americi opala je za 38,6%, na svega 983.000 jedinica, što je najniži obim prodaje u tom mesecu od 2009. godine. Procenjuje se da je prodaja u Kanadi u martu opala za 46,1%, na 98.000 jedinica, što je prvi put od januara 2015. godine da prodaja bude ispod 100.000 jedinica u kalendarskom mesecu. U Meksiku je prodaja u martu opala za 25,5% u odnosu na isti period prethodne godine, na 87.000 jedinica.

Prodaja u Japanu u martu nastavila je da opada, ali ne onoliko koliko se očekivalo. Stopa prodaje u martu od 4,4 miliona jedinica na godišnjem nivou bila je neznatno veća od prodaje u februaru. Pad godina-za-godinu je neznatno smanjen na 9%, u poređenju sa smanjenjem od 10% u januaru i februaru. Ovde treba napomenuti da je i pre izbijanja pandemije virusa prodaja automobila u

Japanu bila manja, što je direktna posledica povećanje poreza na potrošnju od 1. oktobra 2019. godine.

Južnokorejsko tržište pokazalo je otpornost na delovanje korona virusa. Prodaja u martu je povećana na 1,9 miliona jedinica na godišnjem nivou, što je za 60% više u odnosu na februar. Ipak, prodaja u prvom kvartalu je manja za 6% u odnosu na isti period 2019. godine.

Prodaja putničkih automobila u Brazilu opala je u martu za 22,1% u odnosu na januar, na 156.000 jedinica. Pojačane mere socijalnog distanciranja su uvedene relativno kasno, što znači da će verovatno najgori pad biti u aprilu. Pandemija virusa korona donela je probleme i tržištu u Argentini. Prodaja je u martu opala za 55,4% u odnosu na isti period 2019. godine, na samo 17.000 jedinica. Veliko širenje pandemije u Južnoj Americi primoralo je proizvođače u Brazilu i Argentini da zatvore proizvodne pogone (Peroni, 2020; Rostas, 2020).

U tabeli 2. dati su podaci o prodaji 2019. i 2020. godine, kao i komentar stanja u proizvodnim pogonima u Kini, SAD, Evropi i ostalom delu sveta.

Tabela 2. Uticaj virusa korona na globalnu prodaju automobila

Zemlja	Prodaja autoombila, miliona jedinica		Promena, %	Komentar
	2019.	2020.		
Kina	25,7	23,2	-9,7	Proizvodni pogoni počinju sa radom, povećava se maloprodaja u izložbenim salonima. Očekuje se oporavak tokom 2020. godine
SAD	17,6	13,9	-21,0	Proizvodnja automobila miruje. Glavni proizvođači objavljuju nedefinisani period zaustavljanja pogona
Evropa	18,3	14,0	-23,5	Broj zaraženih u ključnim zemljama, kao što su Nemačka, Francuska, Španija, Italija i Velika Britanija, se povećava, što utiče na regionalnu tražnju
Ostatak sveta	28,4	25,0	-12,0	Produženo zatvaranje proizvodnih pogona na ključnim tržištima, kao što je Indija, izaziva poremećaje u lancu snabdevanja
Ukupno	90,0	76,1	-15,4	Korona virus ima značajan uticaj na globalnu prodaju automobila

Izvor: Counterpoint Technology Market Research, 2020.

Prema nekim preliminarnim podacima, prodaja u Kini počela je naglo da se povećava u martu, pošto je epidemija virusa tamo stavljena pod kontrolu. Obnavljanjem proizvodnje stopa prodaje sa samo 3,3 miliona jedinica u

februaru (na osnovu 21 dana prodaje) porasla je u martu na 14,3 miliona jedinica na godišnjem nivou (na osnovu 31 dana prodaje). Na bazi međugodišnje prodaje, prodaja u martu opala je za 46%, u poređenju sa februarom, kada je pad bio čak 80%. Očekujući povećanje tražnje, proizvođači originalne opreme (kompanije koje proizvode automobile od delova koji su kupljeni od drugih kompanija) ubrzano popunjavaju zalihe, koje su bile na veoma niskom nivou. Prema podacima kineske asocijacije proizvođača automobila (CAAM), 99,5% glavnih fabrika ponovo je počelo sa radom. Kinesko udruženje automobilskih dilera izveštava da je 98,8% franšiznih dilera ponovo otvorilo salone i da se promet vratio na 66% od normalnog nivoa.

S obzirom na ulogu Kine kao najvećeg svetskog dobavljača posrednih inputa za kompanije u svetu, opadanje proizvodnje i izvoza iz Kine ima direktan uticaj na automobilsku industriju. Konferencija Ujedinjenih nacija za trgovinu i razvoj (UNCTAD) procenjuje da bi 2%-tno smanjenje izvoza delova i posrednih inputa iz Kine proizvođačima automobila u EU, Severnoj Americi, Japanu, Južnoj Koreji i drugim zemljama, dovelo do manje vrednosti izvoza automobila iz ovih ekonomija u ostatak sveta za 7 milijardi dolara (UNCTAD, 2020).

U tabeli 3. prikazan je uticaj korona virusa na obim poslovanja i rast BDP u vodećim ekonomijama sveta.

Tabela 3: Uticaj korona virusa na vodeće svetske ekonomije

	Izolacija (zatvaranje pogona)	Obim poslovanja	Rast BDP
SAD	Parcijalna	-21,6%	-5%
Kina	Parcijalna	-16,0%	1,4%
Japan	Nema izolacije	-15,0%	-3,2%
Nemačka	Potpuna	-19,2%	-5,0%
Indija	Potpuna	-23,9%	1,3%
Velika Britanija	Potpuna	-40,9%	-5,1%
Francuska	Potpuna	-15,1%	-5,1%
Italija	Potpuna	-19,8%	-7,1%
Brazil	Parcijalna	-26,4%	-1,9%
Kanada	Parcijalna	-30,5%	-3,7%

Izvor: Prikaz autora na osnovu podataka Global Data Analysis; Bloomberg; Trading Economics; Investing.com

Vuhan, u kome je izbila pandemija korona virusa, je grad u kome su stacionirani proizvodni pogoni Dženeral Motorsa, Honde, Nisana, PSA Grupe, Renoa i Tojote. Proizvodnja u tim pogonima na početku pandemije bila je

potpuno zaustavljena, a dalje širenje pandemije uzrokovalo je spontano zatvaranje postrojenja širom Azije. Epicentar pandemije brzo se preselio u Evropu i Ameriku, gde su takođe zatvoreni proizvodni pogoni. U EU je više od 1,138 miliona od ukupno 2,6 miliona radnika u direktnoj proizvodnji automobila bilo pod uticajem zatvaranja pogona u martu 2020. godine. Više od polovine tih radnika je u Nemačkoj (ACEA, 2020). U SAD su Dženeral Motors, Ford i Fijat Krajsler privremeno zatvorili sve pogone, bez definisanog krajnjeg datuma.

Procenjuje se da je oko 42% direktnih poslova proizvodnje automobila u EU pogođeno pandemijom. Međutim, pandemija pogađa svih 13,8 miliona radnika u širem lancu snabdevanja u EU (ACEA, 2020). Pandemija je u SAD pogodila najmanje 150.000 sindikalno organizovanih radnika u autoombillskoj industriji i stotine hiljada onih koji nemaju zaštitu sindikata. Nezaštićeni radnici (privremeno zaposleni, samozaposleni, povremeni radnici i radnici u trgovini) su nesrazmerno pogođeni pandemijom virusa i njenim ekonomskim uticajem, jer nemaju plaćena bolovanja, socijalnu sigurnost ili zdravstvenu zaštitu. Treba napomenuti da pandemija korona virusa dolazi u vreme kada se automobilska industrija već suočava sa značajnim poremećajima i kretanjima zbog klimatskih promena, tehnološkog napretka, demografskih promena, velikih trgovinskih turbulencija i neizvesnosti. Proizvodnja novih automobila je zbog slabe prodaje stagnirala i pre pandemije. Prelazak na električna vozila, na primer, samo u Nemačkoj, trebao je da dovede do gubitka 400.000 radnih mesta (ILO, 2020).

Prema procenama, uticaj pandemije korona virusa na globalnu automobilsku industriju biće prisutan tokom nekoliko narednih godina (slika 2).

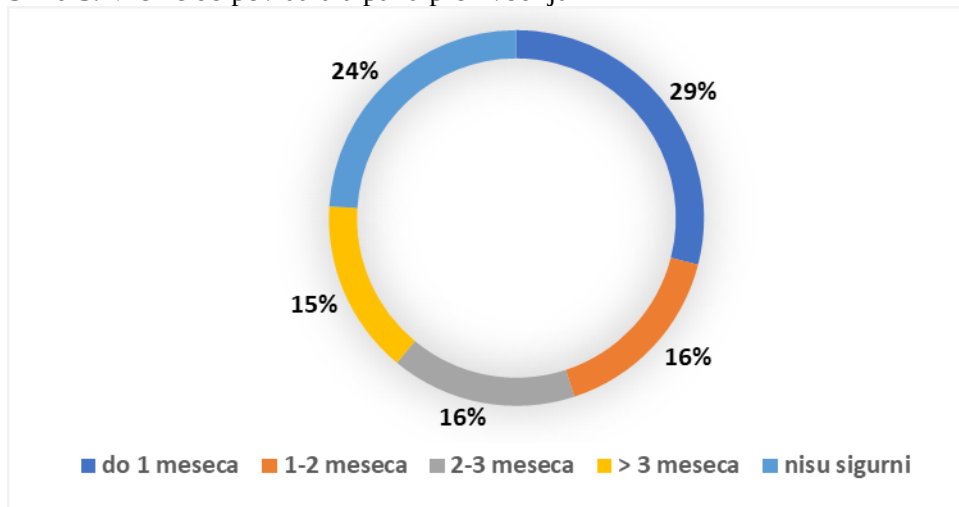
Slika 2. Sadašnji i budući uticaj virusa korona na automobilsku industriju



Izvor: Counterpoint Technology Market Research, 2020.

Zlatno pitanje koje trenutno kruži svetom je vrlo jednostavno: "Koliko će ovo trajati"? U istraživanju IHS Markita (2020), anketirani dobavljači trenutno poslovno okruženje vide kao veoma neizvesno (slika 3).

Slika 3. Vreme do povratka u punu proizvodnju



Izvor: IHS Markit, 2020.

Oni su izjavili da pandemija korona virusa smanjuje vidljivost po pitanju potpune operativnosti proizvodnih pogona i ima veliki potencijal za dodatne poremećaje u lancu snabdevanja. Anketa je pokazala oprezno optimistične odgovore, jer 45% ispitanika misli da će se njihovi pogoni vratiti u punu proizvodnju za manje od dva meseca. S druge strane, 15% ispitanika veruje da će za to trebati više od 3 meseca.

Zaključak

Za razliku od dosadašnjih kriza, za koje je bio poznat uzrok, ali i način njihovog zaustavljanja, trenutna kriza je nešto potpuno neočekivano i nepoznato. Mnogi ekonomisti smatraju da će oporavak ekonomije početi onda kada se završi zdravstvena kriza, u čemu zapravo i leži problem s obzirom na njeno potpuno nepredviđeno trajanje, ali i mogućnost povratka. Dok medicina i farmacija ne pronađu rešenje, posledice ekonomske paralize, ali i rok njenog trajanja ostaće nepoznati. Poslovni zvaničnici širom sveta pripremaju se za dugotrajnu recesiju, a mnogi su zabrinuti da njihove kompanije neće preživeti. Prema procenama, najviše izvršnih direktora predviđa dug period između recesije i oporavka.

Zbog efekta globalizacije, svaka industrija snabdeva se sirovinama i delovima iz različitih zemalja kako bi se održali niski troškovi proizvodnje. S tim u vezi, proizvođači iz mnogih industrija su orijentisani na dobavljače iz Kine. Posebno se to odnosi na činjenicu da automobilska industrija u ostatku sveta uvozi iz Kine delove u vrednosti većoj od 34 milijarde dolara. Nesporna je činjenica da je Kina veoma značajan faktor globalne ekonomije. Taj njen značaj nije u vezi samo sa statusom proizvođača i izvoznika proizvoda široke potrošnje, Kina je postala glavni dobavljač inputa za kompanije u inostranstvu. Do danas se oko 20% globalne trgovine proizvodima odnosilo na Kinu (u odnosu na samo 4% u 2002. godini).

Pandemija virusa korona utiče na usporavanje ekonomije, što izaziva paniku. S druge strane, usporavanje ekonomije uvek ima negativan odraz na automobilsku industriju, jer ljudi u takvoj situaciji ne razmišljaju o kupovini automobila. Međutim, proizvođači automobila se nadaju da je u pitanju samo privremeno odlaganje kupovine. Razlog ovog očekivanja je taj što ljudi kupuju automobile zbog potrebe, a ne zbog hira, pa odlaganje kupovine ne može biti unedogled.

Proizvođačima preostaje da u narednom periodu redefinišu postojeće strategije sa dobavljačima na različitim geografskim lokacijama i verovatno je da će se ubuduće više oslanjati na domaće dobavljače. Japan je, na primer, već izdvojio 2,2 milijarde dolara za pomoć kompanijama koje žele da prebace proizvodnu bazu iz Kine u Japan, a 214 miliona dolara u druge zemlje.

Problemi oko zaustavljanja proizvodnje i otpuštanja radnika, primene mera tzv. socijalnog distanciranja, potpuni oporavak i vraćanje na "normalni kolosek", zahteva protok vremena. Jer, kao što navode medicinski stručnjaci, talas pandemije koji nas je zadesio nije i konačan, pa će se do pronalaska i primene vakcine, relaksacije mera predostrožnosti u vezi širenja virusa, kao i pokretanja proizvodnje, tržište automobila oporavljati smanjenim intenzitetom. Iako se čini da je 2021. godina daleko, proizvođači automobila i dobavljači moraće sada da pronađu način kako automobilsku industriju da vrate na "stare staze" i razumeju koje i kakve strukturne promene će korona virus doneti na tržište. Ukratko, otpornost – sposobnost da apsorbuju šok i izađu iz njega bolji od konkurencije – biće ključ za opstanak i dugoročni prosperitet.

Literatura

1. ACEA. 2020. Employment impact of COVID-19 on the European auto industry. Association des Constructeurs Européens d'Automobiles. Brussels. Dostupno na: <https://www.acea.be/news/article/eu-auto-industry-actions-to-fight-covid-19> [pristupljeno 21.04.2020]

2. Carrillo, J., Lung, Y. & van Tulder, R. 2004. *Cars, Carriers of Regionalism?* Palgrave Macmillan. Houndmills.
3. Counter Point Research. 2020. Weekly Update: COVID-19 Impact On Global Automotive Industry. Dostupno na:
<https://www.counterpointresearch.com/weekly-updates-covid-19-impact-global-automotive-industry> [pristupljeno 28.04.2020]
4. Ferazzi, M. & Goldstein, A. 2011. *New Geography of Automotive Manufacturing*. Chatman House, Royal Institute of International Affairs. London.
5. Financial Times, 2020. VW hit by €2bn-a-week cash drain. Dostupno na:
<https://www.ft.com/stream/616d18a5-b3b0-4586-b4b3-dd0cfc625b1a> [pristupljeno 20.04.2020]
6. Global Data. 2020. Coronavirus (COVID-19). Executive Briefing report. London. Dostupno na: <https://www.globaldata.com/covid-19> [pristupljeno 22.04.2020]
7. IHS Markit. 2020. *Automotive Rapid Response Report*. Volume 5. London. Dostupno na: <https://ihsmarkit.com/research-analysis/automotive.html> [pristupljeno 23.04.2020]
8. ILO. 2020. Sectorial brief. COVID-19 and the automotive industry. International Labour Organization. Geneve. Dostupno na:
<https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/documents/briefingnote/wcms742736.pdf> [pristupljeno: 20.04.2020]
9. Klink, G., Mathur, M., Kidambi, R. & Sen, K. 2014. *The Contribution of the Automobile Industry to Technology and Value Creation*. A.T. Kearney. Chicago.
10. KPMG. 2018. R&D in the automotive industry. Dostupno na:
<https://home.kpmg/pl/en/home/insights/2018/03/r-and-d-in-the-automotive-sector.html> [pristupljeno 19.04.2020]
11. Liu, W. & Dicken, P. 2006. Transnational corporations and "obligated embeddedness": FDI in Chinas automobile industry. *Environment Planning A*. 38: 1229-1247.
12. Liu, W. & Yeung, H.W-C. 2008. China's dynamic industrial sector: the automobile industry. *Eurasian Geography and Economics*, 49(5): 523-548.
13. Lung, Y. 2004. The changing geography of the European automobile system. *International Journal Automotive Technology and Management*, 4: 137-165.
14. OICA. 2018. *World Motor Vehicle Production by Country and Type, 1997–2017*. Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobile. Paris.

15. OICA. 2020. Production statistics. Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobile. Paris.
16. Pavlinek, P. 2002. Transformation of central and East European passenger car industry: selective peripheral integration through foreign direct investment. *Environment Planning A*, 34: 1685-1709.
17. Pavlinek, P. 2018. Global production networks, foreign direct investment, and supplier linkages in the integrated peripheries of the automotive industry. *Economic Geography*, 94: 141-165.
18. Peroni, F. 2020. Brazilian carmakers to stop production amid virus spread. *Fastmarkets MB*.
Dostupno na: <https://www.metalbulletin.com/Article/3924391/Brazilian-carmakers-to-stop-production-amid-virus-spread.html> [pristupljeno 22.04.2020]
19. Radić, N.. 2019. Strane direktne investicije kao katalizator ekonomskog rasta: slučaj automobilske industrije zemalja Centralne i Istočne Evrope. Doktorska disertacija. Univerzitet Educons. Sremska Kamenica.
20. Radić, V. 2014. Upravljanje rizicima u vojnoj industriji. Copy planet. Beograd.
21. Rostás, R. 2020. Ford to suspend output in Brazil, Argentina from next week amid coronavirus pandemic. *Fastmarkets MB*. Dostupno na: <https://www.metalbulletin.com/Article/3924002/Ford-to-suspend-output-in-Brazil-Argentina-from-next-week-amid-coronavirus-pandemic.html> [pristupljeno 22.04.2020]
22. Saberi, B. 2018. The role of the automobile industry in the economy of developed countries. *International Robotics and Automation Journal*. 4(3): 179-180.
23. Sturgeon, T., Van Biesebroeck, J. & Gereffi, G. 2008. Value chains, networks and clusters: reframing the global automotive industry. *Journal of Economic Geography*, 8: 297-321.
24. Sturgeon, T., Memedovic, O., Van Biesebroeck, J. & Gereffim G. 2009. Globalisation of the automotive industry: main features and trends. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 2(1/2): 7-24.
25. UNCTAD. 2020. Trade and Development Report Update: Global trade impact of the coronavirus (COVID-19) epidemic. Geneve. Dostupno na: <https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcinf2020d1.pdf> [pristupljeno 20.04.2020]
26. Van Biesebroeck, J. & Sturgeon, T. 2010. Effects of the 2008–09 crisis on the automotive industry in developing countries: a global value chain perspective. In: Cattaneo, G., Staritz, C. (eds) *Global value chains in a postcrisis world: a development perspective*. The World Bank. Washington. pp. 209-244.

ECONOMIC IMPACT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC ON THE AUTOMOBILE INDUSTRY

Nikola Radić¹, Vlado Radić², Mirjana Stevanović³

Summary

The economic impact of the coronavirus pandemic is evident in many sectors, from service to manufacturing, leading to a synchronized shutdown of an industry not seen since World War II. The pandemic has enormous social, economic and political consequences. It will undoubtedly be marked as a watershed moment in modern history and will cause a change in the lifestyle we have known for the last few decades. In addition to being one of the greatest crises in our civilization in shock, scale and depth, the pandemic has caused many problems for vehicle manufacturers. Broken supply chains, cessation of production, shutting down factories, layoffs and declining interest and customer demand are circumstances that are driving the automotive industry into a deeper recession. The aim of the paper is to point out the consequences that the coronavirus pandemic will have on the automotive sector, as well as to identify the deficiencies of the planning system, the lack of risk management and emergency management by analyzing the basic elements of the supply chain.

Key words: coronavirus, pandemic, automotive industry, supply chain, risks.

Introduction

Since its origins over a century ago, the automobile industry represented a kind of an economic phenomenon. As a synonym of industrial development of the 20th century, it's considered "the industry of all industries" and the backbone of development of mass production. The car industry is one of the pillars of global economy and a significant driver of technological development, macroeconomic growth and stability in developed and developing countries. The core of the industry (cars, parts and components production) achieves interactions with a wide specter of business actors in the chain of values, which multiplies its positive effect on economic growth and development (Radić, 2019).

At the end of the 20th century, the car industry experienced important changes that altered economic geography (Carrillo et al., 2004; Lung 2004; Sturgeon et al., 2008,

¹ Assistant Professor, PhD Nikola Radić, Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, Mitropolita Petra str. 8, Belgrade, R. Serbia, e-mail: bra.radici@hotmail.com

² Full Professor, PhD Vlado Radić, Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, Mitropolita Petra str. 8, Belgrade, R. Serbia, e-mail: vlado.radic@vektor.net

³ Associate Professor, PhD Mirjana Stevanović, Faculty of Management, Union University "Nikola Tesla", Sremski Karlovci, Njegoševa str. 1a, R. Serbia, e-mail: mira.stev@mts.rs

Sturgeon et al., 2009). On a global level, car assembly is increased in less developed countries outside traditional cores of the car industry. Under “core” of the car industry are all activities starting from research and development, planning, production, quality control, marketing and product placement, to post-sale services concentrated in one country. In the context of general trends in car industry sector, the “core” represents key countries. In Europe those are Germany, France, Italy and Spain. In far East, those are Japan, South Korea and China and in the West the United States of America (USA).

The influence of the pandemic on the car industry is without a precedent. Some of the most vulnerable regions are main production hubs which are key connections in the global supply chain of this sector. Since the car industry deals with intense amount of capital, the consequences are serious. Without new revenue, many car companies will deal with the problem of liquidity in the short and mid-term. Other than that, companies are worried that the economic effects of the pandemic can cause a series of events such as long-term reduction in assets, inability to pay receivables, changes of production orientation, shutdown of production facilities, restructuring etc. The second question is how long the pandemic will last and when will the car industry companies start their full production volume again.

The corona virus pandemic caused widespread concerns and economic difficulties and there are predictions that many countries will start a sudden and unprecedented recession. Even though experts assess how big the economic consequences of the pandemic will be, the exact influence will vary depending on the number of infected and deceased, degree and speed of recovery of companies, then state interventions necessary to restraint their growth. This crisis will be the catalyst of giant changes and few industries will avoid serious reforms. Therefore adaptability, agility and automatization will be key words of the new era of doing business.

State and development of the global car industry

On a global level, the car industry exists on every continent, with actors in the form of most famous Transnational companies (TNC) in this area – Volkswagen, Toyota, General Motors, Ford. Production of passenger cars and other vehicles (light commercial, trucks and busses) is concentrated in three major regions – North America, Europe and Asia. Countries of North America are USA, Canada and Mexico and most famous and important producers in Europe are Germany, France and Italy. Other than Japan and South Korea, car production is well developed in China, India, Thailand etc. In South America the most famous car producer is Brazil. It should be pointed out that the car industry is also well developed in Turkey, Russia, Ukraine and countries of Central and East Europe – Czech Republic, Slovakia, Poland, Hungary, Romania (Radić, 2019).

In addition to the already known triad, USA – Europe – Japan, it shouldn't be disregarded that China achieved exceptional results in production of cars and other vehicles in the last ten years, so other than being the biggest world producer, it's showing continuous growth in production. China produced 21.36 million cars and 4.36 million commercial vehicles in 2019, which is twice as much than the aggregate production of Japan, Germany and USA (OICA, 2020).

Economic significance of the car industry supersedes its quantitative dimensions. Three most revolutionary development trends in economy of the 20th century – mass production, multidivisional form of business organization and JIT (just-in-time) concept – originate from car manufacturers (Ford, General Motors and Toyota) from two geographical areas – USA and Japan (Ferazzi & Goldstein, 2011). JIT concept implies continuous supply in parts from suppliers to producers with creating supplies. Car industry is a pioneer in applying industrial robots, it significantly contributed to introducing the concept of integrated supply chains and modular procurements, so all changes in the car industry have a specific “echo” in the entire economy (Klink et al., 2014).

The car industry is an industry with intense capital and knowledge that plays an important role in socio-economic development, including an ever-increasing number of countries and the power relation between main actors on the market is constantly changing. According to data from the International organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA), 67.15 million of passenger cars and 26.64 million of commercial vehicles were produced worldwide in 2019. According to estimates, average yearly turnover of the world motor vehicle industry amounts to more than 2.75 trillion euros, which amounts to 3.65% of world gross domestic product (GDP). A motor vehicle is a product that is most exported in the world and it is estimated that the value of exports in 2018 amounted to 775.2 billion dollars. From that, European countries sold cars in the value of 423.6 billion dollars or 54.6% of total world sales in 2018. Producers from Asia hold the second position with 24.9%, followed by producers from North America with 18.3%. Tax revenue from car producers from 26 industrially developed countries amounts to more than 430 billion euros yearly (OICA, 2018; Saberi, 2018; Radić, 2019).

Car industry uses a wide spectrum of different materials, such as steel, aluminum, copper, plastic, glass, tire, upholstery, textile, computer chips etc. Around half of world oil and tire expenditure, a quarter of glass production and a sixth of steel production is used in the car industry, so after the aviation, the car industry is second by the expenditure volume of products of other industries. There is an estimate that a growth of the car industry by 1% in developed countries causes a growth of GDP by 1.5%. Therefore, a share of the

car industry in GDP of developed countries ranges from 5 to 10%. The share of this branch in production of machines in Germany is 14%, 12% in Japan and 10% in South Korea. One dollar invested in the car industry increases GDP by 3% (average multiplier). According to this indicator, the car industry is unmatched among other sectors (Saber, 2018, Radić, 2019).

The industry is also a great innovator, so more than 84 billion euros are invested in growth and development. Among 2500 leading companies by investment in research and development, three main dominating sectors are: pharmaceutical industry and biotechnology, process equipment manufacturing and car industry. Of the companies in the car industry, based on volume invested in research and development, Volkswagen was first in the world in 2016 with 13.67 billion euros, General Motors was 11th with 7.68 billion euros, Daimler was 12th with 7.53 billion euros, Toyota was 13th with 7.50 billion euros, Ford was 15th with 6.92 billion euros and Bosch was 20th with 5.58 billion euros (KPMG, 2018).

Less developed countries became more attractive production locations for TNC from the car industry core for two reasons. First of all, fast economic growth in several big developing countries (China, India, Brazil) led to an increase of purchasing power and growth in demand for cars. An obvious large market potential in these countries encouraged foreign automobile TNC to build production capacities and participate in joint ventures with domestic car producers (Liu, Dicken, 2006; Liu, Yeung, 2008; Van Biesebroeck, Sturgeon, 2010). Secondly, peripheral areas surrounding traditional cores of the car industry became attractive because they combine lower production costs, geographical closeness to big and rich markets, advantages of regional economic blocs such as the European Union or North American Free Trade Agreement (NAFTA). Known examples of “integrated peripherals” are Mexico, Spain and countries of Central and East Europe (Pavlinek, 2002, 2018; Radić, 2019).

Car industry in the USA, Japan, Germany and South Korea is a clear example of forming a global “super industry”. A relationship between macroeconomic parameters of these countries and development of the car industry is shown in Table 1. In the industry structure of USA, Germany, Japan and South Korea, participation of engineering, including car industry, ranges from 25% to 40%. In developing countries this number is less than 10% (Saber, 2018).

These countries fall into first ten exporting countries and in the structure of their exports are motor vehicles and airplanes, machines and equipment, computers and other electronic, sophisticated home appliances etc. However, the biggest part of exports from these countries are passenger cars and other vehicles, parts, equipment and materials.

Table 1. Relationship of some macroeconomic parameters of the car industry in leading countries in 2017

Parameters \ Country	USA	Japan	Germany	South Korea
Share of GDP in world production (%)	24.42	5.6	4.57	1.85
Share of the car industry in world production (%)	12.3	10.0	6.0	4.9
Share of the car industry in GDP (%)	12.0	12.0	14.0	10.0
Share of the country in world export of goods (%)	9.1	3.8	8.1	3.2
Export of goods (in billion dollars)	1504.9	624.9	1329.5	526.8
Volume of machine and transport equipment exports (in billion dollars)	664.9	400.6	729.6	315.1
Volume of car exports (in billion dollars)	53.8	91.9	151.9	37.5
Directly employed in the car industry (thousands)	870	803	807	320
Indirectly employed in car industry (thousands)	7.2	5.5	1.8	1.83

Source: Saberi, 2018.

It's estimated that more than 8 million people are directly involved in production of vehicles and parts, which represents around 5% of total world employment (OICA, 2018). On the other hand, European Automobile Manufacturers' Association (ACEA) estimates that every direct business related to cars supports five indirect jobs which amounts to 13.8 million jobs tied to car and parts production in the EU only (Picture 1).

Other than direct and indirect production, usage of cars is a very significant aspect (sale of cars, parts and additional equipment, fuel retail, renting and vehicle leasing) and with that, the need for maintaining in the warranty and out-of-warranty period, repairs, transport of passengers and goods, as well as construction and maintenance of road infrastructure (roads, bridges and tunnels).

Picture 1. Employment in the car industry in EU, 2017, in thousands

13.8 million jobs	2.6 million jobs directly	3.5 million jobs in production sector	2.6 million jobs	DIRECT PRODUCTION 2607	
				Motor vehicles	1130
				Bodies, trailers and semi-trailers	164
				Parts and additional equipment	1314
	11.2 million jobs indirectly	0.9 million jobs	0.9 million jobs	INDIRECT PRODUCTION 887	
				Tires for motor vehicles, treading and retreading	121
				Computers and peripheral equipment	68
				Electric motors, generators and transformers	244
				Bearings, gears and drive elements	211
				Cooling and ventilation equipment	243
	10.3 million jobs in non-production sector	4.5 million jobs	4.5 million jobs	CAR USE 4526	
				Sale of motor vehicles	1555
				Maintenance and repair of motor vehicles	1568
				Sale of parts and additional equipment for motor vehicles	735
				Retail fuel at gas stations	469
				Renting and leasing of motor vehicles	198
	0.6 million jobs	5.1 million jobs	5.1 million jobs	TRANSPORT 5148	
				Other passenger transport by land	1993
				Transport of goods by road	3155
	0.6 million jobs	0.6 million jobs	0.6 million jobs	CONSTRUCTION 626	
				Roads and highways	583
				Bridges and tunnels	43

Source: Author's review based ACEA and Eurostat data, 2018

Pandemic and Economy

Until recently, everyday life occurred in the usual manner. Now things that are usually considered “normal”, such as going to work, public transportation, school obligations in regular classes, going to a restaurant, attendance at public events (theaters, sporting events), walking in parks are no longer possible. Every day reports on the increase of numbers of infected and death cases due to the Corona virus pandemic around the world increases our anxiety. Uncertainty about the health and safety of our families, friends and loved ones is great.

Humanity experienced multiple situations that had serious global consequences even before the pandemic. Other than wars, radiation due to testing of nuclear weapons and accidents in nuclear power plants (such as Chernobyl, Fukushima, Avignon, Kozloduy, Darlington, Gravelines), cataclysmic earthquakes, volcano eruptions, tsunami in the Indian ocean, epidemic diseases (SARS, swine flu, MERS, HIV, Ebola virus, zika virus) lead to the fact that humanity realized its infirmity in front of these disasters. However, taking into consideration the number of infected, injured and killed, those catastrophes aren't a sufficient warning to humanity. Regardless of the achievements and development of science and technology, extensive and long-lasting medical research, "invisible" enemies took away millions of human lives "without firing a shot".

Man has always faced a risk coming from nature, human activities or his own mistakes. Risk is multidimensional, ambiguous and complex term, present in everyday human life. As such it always attracted the attention of researchers and scientists that observed it from various aspects.

The problem isn't only in different approaches to the risk, but its apparent nature, so it isn't possible to explain it unambiguously. Economists, engineers, risk theorists, statisticians and actuaries – all have their unique concept of risk, so the concept of risk is very relativized. However, all risks have in common that they have to be future uncertain events. In broadest terms, a risk represents a possible negative deviation from the expected outcome. Expected outcome is observed as the result that happens on average when a person or a business are constantly exposed to the same risk. Risk is a danger threatening to a person or assets (fire, earthquake, explosion, epidemic) i.e., a risk is only the possibility of a harmful event to occur. Sometimes a risk is used to describe the variability of an expected event and sometimes to describe possible damages (Radić, 2014).

When there is a risk, there is also a future situation where multiple possible alternative events can occur (where at least one is unfavorable) with certain probabilities of their occurrence. Therefore, a risk can be defined as insecurity in relation to an occurrence of damage. At the same time, the time in which the danger is determined must be limited. Risk can be understood as a complex quantity that includes the probability of a harmful event to occur and the magnitude of the consequence of that event during a certain time/process.

Dangers will always exist but their risk must and can be made acceptable. Safety is therefore a relative term that points to a measurable and acceptable level of risk. When it isn't possible to eliminate all dangers, a real goal is to develop a system to make it acceptable. This is achieved by identifying potential dangers, assessing their risk and applying preventive and corrective measures to reduce or eliminate them.

Risk management during a pandemic is primarily directed at preserving the health and life of the entire population. Measures that should be applied for the pandemic to be prevented don't have an alternative. Also, they should be applied taking into account the profession, in this case medical. Every involvement of political and economic motives in the decision-making process can cause more severe consequences than the pandemic itself.

After more than two months, the number of newly infected by the corona virus is slowly being brought under control and the number of deceased in most vulnerable areas is also decreasing and falling. Basic measures in combating the virus are already standardized, mostly based to the Chinese model and experience. Same can be said for various necessary statistical and scientific methods according to own or global experience and verified ranges of this unprecedented pandemic in recent world history. Basic conditions for compiling the balance and determining damages have been created, on country level as well as on the level of the international community and organizations as a whole. Human casualties are excluded from this as they are an immeasurable damage. Everyone agrees that "nothing will be the same again". There are certain arguments for this statement.

Damages will be different regarding the form and volume, starting from moral and ethical, to organizational, economic, political and geostrategic. Only pharmacology and medicine record progress. Since most developed countries are significantly more affected by the virus and suffer more damage, even those that were minimally affected or weren't at all, will suffer economic, political and other damage due to spillover consequences in the time of globalization and general interdependence that dominates in today's international relations.

Economic balances and damages are already a subject of analysis, classification and sorting, political and expert predictions in conditions when the economic crisis is already in effect. It's certain that only a few will have a positive effect in the socio-economic sphere, with an exception of some less influential sectors due to forced specific needs (for example production and placement of medical equipment etc.).

In general terms, work stoppages and closing facilities, fall in production, placement of good and services and employment are already conceivably causing damage. It's the same on a social plan: fall in standards, growth in inequality, new burdens across all social segments. An assessment on the further fate of already started globalization will inevitably follow, as well as the dominant but disturbed and in practice disputed neoliberal concept. The ones that wisely define their national interests, efficiently save the available substance, recompose the economy, fit their comparative advantages and

resources, will have greater odds to stand back on their feet faster and secure rehabilitation and growth.

Pandemic and the car industry

In the same way as the economic crisis of 2008-2009, the new crisis caused by the corona virus showed the weak sides of planning process, analysis of business risks and threats and thus predicting future occurrences. Even then car producers have suspended work, fired their workers and had a perennial failure in the number of cars produced. Crisis didn't only last a year, so the recovery was only visible after four or five years in some countries.

The car industry gives a significant contribution to the global economy. Yearly revenue in this industry is equal to the sixth largest world economy. Even though employment after the previous economic crisis was increased, employers and employees around the global supply chain of this industry are once again faced with uncertainty. At the beginning of the pandemic in China, the influence of the corona virus on the car industry was first felt in Asia, but soon became a serious problem in other parts of the world (ILO, 2020).

The car industry is faced with a steep fall in demand, stop in economic activities, supply is difficult, delayed or impossible, production facilities are closed and workers stay at home. It's expected that restrictions on movement of people and a stop in economic activities will cause a serious reduction in the production sectors and GDP. It's estimated that the shutdown of production facilities in Europe and North America will lead to a fall in production of 2.5 million cars and lost profits for car and parts producers around 77.7 billion dollars (Global Data, 2020).

Small and medium-sized businesses (SMB) that represent the majority of the employed in the sector and secure indirect input and services to car producers are expected to be hit the hardest. Pandemic resulted in an unseen growth in unemployment in the car industry across its supply chains. Many more jobs will be in danger if governments, employers and workers don't take the necessary precautions in order to ensure the survival of SMBs and protection of workers (ILO, 2020).

Credit rating company Moody has reduced its prognosis of the global sales in cars and now predicts it will be smaller by 14% in 2020. Prognosis points to a significantly worse image than the crisis of 2008-2009 that resulted in a fall in sales by 8% on the motor vehicle market during the two years (Financial Times, 2020).

Sale of new cars in China in February this year fell by 92% and the estimate of the total fall in sale of cars in China in 2020 will be at least by 2.9%. According

to ACEA estimates, total sale of new cars in January and February 2020 was 7.4% smaller than in the same period in 2019. Each of the four main EU markets has faced with a fall in demand: Germany by 9.0%, France by 7.8%, Italy by 7.3% and Spain by 6.8% (ACEA, 2020).

Spread of the corona virus now dominates the economic situation in West Europe, with widespread emergency measures and extensive closure of production facilities which caused giant consequences, both on demand and on the supply side of the car industry. Sale of passenger cars in Western Europe fell for more than 50% in regards to the same time period in 2019 – regional sales rate fell to only 7.5 million units a year. Since Spain and France stopped producing mid-march, sale of new cars fell on both markets by nearly 70%. Sales in Germany, the biggest regional market fell for almost 40%. In Great Britain where March is traditionally the best month, sales of passenger cars fell for 45%. Some emergency measures were extended to April (probably May as well), so the next few months will be challenging. Sale of passenger cars in East Europe fell for 12.8% in regards to January. Contrary to this situation, sales in Russia grew in march for 4%. Despite positive indicators in the first quarter of 2020, combination of the corona virus and oil price shock will cause a difficult year for the entire economy.

Sale in passenger cars in March, fell in America for 38.6%, down to 983,000 units, which is the lowest volume of sales in that month since 2009. It's estimated that sales in Canada fell in March for 46.1%, down to 98,000 units which is the first time since January 2015 that sales were below 100,000 units in a month. Sales decreased in the same month in Mexico for 25.5%, down to 87,000 units relative to the same period in the previous year.

Sales in Japan continued to fall in March, but not as much as expected. Sales rate of 4.4 million units in March on a yearly level was insignificantly larger than the sales in February. The fall was insignificantly reduced to 9% related to a reduction of 10% in January and February. It should be mentioned that even before the pandemic outbreak, sale of cars in Japan was smaller due to an increase in expenditure tax from 1st of October 2019.

South Korean market showed a resistance to the corona virus effects. Sales in march increased to 1.9 million units on a yearly level, which is 60% more than February. However, sales in the first quarter are smaller for 6% related to the same period in 2019.

Sale of passenger cars in Brazil fell in March for 22.1%, down to 156,000 units, related to January. Enhanced measures of social distancing were introduced relatively late, which means that the worst fall will probably be in April. Corona virus pandemic brought problems to the Argentinian market as well.

Sales fell in March for 55.4% related to the same period in 2019, to only 17,000 units. Large outbreak in South America forced producers in Brazil and Argentina to close production facilities (Peroni, 2020; Rostas, 2020).

Table 2 shows the date on sales in 2019 and 2020, as well as comment on the state of production facilities in China, USA, Europe and rest of the world.

Table 2. Influence of the corona virus on the global sales of cars

Country	Sale of cars, Millions of units		Change, %	Comment
	2019.	2020.		
China	25.7	23.2	-9.7	Production facilities are starting their work, retail sales are increasing. A recovery is expected during 2020
USA	17.6	13.9	-21.0	Car production is resting. Main producers announce an undefined period of stopping production
Europe	18.3	14.0	-23.5	Number of infected is increasing in key countries such as Germany, France, Spain, Italy and Great Britain, influencing on regional demand
Rest of the world	28.4	25.0	-12.0	Extended closure of production facilities on key markets such as India causes a disturbance in the supply chain
Total	90.0	76.1	-15.4	Corona virus has a significant impact on global car sales

Source: Counterpoint Technology Market Research, 2020.

According to some preliminary data, sales in China began to rapidly increase in March since the epidemic was put under control. Restoring production, sales rate from 3.3 million in February (based on 21 days of sales) grew to 14.3 million units a year in March (based on 31 days of sales). Based on year-on-year sales, sales in march fell for 46% compared to February, when the fall was 80%. Expecting an increase in demand, original equipment producers (companies that produce cars from parts bought from other companies) quickly replenished stock which were at a very low level. According to China Association of Automobile Manufacturers (CAAM), 99.5% of main companies started working again. Chinese association of automobile dealers reports that 98.8% of franchise dealers reopened their salons and the turnover returned to 66% of its normal level.

Considering the role of China as the world's biggest supplier of indirect input for world companies, a decrease in production and export from China has a direct influence on the car industry. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) estimates that a 2% decrease in export of parts and indirect input from China to car manufacturers in the EU, North America, Japan, South Korea and other countries would lead to a smaller value of exports of cars in all economies around the world of 7 billion dollars (UNCTAD, 2020).

Table 3 shows the influence of the corona virus on the business volume and growth of GDP in leading world economies.

Table 3. Influence of the corona virus on leading world economies

	Isolation (closing of facilities)	Business volume	Growth in GDP
USA	Partial	-21,6%	-5%
China	Partial	-16,0%	1,4%
Japan	No isolation	-15,0%	-3,2%
Germany	Complete	-19,2%	-5,0%
India	Complete	-23,9%	1,3%
Great Britain	Complete	-40,9%	-5,1%
France	Complete	-15,1%	-5,1%
Italy	Complete	-19,8%	-7,1%
Brazil	Partial	-26,4%	-1,9%
Canada	Partial	-30,5%	-3,7%

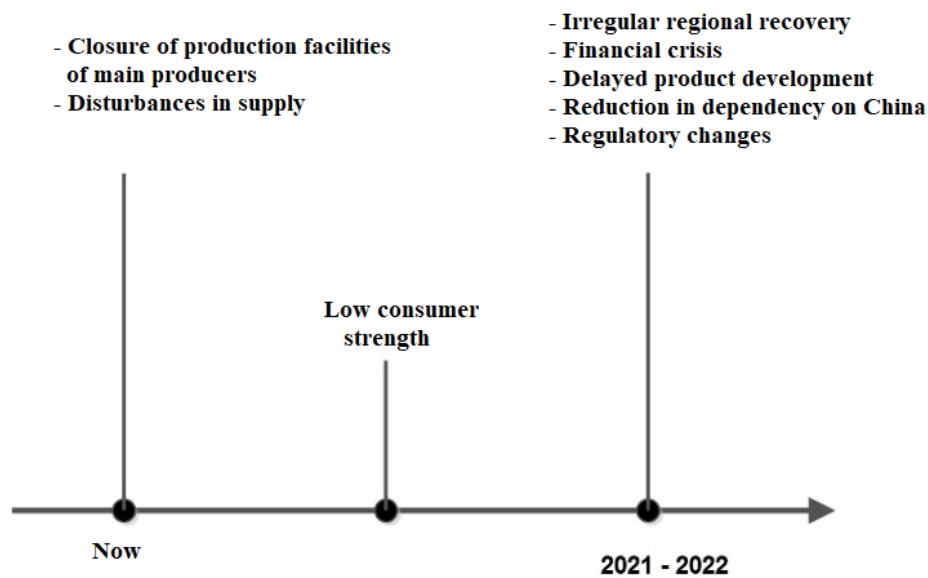
Source: Author's review based on data from Global Data Analysis; Bloomberg; Trading Economics; Investing.com

Wuhan, the city in which the corona virus pandemic broke out is the place where production capacities of General Motors, Honda, Nisan, PSA Group, Renault and Toyota are stationed. Production in those facilities was completely stopped at the beginning of the pandemic and further spread caused spontaneous closure of facilities across Asia. Epicenter of the pandemic moved to Europe and America, where production facilities were also closed. Over 1.138 million out of 2.6 million workers in the EU involved in direct production of cars were under the influence of closure of facilities in March 2020. More than half of workers were in Germany (ACEA, 2020). In the US, General Motors, Ford and Fiat Chrysler temporarily closed all of their facilities without defining an end date.

It's estimated that around 42% of direct jobs of producing cars in the EU were affected by the pandemic. However, the pandemic hit all 13.8 million workers in the broader supply chain in the EU (ACEA, 2020). Pandemic in the USA hit at least 150,000 union-organized workers in the car industry and hundreds of thousands of those that don't have union protection. Unprotected workers (temporarily employed, self-employed, temporary workers and trade workers) are disproportionately hit by the virus pandemic and its economic influence, because they don't have paid sick leave, social security or health care. It should be mentioned that the corona virus pandemic came at a time when the car industry is facing with a significant disturbance and movement due to climate changes, technological progress, demographic changes, large trade turbulences and uncertainties. Production of new cars stagnated due to low sales even before the pandemic. Switch to electric vehicles should have led to a loss in 400,000 jobs in Germany alone (ILO, 2020).

According to estimates, influence of the corona virus pandemic on a global car industry will be present during following several years (Picture 2).

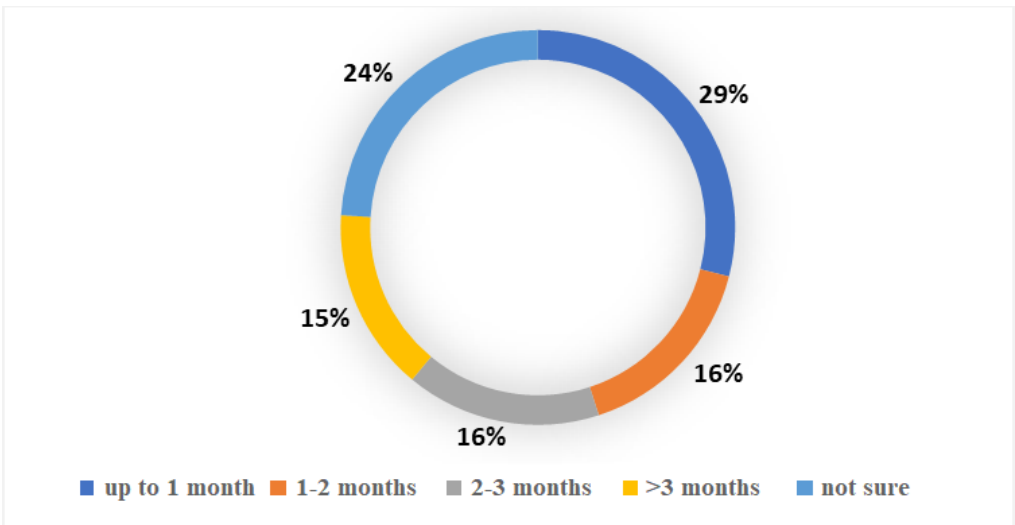
Picture 2. Current and future influence of the corona virus on the car industry



Source: Counterpoint Technology Market Research, 2020.

The golden question circling around the world is simple: “How long will this last”? In HIS Markita (2020) research, surveyed suppliers see the current business surroundings as very uncertain (Picture 3).

Picture 3. Time until full production is restored



Source: IHS Markit, 2020.

They declared that the corona virus pandemic reduces visibility on the question of complete operability of production facilities and has great potential for

further disturbances in the supply chain. Survey showed cautious optimistic responses, because 45% of surveyed think that their facilities will return to full production in less than two months. On the other hand, 15% of surveyed believe that it will take more than 3 months.

Conclusion

Unlike previous crises that had a known cause, as well as a way of stopping them, the current crisis is something completely unexpected and unknown. Many economists believe that the economic recovery will start when the health crisis ends, where the problem of its complete unpredictable time but the possibility of return lies. Until medicine and pharmacy find a solution, consequence of the economic paralysis as well as the deadline of its duration will remain unknown. Business officials around the world are preparing for a long-term recession and many are worried that their companies won't survive. According to estimates, most CEOs predict a long time period between recession and recovery.

Due to the effect of globalization, every industry is supplied with raw materials from different countries in order to keep low production costs. In this regard, many producers from many industries oriented to supplying from China. It's especially important to note the fact that the car industry from the rest of the world imports parts from China in value above 34 billion dollars. It's an undisputed fact that China is a very significant factor of the global economy. This status isn't only due to the status of producer and export of consumer products. China became the main producer of inputs for companies abroad. Until today around 20% of global trade of products relates to China (unlike 4% in 2002).

Corona virus pandemic influences the slowdown of the economy which causes a panic. On the other hand, slowdown of the economy has a negative influence on the car industry because people in that situation don't think about buying cars. However, car producers hope that this is only a temporary delay in purchase. The reason for this expectation is because people buy cars as a need, not as a whim so the delay can't be indefinite.

Producers need to redefine the existing strategies with consumers in different geographical areas in the following period and it's probably that they will rely only on domestic producers in the future. Japan has already allocated 2.2 billion dollars to help companies that want to transfer the production base from China to Japan and 214 million dollars for transfer from other countries.

Problems on stopping production and layoffs, application of so-called social distancing measures, complete recovery and returning on the "normal track" requires passage of time. Because, as medical experts state, the wave of the

pandemic that occurred isn't final so, until the vaccine is found and applied, relaxation of precautionary measures in spreading the virus as well as starting production, the car market will recover in a smaller intensity. Even though it seems that 2021 is far away, car producers and suppliers will have to find a way to return the car industry to the "old track" and understand which structural changes will the corona virus bring to the market. In short, resistance – ability to absorb the shock and get out of it better than the competition – will be a key for survival and long-term prosperity.

Literature

1. ACEA. 2020. Employment impact of COVID-19 on the European auto industry. Association des Constructeurs Européens d'Automobiles. Brussels. Dostupno na: <https://www.acea.be/news/article/eu-auto-industry-actions-to-fight-covid-19> [pristupljeno 21.04.2020]
2. Carrillo, J., Lung, Y. & van Tulder, R. 2004. Cars, Carriers of Regionalism? Palgrave Macmillan. Houndmills.
3. Counter Point Research. 2020. Weekly Update: COVID-19 Impact On Global Automotive Industry. Dostupno na:
4. <https://www.counterpointresearch.com/weekly-updates-covid-19-impact-global-automotive-industry> [pristupljeno 28.04.2020]
5. Ferazzi, M. & Goldstein, A. 2011. New Geography of Automotive Manufacturing. Chatman House, Royal Institute of International Affairs. London.
6. Financial Times, 2020. VW hit by €2bn-a-week cash drain. Dostupno na: <https://www.ft.com/stream/616d18a5-b3b0-4586-b4b3-dd0cfc625b1a> [pristupljeno 20.04.2020]
7. Global Data. 2020. Coronavirus (COVID-19). Executive Briefing report. London. Dostupno na: <https://www.globaldata.com/covid-19> [pristupljeno 22.04.2020]
8. IHS Markit. 2020. Automotive Rapid Response Report. Volume 5. London. Dostupno na: <https://ihsmarkit.com/research-analysis/automotive.html> [pristupljeno 23.04.2020]
9. ILO. 2020. Sectorial brief. COVID-19 and the automotive industry. International Labour Organization. Geneve. Dostupno na: <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/documents/briefingnote/wcms742736.pdf> [pristupljeno: 20.04.2020]
10. Klink, G., Mathur, M., Kidambi, R. & Sen, K. 2014. The Contribution of the Automobile Industry to Technology and Value Creation. A.T. Kearney. Chicago.

11. KPMG. 2018. R&D in the automotive industry. Dostupno na: <https://home.kpmg/pl/en/home/insights/2018/03/r-and-d-in-the-automotive-sector.html> [pristupljeno 19.04.2020]
12. Liu, W. & Dicken, P. 2006. Transnational corporations and "obligated embeddedness": FDI in Chinas automobile industry. *Environment Planning A*. 38: 1229-1247.
13. Liu, W. & Yeung, H.W-C. 2008. China's dynamic industrial sector: the automobile industry. *Eurasian Geography and Economics*, 49(5): 523-548.
14. Lung, Y. 2004. The changing geography of the European automobile system. *International Journal Automotive Technology and Management*, 4: 137-165.
15. OICA. 2018. World Motor Vehicle Production by Country and Type, 1997–2017. Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobile. Paris.
16. OICA. 2020. Production statistics. Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobile. Paris.
17. Pavlinek, P. 2002. Transformation of central and East European passenger car industry: selective peripheral integration through foreign direct investment. *Environment Planning A*, 34: 1685-1709.
18. Pavlinek, P. 2018. Global production networks, foreign direct investment, and supplier linkages in the integrated peripheries of the automotive industry. *Economic Geography*, 94: 141-165.
19. Peroni, F. 2020. Brazilian carmakers to stop production amid virus spread. *Fastmarkets MB*.
20. Dostupno na: <https://www.metalbulletin.com/Article/3924391/Brazilian-carmakers-to-stop-production-amid-virus-spread.html> [pristupljeno 22.04.2020]
21. Radić, N.. 2019. Strane direktne investicije kao katalizator ekonomskog rasta: slučaj automobilske industrije zemalja Centralne i Istočne Evrope. Doktorska disertacija. Univerzitet Educons. Sremska Kamenica.
22. Radić, V. 2014. Upravljanje rizicima u vojnoj industriji. Copy planet. Beograd.
23. Rostás, R. 2020. Ford to suspend output in Brazil, Argentina from next week amid coronavirus pandemic. *Fastmarkets MB*. Dostupno na: <https://www.metalbulletin.com/Article/3924002/Ford-to-suspend-output-in-Brazil-Argentina-from-next-week-amid-coronavirus-pandemic.html> [pristupljeno 22.04.2020]

24. Saberi, B. 2018. The role of the automobile industry in the economy of developed countries. *International Robotics and Automation Journal*. 4(3): 179-180.
25. Sturgeon, T., Van Biesebroeck, J. & Gereffi, G. 2008. Value chains, networks and clusters: reframing the global automotive industry. *Journal of Economic Geography*, 8: 297-321.
26. Sturgeon, T., Memedovic, O., Van Biesebroeck, J. & Gereffi, G. 2009. Globalisation of the automotive industry: main features and trends. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 2(1/2): 7-24.
27. UNCTAD. 2020. Trade and Development Report Update: Global trade impact of the coronavirus (COVID-19) epidemic. Geneve. Dostupno na: <https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcinf2020d1.pdf> [pristupljeno 20.04.2020]
28. Van Biesebroeck, J. & Sturgeon, T. 2010. Effects of the 2008–09 crisis on the automotive industry in developing countries: a global value chain perspective. In: Cattaneo, G., Staritz, C. (eds) *Global value chains in a postcrisis world: a development perspective*. The World Bank. Washington. pp. 209-244.

Datum prijema (Date of arrival): 21.08.2020.

Datum prihvatanje (Date accepted): 30.10.2020.

EKONOMSKO PRAVNA ANALIZA MEĐUNARODNIH INVESTICIJA

Vladan Stankovic¹, Gordana Mrdak², Miloš Miljković³

doi: 10.5937/Oditor2003089S

Originalni naučni rad

UDK:

339.727.22

338.1(497.11)

Rezime

Predmet rada je analiza prednosti i nedostatataka međunarodnih investicija (koje još nazivamo i strane direktne investicije - SDI) sa kratkim osvrtom na Republiku Srbiju i njen nivo i strukturu međunarodnih investicija. Cilj rada je da se ukaže na značaj i prezentuju kretanja međunarodnih investicija, kao i determinante većeg privlačenja međunarodnih investicija. Međunarodne investicije utiču na razvoj svake zemlje, a pogotovo zemalja u razvoju. Zemlje u tranziciji, gde spada i Srbija kao i sve zemlje u njenom susedstvu, osećaju nedostatak kapitala, pa im se najviše isplati da isti nadoknade međunarodnim investicijama. Zemlje koje imaju manje ili veće probleme u tekućem bilansu, međunarodne investicije koriste da bi uvećali izvoz i smanjile problem deficita u tekućem bilansu.

U radu se, na osnovu iskustva i teoretskog sagledavanja, ukazuje na neophodnost promena u našem poslovnom ambijentu, kako bi Srbija iskoristila strane direktne investicije (uz sve svoje negativne karakteristike) koje mogu i moraju da daju poseban doprinos i impuls njenom privrednom rastu.

Ključne reči: *međunarodne investicije, strane direktne investicije, multinacionalne kompanije, privredni rast, zaposlenost, izvoz*

Uvod

Definicija stranih direktnih investicija po Međunarodnom monetarnom fondu bi bila: „Međunarodna investicija koja odražava cilj subjekta u jednoj nacionalnoj ekonomiji da postigne trajan interes u preduzeću čije je sedište u drugoj nacionalnoj ekonomiji. Subjekat je direktan investitor, a preduzeće u drugoj zemlji je direktno investirano preduzeće. Trajan interes implicira postojanje dugoročne veze između

¹ Docent, dr Vladan Stankovic, Fakultet za poslovne studije i pravo, Beograd, R. Srbija, E-mail: vladisa.stankovic@gmail.com

² Docent, dr Gordana Mrdak, Univerzitet Alfa BK, Beograd, R. Srbija, E-mail: gordana.mrdak@alfa.edu.rs

³ Milos Miljkovic, mast. ekon., Kopnena Vojska, Beograd, R. Srbija, E-mail: milos.miljkovic.mekis@gmail.com

direktnog investitora i preduzeća i značajan stepen uticaja investitora na upravljanje preduzećem“.

Kao posledica procesa globalizacije i internacionalizacije svetske privrede međunarodne investicije u sintezi sa međunarodnom trgovinom robom i uslugama, utiču na privredni rast, povećavaju zaposlenost i podižu životni standard. Međunarodne investicije svoj primat doživljavaju krajem dvadesetog i početkom dvadesetprvog veka i sa ukupnim prilivom u iznosu od 2.099 milijardi USD u 2007.godini predstavljaju najveći priliv međunarodnih investicija u istoriji čovečanstva. U 2008.godini dolazi do smanjenja globalnih međunarodnih investicionih aktivnosti (1.770 milijardi USD) da bi u 2009.godini globalni priliv međunarodnih investicija iznosio 1.114 milijardi USD, što je pad za skoro 50% u odnosu na 2007.godinu.(UNCTAD WorldInvestment Report 2010).

Medjunarodne investicije predstavljaju ulaganja koja osiguravaju pravo vlasništva i pravo upravljanja nad kompanijom u koju se sredstva žele uložiti. Kada govorimo u stranim ulaganjima u preduzeća koja su u većinskom državnom vlasništvu, država bira privatnog investitora u inostranstvu. Privatni investitor za cilj ima profit, a država zaštitu dobara i dobrobit građana. Ključno pitanje partnerskih odnosa se svodi na postavljanje željenih ciljeva i izboru partnera.

S jedne strane država traži sposobnog partnera koji će osigurati sredstva i unaprediti poslovanje kompanije, kako bi se povećala ukupna korisnost od ulaganja. S druge strane, privatni investitor traži sposobnu državu koja će mu osigurati pravnu sigurnost i resurse.

Sva ulaganja imaju za cilj ostvarenje profita i to na način da se maksimiziraju prinosi od anagažovanja kapitala. Strana ulaganja predstavljaju investiranja koja čine investitori iz jedne zemlje u projekte u drugoj zemlji. Sa aspekta države u koju se ulaže, interes je brži razvoj na osnovu kapitala koji se ulaže u zemlju, kao i povećanje stope zaposlenosti, izvoza, težnja ravnoteži platnog bilansa.

Korišćena metodologija

Od metodologije korišćene su opšte naučne metode i tehnika prikupljanja podataka, primenjen je deduktivni metod, tj. oblik zaključivanja od opšteg ka posebnom što se ogleda kroz činjenicu da je teorijska podloga rada potkrepljena konkretnom praktičnom situacijom – opisan je rad multinacionalne kompanije Samsung i dat je prikaz priliva međunarodnih investicija u Srbiji. U radu je još korišćena i analiza, kao postupak kojim se ulazi u srž problema tako što se pojave i procesi raščlane na njihove sastavne delove. U svrhu komparativne analize i izvođenja sopstvenih stavova i konkluzija u radu je korišćena i metoda upoređivanja. Statističke metode su iskorišćene radi prikupljanja podataka i njihovog prezentovanja u tabelarnoj i grafičkoj formi.

Međunarodne investicija kao oblik kretanja kapitala

Međunarodne investicije ili strane direktne investicije predstavljaju jedan od oblika međunarodnog kretanja dugoročnog kapitala. Predstavljaju značajan oblik finansiranja svetske ekonomije i u odnosu na ostala dva oblika međunarodnog kretanja kapitala: (1) međunarodno kretanje zajmovnog kapitala i (2) portfelj investicije, međunarodne investicije imaju određene prednosti:

- Ne podrazumevaju značajnije odlive kapitala u budućnosti koji bi negativno uticali na tekući bilans i privredni rast i
- U odnosu na portfolio investicije međunarodne investicije predstavljaju stabilniji izvor kapitala. (Veselinović, 2004).

Fenomen međunarodnih investicija se može posmatrati sa dva aspekta: sa aspekta međunarodnog finansiranja ili makroekonomskog aspekta i sa aspekta industrijske organizacije ili mikroekonomskog aspekta: (Protić 2010)

- Sa **makroekonomskog aspekta**, međunarodne investicije predstavljaju poseban oblik kretanja kapitala preko granica nacionalne ekonomije i registruje se u kapitalnom delu bilansa plaćanja. Značaj ovog kretanja kapitala preko granica nacionalne ekonomije se ogleda u povećanju zaliha kapitala u zemlji domaćina, tj. vrednosti investicija zemlje investitora u konkretno preduzeće koji se nalazi pod kontrolom inostranih investitora ili u kome inostrani investitor poseduje određeni procenat glasačkih prava.
- **Mikroekonomski aspekt** posmatranja datog fenomena je usmeren ka objašnjenju motivacije za preduzimanje direktnih investicija u inostranstvu sa aspekta investitora. On se takođe bavi proučavanjem posledica preduzimanja ovakvih aktivnosti multinacionalnih korporacija ili afilijacija, koje nastaju na osnovu ovih investicija, kako po investitora, tako i na zemlju investitora i zemlju domaćina. Motivi i posledice su u suštini povezani sa kontrolom afilijacija od strane investitora i sposobnosti multinacionalni korporacija da koordiniraju aktivnosti matičnog preduzeća i afilijacija u inostranstvu.

Ako se posmatra istorijski tok razvoja stranih direktnih investicija, moglo bi se reci sledeće: Pojava međunarodnih investicija se vezuje za drugu polovinu 19.veka. Portfelj investicije privatnih lica dominiraju sve do prvog svetskog rata, kada do 1929.godine preovlađuju direktne investicije, a nakon toga državni kapital postaje oblik koji preovlađuje prilikom investiranja u inostrane zemlje, sve do 1960. godine. U periodu između I i II svetskog rata direktne investicije su imale tok iz Severne Amerike u Kanadu i Južnu Ameriku, dok su u periodu nakon II svetskog rata one usmerene u zemlje Bliskog istoka koje poseduju velike rezerve nafte. U novije vreme tok investicija je sve više iz Evrope i Japana prema SAD-u i zemljama u tranziciji.

Oblici međunarodnih investicija

Postoje tri glavne kategorije međunarodnih investicija:

- 1) **Equity capital** – vrednost investicija u akcije preduzeća u inostranstvu. Stanje vlasničkog uloga od 10% ili više običnih glasačkih prava u akcionarskom preduzeću ili neakcionarskom preduzeću obično sesmatra kao granica za kontrolu aktive. Ova kategorija obuhvata merdzere i akvizicije i stvaranje novih postrojenja, tzv. greenfield investicije.
- 2) **Reinvestirani profiti (zarade)** – prihodi od afilacija u inostranstvu koji nisu raspodeljeni u dividende i nisu vraćeni nazad u matičnu zemlju, tj. zemlju investitora. Pretpostavlja se da se zadržani profiti reinvestiraju u afilaciju;
- 3) **Ostali kapital** (intra-kompanijski zajmovi ili intra kompanijske dugovne transakcije) – kategorija koja se odnosi na kratkoročne i dugoročne pozajmice i zajmove između matičnog preduzeća (direktnog investitora) i njegovih filijala.(UNCTAD,World Investment Report 2003)

Oblici neposrednog ulaganja kao najznačajnijeg vida stranih ulaganja (tu su još *joint ventures*, protfelj investicije, akvizicije, ulaganja u privatizaciju i koncesije) mogu biti sopstvena preduzeća u inostranstvu, mešovita i zajednička preduzeća u inostranstvu (sa učešćem u kapitalu) i filijale, odnosno organizacione jedinice. Kategorije ovih ulaganja uzimaju oblik akcijskog kapitala, brownfield i greenfield investicija i reinvestiranog profita stranog ulagača. (Vemić, 2008)

Međunarodne investicije mogu se ostvariti u različitim oblicima i realizovati na različite načine, najčešće se realizuju kroz:

- osnivanje novog preduzeća (greenfield investicije) u potpunom vlasništvu stranca ili kroz zajednička ulaganja (*joint venture*);
- kupovinom postojećih preduzeća u drugoj državi, dokapitalizacijom ili pretvaranjem kredita u vlasništvo - swop aranžman (tzv. prekogranične akvizicije);
- spajanjem kompanija - fuzijom;
- zajednička ulaganja bez prava vlasništva (tzv. ugovorna ulaganja) i
- investiranje u koncesije (Unković, Kordić, 2011)

Multinacionalne kompanije

su kompanije koje poseduju velike proizvodne kapacitete u više zemalja, a preko svojih ispostava, imaju veliki godišnji promet koji se može meriti milionima evra, izvode različite poslovne, finansijske i investicione projekte van matične zemlje, imaju hijerarhijsko organizovano poslovanje, te njihovi ljudski i finansijski kapaciteti

čine povezanu celinu čije je poslovanje uređeno zajedničkom strategijom.(Stojadinović, Jovanović, 2008)

Na proces globalizacije svetske ekonomije veliki uticaj ima razvoj multinacionalnih kompanija iz najrazvijenijih zemalja sveta, a posebno iz SAD-a. Slobodan protok kapitala i roba i maksimizacija profita, zaštićeni su i regulisani pravnom normama koje uspostavljaju važne svetske organizacije kao što su Međunarodni monetarni fond i Svetska banka. Tako uspostavljena pravila i zakonske propise slobodnog tržišta daju multinacionalnim kompanijama slobodu i širok proctor za delovanje na svetskom nivou. Iz tog razloga se pored termina „međunarodna ekonomija“ ne retko koristi i termin „multinacionalna ekonomija“. Prema procenama UNCTAD-a „...danas u svetu ima oko 60.000 multinacionalnih kompanija, sa oko 500.000 njihovih podružnica.“

Prema proceni UNCTAD-a, 100 najvećih multinacionalnih kompanija ne računajući banke, prodaju godišnje robe za 2,1 milijardi dolara u celom svetu, a izvan granica matične zemlje, preko svojih ćerki firmi, zapošljavaju 6 miliona ljudi. Procenjuje se da više od 90% multinacionalnih kompanija dolazi iz zapadnih zemalja. (Jašić, 2003)

Sarah Anderson i John Cavanagh u članku Top 200: The rise of global corporate power navode sledeće podatke: (1) Od prvih sto najvećih svetskih ekonomija, 51 su međunarodne korporacije, a samo 49 su države, (2) Da je plasman proizvoda 200 najvećih korporacija veći od četvrtine svetskih ekonomskih aktivnosti, (3) Da je plasman proizvoda 200 najvećih korporacija veći od plasmana svih ekonomija sveta, izuzev devet najbogatijih, što znači da nadmašuju kombinovanu ekonomiju preko 180 zemalja. (4) Osam najvećih proizvođača telefona ubrzano širi prodaju na svetskom tržištu, dok 9/10 čovečanstva nema mobilni uređaj. <http://www.globalpolicy.org/socecon/tncs/top200.htm>

Tabela 1. - Broj osnovanih filijala industrijska preduzeća iz razvijenih zemalja do kraja 1945.godine

Zemlja Period	Iz SAD	Iz Velike Britanije	Iz zemalja kontinentalne Evrope	Iz Japana	Ukupno
Pre 1914.	122	60	167	0	349
1914-1919.	71	27	51	0	149
1920-1929.	299	118	249	1	667
1930-1939.	315	99	112	3	529
1940-1945.	172	34	44	40	290

Izvor: (Svitličić, 1986)

Multinacionalne kompanije sklapaju pravno-obavezujuće sporazume o slobodnoj trgovini kako bi maksimizirale svoj profit prenošenjem centar svojih radnih aktivnosti u zemljama Trećeg sveta, gde nemaju obavezu plaćanja radne snage velikim zaradama i ne moraju se brinuti o zaštiti životne sredine. To se može opisati

sledećim primerom: Firma iz Amerike proizvede neke delove za određeni proizvod, recimo auto, i pošalje ih u Južnu Ameriku na sklapanje iz razloga što u većini zemalja na tom kontinentu radnici rade za veoma niske plate, gde su sindikati slabo organizovani, skoro pa da ih nema, a gde se pitanja o zaštiti životne sredine skororo i ne postavljaju. Tako sklopljene komponente se vraćaju u Ameriku, čime tzv. izveženi proizvodi u Latinsku Ameriku zapravo nikad ne dođe do njenog tržišta, već se samo radi o unutrašnjim transferima proizvoda jedne kompanije. (Šimleša, 2005)

U prilogu ranije iznetog ide i podatak da je General Motors osamdesetih godina zapošljavao 7.000 ljudi u Meksiku, a danas 75.000, sve više zatvara svoja postrojenja u Americi i ista otvara u Meksiko i Poljsku. Mercedes odlazi u Albaniju, Volkswagen u Češku, a Nike u Indoneziju. U tom istom periodu broj zaposlenih u General Motorsu u Kanadi je pao sa 40.000 na 26.000. Slična situacija je i sa Nestleom, koji ima preko 200.000 zaposlenih kao stranu radnu snagu. Shell od 117.000 ukupno zaposlenih ima 85.000 ljudi kao stranu radnu snagu. (Šimleša, 2005).

Uočavajući ekonomski značaj multinacionalnih kompanija, kao glavne činioce stranih direktnih investicija, mnoge zemlje nastoje da ih privuku i svoju državnu politiku prilagode njima. Promene u nacionalnim politikama u odnosu na međunarodne investicije ide u prilog činjenici da države pokušavaju na različite načine da privuku strane investiture i na taj način krenu u proces liberalizacije. Kako razlika između međunarodnih investicija postoji i tako razlikujemo one “visoko kvalitetne” (sa jakim vezama sa domaćom privredom, jakom izvoznom orijentacijom i značajnim transferom znanja i tehnologije) i one “nisko kvalitetne”, izazov koji se postavlja pred tvorce nacionalnih politika je da u zemlji privuku više i što je moguće, kvalitetnije međunarodne investicije. (Stojadinović Jovanović, 2007)

Analiza multinacionalnih kompanija sa osvrtom na kompaniju Samsung Co

Deset najprofitabilnijih kompanija na svetu ostvarilo je u 2014. godini čistu dobit od skoro 300 milijardi dolara. Sudeći po ovoj listi svetom vladaju Kinezi, a najzastupljeniji su bankarski, naftni i IT sektori.

Tabela 2. – 10 najprofitabilnijih kompanija u 2014. godini

Rbr.	MNK / Sedište – država	Delatnost	Čist prihod (milijarda \$)
1.	Industrial and Commercial Bank of China Limited – Kina	Bankarstvo i fin. usluge	42,7
2.	Apple INC – SAD	IT tehnologija	37,0
3.	Gazprom OAO – Rusija	Nafta i gas	35,7
4.	China Construction Bank Co. – Kina	Bankarstvo i fin. usluge	34,9
5.	Exxon Mobil Co. – SAD	Nafta i gas	32,6
6.	Samsung Electronics Co – J. Koreja	IT i Elektronika	27,2
7.	Agricultural Bank of China – Kina	Bankarstvo i fin. usluge	27,1
8.	Bank of China Ltd. – Kina	Bankarstvo i fin. usluge	25,5
9.	BP plc – Velika Britanija	Nafta i gas	23,5
10.	Microsoft Corporation – SAD	Softveri	22,1

Izvor: <http://www.top10.bajweb.com/10-kompanija-sa-najvecim-prihodima-u-2014-godini/>

Od 1969.godine kada je u Koreji osnovana kompanija pa sve do danas, kompanija Samsung postala je lidera u oblasti IT tehnologije, sa vise od 200 filijala u drugim zemljama u svetu. Kompanija proizvodi elektronske kućne aparate, a najviše monitore, televizore, mašine za pranje veša, štampače i frižidere, a primat ima u prouzvodnji mobilnih telefona, kao što su pametnih telefoni i tablet računari. Osim toga, Samsung proizvodi i DRAM memoriju i nememorijske poluprovodnike.

Oblasti poslovanja kompanije Samsung su:

- Ogranak za potrošačku elektroniku,
- Ogranak IT & mobilnih komunikacija i
- Hardverska rešenja.

Samsung je u odnosu na sve ostale svetske kompanije koje se bave proizvodnjom tech proizvoda u vođstvu, ali kompanija naročito dominira u proizvodnji displej panela.

Prema podacima, kompanija Samsung zauzima prvo mesto po godišnjoj prodaji televizora, a u 2014.godini kompanija je na tržištu učestvovala sa 29,2% dok na američkom tržištu, Samsung zauzima 35,3% tržišta. Po prognozama DisplaySearcha, ukoliko Samsung nastavi sa ovakvim trendom, držaće preko 30% svetskog tržišta TV uređaja.
http://www.benchmark.rs/vesti/samsung_na_vrhu_globalnog_tv_trzista_devetu_godinu_zaredom-55375

Usled povećanja konkurencije od strane tržišnih rivala kao što Beijing Xiaomi Technology Co., Ltd., Huawei, Apple, Sony i Microsoft, u kompaniji veruju da će proizvodna baza u Vijetnamu imati ključnu ulogu u naporima kako bi se poboljšala konkurentnost. Kompanija je dobila ugovor za izgradnju Mersey Gateway mosta u Engleskoj i nekoliko nebodera u Indiji i Maleziji, a u Mumbaiju, u Indiji, kompanija je ugovorila izgradnju dva komercijalno-stambena kompleksa zgrada, najveći kongresni centar zemlje.

Efekti međunarodnih investicija

Privlačenje međunarodnih investicija ima za cilj:

- omogućavanje i ubrzavanje rasta BDP-a, tj. proizvodnje;
- stimulaciji izvoza,
- obezbeđivanje modernih tehnologija, i
- obezbeđivanje stabilnog privrednog privrednog rasta koji se realizuje prilivom inostrane akumulacije.

Međunarodne investicije u sprezi sa međunarodnom trgovinom predstavljaju ključni faktor razvoja globalizacije kao i globalne privrede u celini.(Ggnjatović i ostali 2002)

Efekti međunarodnih investicija na zemlju korisnika mogu biti i pozitivni i negativni.

Međunarodne investicije utiču na trgovinski bilans, kroz efekte na izvoz i uvoz. Da li će efekti međunarodnih investicija na trgovinski bilans biti pozitivni ili negativni zavisi od sektorske strukture međunarodnih investicija i jakih veza međunarodnih investicija i proizvodnih podračuna. Za očekivati je pozitivne efekte na trgovinski bilans, ukoliko je osnovni cilj međunarodnih investicija ostvarivanje prednosti usled jeftin radne snage u zemlji domaćina, a negativni ukoliko je glavni cilj međunarodnih investicija obuhvat novog tržišta. Znači, kratkoročni i dugoročni efekti međunarodnih investicija na tekući račun platnog bilansa je usko povezan sa efektima koje međunarodne investicije imaju na domaću štednju i ekonomski razvoj. (Jaćimović,Bjelić,Marković 2013)

Pozitivni efekti međunarodnih investicija

Značaj međunarodnih investicija se naročito ogleda u trenucima ekonomskih kriza i perioda posle istih jer pokreću privredu zemalja zahvaćenih krizom kao i onih zemalja koje se nalaze u tranziciji. Svaka zemlja koja se nalazi u tranziciji ili je u razvoju ima problem sa količinom kapitala za koji se zna da pokreće ekonomski rast i razvoj privrede svake zemlje. Međunarodne investicije u odnosu na međunarodne kredite, ne podrazumevaju vraćanje kmate i glavnice, a pozitivno utiču na stabilizaciju inflacije, rastu BDP-a i poboljšanje platnog bilansa. Međunarodne kompanije preko svojih filijala u drugim zemljama sveta zapošljavaju stanovništvo iz okruženja u kojem posluju te smanjuju stopu nezaposlenosti i povećava dohodak loklanog stanovništva. Isplatom poreza i doprinosa na zarade za radnike koje su zaposlile, pune fondove za zdravstvena osiguranja kao i penzione fondove, a veliku korist od njih imaju i budžeti loklanih samouprava.

Svaka međunarodna investicija pokreće nov biznisa u inostranstvu, odnosno u zemlji domaćina, jer da bi se maksimizirao profit i postigao željeni cilj neophodan je transfer tehnologija naročito onih iz oblasti menadžmenta i marketinga kao i tehničkih znanja. Kada jedna tako razvijena međunarodna kompanija otpočne sa poslovanje u zemlju domaćina, ona uzročno posledično utiče i na domaće kompanije u smislu njihovog pospešivanja i poboljšanja načina poslovanja, jer te domaće kompanije pokušavaju da po ugledu na novog konkurenta na tržištu prilagode svoje poslovanje, a na taj način se povećava konkurentnost na celokupnom tržištu zemlje. Sve međunarodne kompanije

višak svojih proizvoda izvoze, pa tako zemlja domaćin poboljšava svoj imidž u svetu. Države sa malim i nerazvijenim tržištima nemaju sposobnost da pokrenu proizvodnju zbog visokih fiksnih troškova, jer se ne ostvaruju efekti ekonomije obima. Međunarodne investicije po dolasku u u takvu zemlju omogućavaju da se njena nacionalna ekonomija upusti u industrijama sa većim nivoom proizvodnje i višim fiksnim troškovima. Međunarodne investicije imaju pozitivan efekat na privredni rast tako što utiču na: prelivanje znanja i tehnologije, porast domaće stope investicija i efikasnost preuzetog preduzeća. (Bubnjević, Efekti stranih direktnih investicija po zemlju domaćina).

Negativni efekti međunarodnih investicija

Razlog koji antiglobalisti daju kao razlog protiv međunarodnih investicija je visok stepen izrabljivanja radne snage. Multinacionalne kompanije u cilju uvećanja svog profita, kapital usmeravaju ka zemljama u kojima je minimalna zarada na niskom nivou, gde su prava radnika niska, a novčana nadoknada za uloženi rad niska.

Države, kako bi privukle međunarodne investicije, pravne norme kao i razvoj privrede usmeravaju prema interesima i potrebama multinacionalnih kompanija, a nedovoljno se vodi računa o ciljevima nacionalne ekonomije i društvenog razvoja. U cilju izbegavanja takvih pojava, kreatori ekonomske politike u obavezi su da onemoguće urušavanje domaće privredne strukture, a da preko aktivnosti multinacionalnih kompanija ostvare nacionalne makroekonomske ciljeve. Transparentnost tržišta bi mora biti jedan od primarnih zadataka države. Takav problem se može pojaviti u nedovoljno razvijenim ekonomijama i dovodi do toga da velike multinacionalne kompanije u prvim godinama poslovanja mogu dampig cenama "ispumpati" konkurenciju sa tržišta, a zatim iskoristiti dominantan položaj i na taj način stvore monopol, koji dovodi do rasta cena i smanjenja mogućnosti raznolikosti robe. (Bubnjević, Efekti stranih direktnih investicija po zemlju domaćina).

Prelazak profita iz firme ćerke, odnosno filijale multinacionalne kompanije, ka zemlji u kojoj je matična kompanija je još jedan nedostatak protiv međunarodnih investicija. Kao obrazloženje se navodi da takva pojava dovodi do preliivanja akumulacije kapitala zemlje domaćina u inostranstvo. Sve države pokušavaju da zakonskim putem spreče ovu pojavu. Transfer profita narušava platni bilans, pa se događa da prvobitni pozitivan efekat koji nastaje prilivom kapitala u nekim slučajevima bude u potpunosti neutralisan.

Kao negativni efekti se mogu navesti eksploatacija prirodnih resursa i korišćenje infrastrukture u čijoj investiciji multinacionalne kompanije nisu učestvovali. Strane kompanije koje kupuju domaće firme koriste mnogo manje domaćih inputa u svojoj proizvodnji te se i ta pojava ističe kao negativna, a kao

rešenje se predlaže da država utiče na filijale multinacionalnih kompanija pravnim merama i merama koje neće uticati na uslove njihovog poslovanja na tržištu zemlje domaćina, da ne uvoze celokupne proizvodne inpute i omogućiti im saradnju sa domaćim dobavljačima.

Međunarodne investicije u svetu

Što su pravila ponašanja na međunarodnom, odnosno svetskom tržištu složenija i stroža, to je globalno tržište kapitala jače i njima se obezbeđuje stabilnost svake zemlje, kako ekonomska tako i politička. Globalizacija privlačenja međunarodnih kompanija iziskuje i međunarodnu standardizaciju finansijskog sistema svake zemlje kao i bolju ekonomsku politiku. Standardizacija uspostavljena kroz međunarodne sporazume u domenu zaštite investicija i izbegavanju dvostrukog ekonomskog oporezivanja, predstavlja najsigurniji vid zaštite kapitala međunarodnih kompanija uloženog u ekonomiju drugih zemalja u obliku međunarodnih investicija.

Tabela 3. prikazuje prisutni sažetak statistika međunarodnih investicionih tokova na temelju geografskog položaja regiona izvora i regiona domaćina. Primetan je visok stepen regionalizacije širom sveta, sa izuzetakom MENA regiona. Nadalje, postoji visok nivo klastera između i unutar regiona Severne Amerike i Europe. Azija takođe ističe kako je jedan od glavnih koncentratora i za priliv i za odliv SDI. Latinska Amerika prima najviše međunarodnih investicija od Severne Amerike, Europe i Azije. Isto tako, i u Afriku su najveći ulagači: Severna Amerika, Europa i Azija.

Tabela 3. - Raspodela tokova međunarodnih investicija na temelju geografskog položaja

Host/Home Country		Europe	MENA	Latin America	Asia	North America	Africa	Oceania
Europe	Mean	453.116	3.083	16.470	40.002	660.575	11.853	61.835
	Obs.	10,160	209	1,077	3,800	1,466	1,139	538
MENA	Mean	51.572	5.276	0.000	5.840	13.860	1.588	0.000
	Obs.	263	5	0.000	43	26	12	0
Latin America	Mean	171.639	0.000	26.537	134.713	394.690	69.550	56.795
	Obs.	1,474	0	437	180	320	19	20
Asia	Mean	98.311	0.000	1.784	473.818	781.845	3.457	40.627
	Obs.	4,127	0	77	1,352	417	100	209
North America	Mean	1,169.661	-0.871	12.497	429.319	1,433.312	0.198	787.762
	Obs.	1,666	24	278	639	461	137	96
Africa	Mean	63.239	1.332	0.000	32.826	114.051	16.943	13.199
	Obs.	1,760	3	0	125	198	22	12
Oceania	Mean	176.799	0.000	0.311	162.398	519.647	20.682	464.632
	Obs.	401	0	11	236	101	12	65

Izvor: Svetska banka, <http://siteresources.worldbank.org/>

Slika 1. Top 20 ekonomija investitora



Izvor: World Investment Report, Investment and Trade for Development

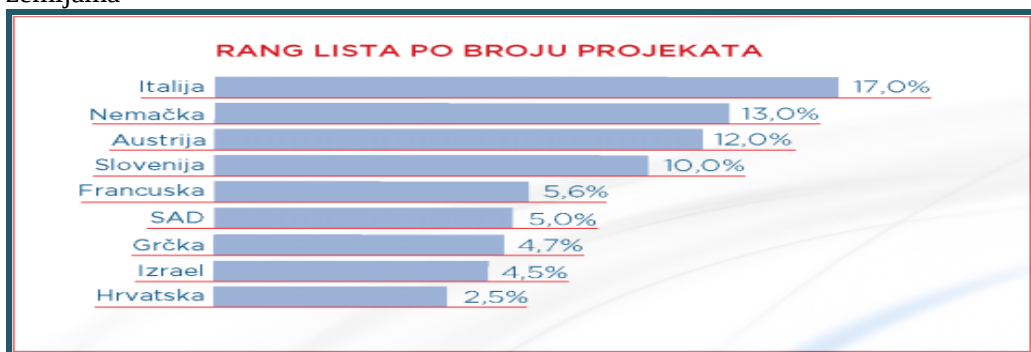
Vodeći davaoci međunarodnih investicija u svetu su: SAD i Japan koji su zadržali pozicije iz prethodne godine, dok je na 3. mestu Kina. Uglavnom se strane direktne investicije povezuju sa jačinom ekonomije. Što je ekonomija države jača i razvijenija, to je i njen udeo međunarodnih investicija u drugim manje razvijenijim zemljama veći.

Međunarodne investicije u Srbiji

Stvaranje povoljnih institucionalnih okvira u domaćoj privredi predstavlja bitan preduslov za priliv inostranog kapitala. „Direktna strana ulaganja obezbeđuju povezivanje finansijskih, proizvodnih, logističkih i spoljnotrgovinskih tokova. Efekte međunarodnih investicija osećaju i privreda zemlje domaćina i privreda zemalja izvoznica kapitala. (Grandov, 2009)

Privreda Srbije se krajem dvadesetog veka nalazila u veoma teškom stanju koje je u velikoj meri bilo posledica ekonomskih sankcija, međuetničkih sukoba i ratova, izolovanosti sa izričitom zabranom investiranja i sl. Odnos prema Srbiji se promenio nakon 2000. godine kada počinje i osetniji priliv međunarodnih investicija, naročito iz razloga jer je regulatorno i političko okruženje u Srbiji postalo privlačnije za međunarodne investicije. Najveći neto priliv međunarodnih investicija je ostvaren 2006.godine (4.286 miliona USD), nakon čega dolazi do postepenog smanjenja istih.

Slika 2. Postotak ucesca međunarodnih investicija u Srbiji po zemljama



Izvor: SIEPA, 2014.

Poslovno okruženje je značajan činilac podsticaja za firme da inoviraju i da povećaju produktivnost. Visoka produktivnost utiče na povećanje zaposlenosti, ubiranje javnih prihoda neophodnih za finansiranje javnih rashoda. Upravljanje javnim prihodima i poštovanje propisa su osnova stabilnosti poslovnog okruženja. Infrastruktura utiče na konkurentnost privrede i stvara poslovno okruženje pogodno za rast i razvoj firme. Slobodan spoljnotrgovinski promet omogućava širenje tržišta i unapređenje efikasnosti izvoznika. Razvijeno finansijsko tržište omogućuje nesmetan platni promet, mobilizaciju depozita i finansiranje investicija. Značajni su korišćenje različitih izvora finansiranja, korišćenje finansijskih tržišta, korišćenje finansijskih usluga, procenat firmi sa bankarskim kreditima, procenat firmi sa finansijskim izveštajima i računima. Informacione i komunikacione tehnologije su pokretači nosilac privrednog razvoja. Doprinos inovacija je u povećanju proizvodnje, izvoza i konkurentnosti privrede u celini. (Raičević, Ignjatijević, 2011). Najčešći vid priliva stranog kapitala u Srbiji je u vidu kupovine domaćih preduzeća ili banaka. S obzirom da srpsku privredu karakteriše niska akumulativna sposobnost, minimalna štednja SDI dobijaju na značaju. Za Srbiju i sve zemlje u tranziciji, neophodne su strane direktne investicije, koje bi pokrenule ekonomski rast zemlje. Prema podacima UNCTAD-a u Srbiju je poslednjih 10 godina ušlo 16 milijardi \$. Analiza pokazuje da je dominantno učešće investicija iz evropskih zemalja, uz manje učešće investicija koje potiču iz Amerike. (Raičević, Ignjatijević, 2011)

Slika 3. Dvadeset najvećih investitora u Srbiji

Kompanija	Zemlja porekla	Delatnost	Iznos investicije (u milionima EUR)
Telenor	Norveška	Telekomunikacije	1602
Banca Intesa – Delta banka	Italija	Finansije	1355
Gazprom Neft - NIS	Rusija	Nafta i gas	947
Fiat Automobili Serbia	Italija	Automobilska industrija	940
Delhaize	Belgija	Trgovina	933
Philip Morris DIN	SAD	Duvanska industrija	733
Stada - Hemofarm	Nemačka	Farmaceutska industrija	650
Mobilkom - VIP Mobile	Austrija	Telekomunikacije	633
Agrokor	Hrvatska	Hrana, piće i poljoprivreda	614
Raiffeisen bank	Austrija	Finansije	500
Merkator	Slovenija	Trgovina	500
Salford Investment Fund	Engleska	Hrana, piće i poljoprivreda	500
Eurobank EFG	Grčka	Finansije	500
StarBev–Apatinska pivara	SAD	Hrana, piće i poljoprivreda	487
CEE / BIG shopping centers	Izrael	Nekretnine	470
National Bank of Greece – Vojvodanska banka	Grčka	Finansije	425
Crédit Agricole Srbija	Francuska	Finansije	264
Fondriaria SAI	Italija	Osiguranje i penzije	220
Lukoil - Beopetrol	Rusija	Nafta i gas	210
British American Tobacco South East Europe	Engleska	Duvanska industrija	200

Izvor: PKS: Srbija-vas poslovni partner, Beograd, 2013.godina

Prednosti ulaganja u Srbiji su:

- Povoljan geografski položaj, koji omogućava da isporuke stignu do bilo koje lokacije u Evropi u roku od 24 časa
- Mogućnost bescarinskog izvoza oko 4.650 proizvoda u SAD
- Visoko obrazovana, a jeftina radna snaga
- Jednostavne procedure osnivanja i registracije preduzeća
- Jednostavne procedure za obavljanje spoljno-trgovinskog posla i realizaciju stranog ulaganja (<http://www.pks.rs/>)

Slika 10. Koridori: Srbija – centar JI Evrope



Izvor: <http://www.raris.org/projekti/uvod.htm>

- Prohodnost robe do oko 800 miliona potrošača na osnovu sporazuma o slobodnoj trgovini:
 - Srbija u martu 2012. dobila status kandidata u EU
 - CEFTA Sporazum
 - Sporazum sa članicama EFTA
 - Autonomni trgovinski preferencijali EU odobreni su u decembru 2000, a u februaru 2010. počela je primena Prelaznog trgovinskog sporazuma sa EU
 - Sporazumi sa Ruskom Federacijom, Belorusijom i Kazahstanom i Turskom.

Privlačenje stranog kapitala može da ima ključnu ulogu u povećanju stope privrednog rasta, unapređenju konkurencije domaćih proizvoda i usluga, smanjenju siromaštva, smanjenju nezaposlenosti kao trenutno najvećeg socijalnog i ekonomskog problema u Srbiji, transferu modernih tehnologija i unapređenju znanja zaposlenih. Iz tog razloga se od države očekuje odlučnije angažovanje na unapređenju atraktivnosti zemlje za privlačenje stranog kapitala i to posebno u onim industrijskim granama u kojima postoje komparativne prednosti na kojima i treba zasnivati dalji privredni rast i razvoj. Cilj, međutim, ne treba da bude samo privlačenje SDI veći potpuno iskorišćavanje pozitivnih efekata koje one mogu da imaju na privredu u celini. (Redžepagić, Beraha, Đuričin, 2011)

Zaključak

Ulaganja stranih investitora su potrebna svim zemljama, a naročito zemljama koje se nalaze u procesu tranzicije, kod kojih je primetna gotovo konstantna nestašica sopstvenog kapitala, upravljačkih znanja (menadžment), savremene tehnologije, izvoznih kanala, i onih koji nemaju domaću štednju iz koje bi mogli da samostalno finansiraju sopstveni razvoj. Kao alternativa dolasku međunarodnih investicija postoje krediti – komercijalni ili krediti međunarodnih finansijskih institucija (ovo pretpostavlja državne investicije), i finansiranje investicija iz domaće štednje.

Međunarodne investicije imaju veliku ulogu u ekonomskom razvoju zemlje. Njihov značaj doprinosi smanjenju regionalnih neravnomernosti što se manifestuje kroz dodatne resurse koje sa sobom nose, a to su: transfer kapitala, tehnologije, menadžerska i organizaciona znanja i veštine, pristup izvoznim tržištima, povećanje efikasnosti domaće privrede snižavanjem troškova proizvodnje (direktno) i podsticanjem konkurencije na domaćem tržištu (indirektno), korišćenje ekonomije obima i dr. Pored toga što obezbeđuju priliv neophodnih sredstava za investicije SDI otvaranju procese partnerskih odnosa

sa kompanijama iz najrazvijenijih zemalja koje predstavljaju nosioce razvoja u svojoj delatnosti na globalnom nivou.

Međunarodne investicije imaju pozitivne efekte na privredni rast, zaposlenost i izvoz. Postoji nekoliko kanala putem kojih međunarodne investicije ubrzavaju privredni rast. Nove investicije direktno doprinose rastu BDP-a, bilo putem veće proizvodnje potrošnih dobara, ili putem proizvodnje dobara za proizvodnju kroz rast kapitala i/ili tehnološkog progressa. Međunarodne investicije i indirektno imaju pozitivan uticaj na privredni rast usled prenošenja znanja – efikasni sistemi upravljanja ili proizvodni *know-how* (*znati kako*), ili usled uticaja na domaće firme da usvoje novu tehnologiju. Priliv stranih investicija stimuliše više rast domaće potrošnje, nego rast konkurentnosti izvoza u svim zemljama regiona Zapadnog Balkana. Može se reći da region ima ozbiljne probleme u izvoznoj konkurentnosti. Mali uticaj međunarodnih investicija na izvoznu industrijsku konkurentnost, može se objasniti sektorskom strukturom međunarodnih investicija. Investicije u industrijski sektor su bile značajno manje, nego deo koji je išao u sektor usluga. Proces privatizacije je bio glavni motor priliva stranih investicija u Zapadni Balkan, a ovaj priliv je dominantno orjentisan ka sektoru usluga, kao što su: bankarstvo, telekomunikacije, trgovina, energija i delimično u nekretnine.

Kao zaključak se može izvesti sledeće:

- Neto priliv međunarodnih investicija na globalnom nivou imao tendenciju rasta do početka svetske ekonomske krize, kada su međunarodne investicije, naročito 2009. godine beleže veliki pad. Od 2010.-2019.godine neto priliv od međunarodnih investicija na globalnom nivou ima tendenciju rasta.
- Zapadna Europa je vodeći izvor region za direktna strana ulaganja u 2019.godini (34,94 % svih FDI u 2013. godini).
- Top pet sektora po kapitalnim ulaganjima u 2019.godini, što čini 47,26% od međunarodnih investicija na globalnom nivou su: sektor proizvodnje uglja, nafte i prirodnog gasa; sektor komunikacija; sektor poslovnih usluga; sektor obnovljivih izvora energije i sektor nekretnina.

Literatura

1. Arjoon, V. (2016) Microstructures, financial reforms and informational efficiency in an emerging market, Research in International Business and Finance, 36 (4), pp. 112-126.
2. Bubnjević D: Efekti stranih direktnih investicija po zemlju domaćina, Škola biznisa, Naučnostručni časopis, str.70-79

3. Chen K.H., , Wang, C.H., Huang, S.Z., Shen, G.C. (2016) Service innovation and new product performance: The influence of market-linking capabilities and market turbulence, *International Journal of Production Economics*, 172(3), pp. 54-64
4. Veselinović, P. (2004): Uticaj stranih direktnih investicija na razvoj nacionalne ekonomije, *Ekonomski horizonti*, 2004, 6, (1-2) str. 29-43
5. Gnjatović, M. i ostali (2002): *Svetska privreda u informatičkoj eri*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd
6. Grandov, Z., (2009): *Međunarodna ekonomija i globalizacija*, Beogradska trgovačka omladina BTO, Beograd
7. Liang, W., Yang, M. 2019. Urbanization, economic growth and environmental pollution: Evidence from China, *Sustainable Computing: Informatics and Systems*, 21, 1-9
8. Jašić, Z. (2003): Globalizacija i ekonomska politika, *Zbornik Globalizacija u Hrvatskoj, Hrvatska u globalizaciji*, Udruga 11.sječanj 1972, Zagreb
9. Jaćimović D, Bjelić P., Marković I. (2013): Uticaj svetske ekonomske krize na međunarodne investicione i trgovinske tokovi u regionu zapadnog Balkana, *Ekonomске teme*, 51 (1): 1-20, <http://www.eknfak.ni.ac.rs/src/Ekonomске-teme.php>
10. Jaeger N, Zacharias N., Brettel, M. (2016) Nonlinear and dynamic effects of responsive and proactive market orientation: A longitudinal investigation, *International Journal of Research in Marketing*, 33(4), pp. 767-779
11. Martin, V., (2018): Overview of the foreign exchange market in Serbia, *Banking*, 2018, vol. 47;
12. Milojević, I. M., Mihajlović, M. B., & Vladislavljević, V. D. (2015). Economic accounting aspects of solving the problem of carbon emission. *Vojno delo*, 67(6), 43-52.
13. Protić, M.(2010): Menadžment stranih direktnih investicija, naučni rad, Univerzitet Singidunum, Beograd
14. Raičević V., Ignjatijević S. Strane direktne investicije kao podsticaj razvoja Srbije, *EDASOL 2011, Zbornik radova 23-24 septembar 2011.*, Banja Luka, str. 439-448
15. Redžepagić, S., Beraha I., Đuričin S., Preporuke za unapređenje poslovnog okruženja u cilju intenzivnijeg privlačenja stranih direktnih investicija i privrednog razvoja Republike Srbije, *EDASOL 2011, Zbornik radova 23-24 septembar 2011.*, Banja Luka, str. 448-456
16. SIEPA, Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza (2014): *Investirajte u Srbiji*, <http://siepa.gov.rs/>
17. Stojadinović, Jovanović, S., (2008): *Međunarodna trgovina i transnacionalne kompanije – supstitut ili dopuna*, izvorni naučni rad, MP 1, Vol. LX, br. 1, Beograd, pp. 93-115

18. Svitličić, M. (1986): Zlatne niti transnacionalnih kompanija, Beograd
19. Thirion, G. 2017. European Fiscal Union: Economic rationale and design challenges. CEPS Working Document No. 2017-01
20. Vaninsky, A. 2019. Environmental protection via optimal global economic restructuring, *MethodsX*, 6, 750-755
21. Unković, M., Kordić, N. (2011): Menadžment stranih direktnih investicija, 8. naučni skup sa međunarodnim učešćem, Sinergija, str. 14-25
22. World Investment Report, 1998, Geneva
23. World Investment Report 2010, New York and Geneva, 2010, http://unctad.org/en/Docs/wir2010_en.pdf
24. World Investment Report 2003: FDI Policies for Development: National and International Perspectives“, annexes, United Nations: New York and Geneva
25. World Investment Report 2013: Global Value Chains: Investment and Trade for Development,
26. Šimleša, D. (2005):, Snaga utopije, Što čitaš, Zagreb
27. <http://www.top10.bajweb.com/10-kompanija-sa-najvecim-prihodima-u-2014-godini/> (
28. http://www.benchmark.rs/vesti/samsung_na_vrhu_globalnog_tv_trzista_dev_etu_godinu_zaredom-5537
29. <http://siteresources.worldbank.org/>
30. <http://www.pks.rs/>

ECONOMIC-LEGAL ANALYSIS OF INTERNATIONAL INVESTMENTS

Vladan Stankovic¹, Gordana Mrdak², Miloš Miljković³

Abstract

The subject of this paper is an analysis of advantages and disadvantages of international investments - foreign direct investment (FDI) with a brief overview of the Republic of Serbia and its level and structure of FDI. Foreign direct investment is an important factor in development, especially in developing countries and countries in transition. Countries in transition, which includes Serbia and all Western Balkan countries feel a lack of capital, so it is important for them to fill the gap with foreign direct investment. For countries with current account deficits, FDI is used to increase exports and alleviate current account deficit problems. Based on experience and theoretical consideration, the paper points out the necessity of changes in our business environment, in order for Serbia to use foreign direct investments (with all its negative characteristics) which can and must give a special contribution and impetus to its economic growth.

Key words: *international investments, foreign direct investments, multinational companies, economic growth, employment, export*

Introduction

According to International Monetary Fund, the definition of foreign direct investment is “International investment which reflects the goal of the subject in a national economy to achieve permanent interest in a company that is situated in another national economy. The subject is a direct investor and a company in the other country is a directly invested company. The permanent interest implies the existence of a long-term connection between direct investor and the company and the significant degree of influence of investor on company’s management”.

As a consequence of the process of globalization and internationalization of the world economy, international investment in synthesis with international trade of goods and services influences economic growth, increases employment and increases the standard of living. International investments reached their height at

1 Assistant professor, PhD Vladan Stankovic, Faculty of business studies and law, Belgrade, R. Serbia, E-mail: vladisa.stankovic@gmail.com

2 Assistant professor, PhD Gordana Mrdak, Alfa BK University, Belgrade, R. Serbia, E-mail: gordana.mrdak@alfa.edu.rs

3 Milos Miljkovic, M.A. Land Army, Belgrade, R. Serbia, E-mail: milos.miljkovic.mekis@gmail.com

the end of the twentieth and beginning of the twenty first century with a total inflow off 2,099 billion USD in 2007 and represent the biggest inflow of international investments in history. There is a decrease of global international investments in 2008 (1,770 billion USD), further decreasing in 2009 to 1,114 billion USD which was a decrease of nearly 50% in regards to 2007 (UNCTAD World Investment Report 2010).

International investments represent investments that ensure the right of ownership and management of the company that is being funded. When we talk about foreign investment in companies that are mostly state owned, the country chooses the private investor abroad. The goal of the private investor is profit, while the country's goal is protection of goods and welfare of its citizens. The key question of partnerships comes down to setting desired goals and choosing partners.

On one hand the country searches for a capable partner that will ensure the assets and improve the company's business in order to increase total usefulness of the investment. On the other hand, the private investor is looking for a capable country that will ensure legal security and resources.

All investments have a goal to achieve profits in the way of maximizing revenues from engaged capital. Foreign investments represent investments that investors from one country make in projects of another country. From the aspect of invested country, interest is faster growth based on invested capital, as well as increase in employment, exports, aspiration for balance of payments.

Used methodology

General scientific method and techniques of data collection, deductive method i.e. a form of deduction from general to specific were used, observed through the fact that the theoretical substrate of the work is supported by a specific practical situation – the work of a multinational company Samsung was described and the inflow of foreign direct investments in Serbia is presented. The authors used analysis as a procedure to enter the core of the problem by breaking down the phenomena and processes to their components. For the purpose of the comparative analysis, deriving the authors' views and conclusions in the paper, comparison method was also used. Statistical methods were used to collect data and represent them in a table or graph.

International investments as a form of capital movement

International investments or foreign direct investments represent one of the forms of international long-term movement of capital. They represent a significant form of financing the world economy and related to the other two

forms of international capital movement: (1) international movement of borrowed capital and (2) investment portfolio, international investments have certain advantages:

- They don't include significant capital outflow in the future that would negatively influence current account balance and economic growth and
- Related to investment portfolio international investments represent a more stable source of capital (Veselinović, 2004).

Phenomenon of international investments can be observed from two aspects: from the aspect of international financing or from the macroeconomic aspect and the aspect of industrial organization or microeconomic aspect (Protić, 2010):

- From the **macroeconomic aspect**, international investments represent a specific form of capital movements across national borders and are registered in equity part of the balance of payments. Significance of equity movement across national economies is observed through an increase in equity stock in host country i.e. the value of investments of investor country in a specific company, under control of foreign investors or one in which the foreign investor owns certain percentage of voting rights.
- **Microeconomic aspect** of observing the given phenomenon is directed at explaining the motivation for undertaking direct investments abroad from the aspect of the investor. He also deals with studying the consequences of undertaking such activities of multinational corporations or affiliations that arise from these investments for the investor, as well as investor's country and host country. Motives and consequences are essentially connected with affiliation control by investor and capability of multinational corporations to coordinate activities of parent company and foreign affiliations.

If we observe the historical flow of foreign direct investments, the following conclusions can be made: The emergence of foreign investments is tied to the second half of the 19th century. Private equity investment portfolio dominates until the first world war, after which direct investments predominate until 1929, and after that state capital became the prevailing form of investing in foreign countries until 1960. Between two world wars, direct investments moved from North America to Canada and South America, after II world war they were redirected at Middle East countries that owned large oil reserves. In recent

times the flow of investments is increasingly moving from Europe and Japan to USA and countries in transition.

Forms of international investments

There are three main categories of international investments:

- 4) **Equity capital** – value of investments on foreign company's stocks. Ownership stake status of 10% or more ordinary voting rights in a joint stock company or a non-stock company is considered as a limit for controlling assets. This category includes managers and acquisitions and creating new facilities, the so called Greenfield investment;
- 5) **Reinvested profit (earnings)** – revenue from foreign affiliations that wasn't distributed in dividends and isn't returned to parent or investor country. It is assumed that retained earnings are reinvested in affiliation;
- 6) **Other capital** (intra-company loans or intra-company debt transactions) – category related to short-term and long-term loans and borrowings between parent company (direct investor) and his branches (UNCTAD, World Investment Report 2003).

Forms of direct investments as the most significant aspects of foreign investments (there are also *joint ventures*, investment portfolios, acquisitions, investments in privatization and concessions) can be in own companies abroad, mixed and joined ventures abroad (with equity participation) and branches i.e. organizational units. Categories of these investments take the form of share capital, brownfield, Greenfield investments and reinvested foreign investor profits (Vemić, 2008).

International investments can be achieved in different forms and realized in different ways, most often through:

- Creating a new company (greenfield investment) completely owned by a foreigner or through joint venture;
- Buying existing companies in other countries, recapitalizing or converting loans to ownership – swap arrangement (so called cross-border acquisitions);
- Merging companies;
- Joint ventures without ownership rights (so called contractual investments) and
- Investment in concessions (Unković, Kordić, 2011).

Multinational companies

Are companies that own large production capacities in multiple countries and through their branch offices have large yearly turnover that is measured in millions of euros, perform different business, financial and investment project outside parent country, have hierarchically organized business, their human and financial capacities make a connected whole, whose business is organized through joint strategy (Stojadinović, Jovanović, 2008).

The development of multinational companies from the most developed world countries, especially USA has a great impact on the globalization process of the world economy. Free flow of capital and goods and profit maximization are protected and regulated by legal norms established by important world organizations such as the International Monetary Fund and World Bank. Those rules and legal regulations on the free market give multinational companies the freedom and wide operating space on a world level. This is why the term “multinational economy” is often used next to the term “international economy”. According to UNCTAD estimates “...there are 60,000 multinational companies in the world with over 500,000 subsidiaries”.

According to UNCTAD calculations, 100 largest multinational companies excluding banks, sell goods annually in the value of 2.1 billion dollars outside parent country, and through their subsidiary firms employ 6 million people. It is estimated that over 90% of multinational companies come from western countries (Jašić, 2003).

Sarah Anderson and John Cavanagh have presented in their article “Top 200: The rise of global corporate power” the following data: (1) Among the first hundred largest world economies, 51 are international corporations and only 49 are countries. (2) Placement of products of 200 largest corporations is larger than a quarter of world economic activities. (3) Placement of products of 200 largest corporations is larger than placement of all world economies except for nine richest, meaning that they surpass combined economies of over 180 countries. (4) Eight largest phone producers are rapidly expanding sale on the world market, while 9/10 of the humanity doesn't have a mobile device. <http://www.globalpolicy.org/socecon/tncs/top200.htm>

Table 1. – Number of established branches of industrial companies from developed countries until the end of 1945

Country Period	From USA	From Great Britain	From Continental Europe	From Japan	Total
Before 1914	122	60	167	0	349
1914-1919	71	27	51	0	149
1920-1929	299	118	249	1	667
1930-1939	315	99	112	3	529
1940-1945	172	34	44	40	290

Source: Svitličić, 1986

Multinational companies enter legally binding agreements on free trade in order to maximize their profit by transferring their work activities to third world countries where they have no obligation to pay the workforce high salaries and don't have to worry about environmental protection. The following example describes this case: Company from USA produces parts for a certain product, for example a car and sends them to South America to be assembled because workers there work for very low salaries, syndicates are poorly organized, practically nonexistent and questions on environmental protection aren't asked. Assembled components are then returned to USA, so products exported to Latin America don't ever reach their market, but are only internally transferred within one company (Šimleša, 2005).

In addition to the above, General Motors employed 7,000 people from Mexico in the eighties and that number reached 75,000 today, closing its facilities in USA and opening them in Mexico and Poland. Mercedes is moving to Albania, Volkswagen to the Czech Republic and Nike to Indonesia. In the same time period, the number of employees in General Motors in Canada decreased from 40,000 to 26,000. Similar situation happened in Nestle that has over 200,000 people employed abroad. Out of 117,000 of Shell's employees, 85,000 are employed abroad (Šimleša, 2005).

Recognizing the economic significance of multinational companies as main factors of foreign direct investments, many countries try to attract them and adjust their national economy to them. Changes in national economies related to international investments attests to the fact that countries try various ways to attract foreign investments and thus embark in the liberalization process. There is a difference between international investments and we can differentiate between „high quality” (with strong ties with the domestic economy, strong export orientation and significant transfer of knowledge and technology) and „low quality”, challenge presented to the creators of national policies to attract high quality international investments to the country as much as possible (Stojadinović Jovanović, 2007)

Analysis of multinational companies with reference to Samsung Co

Ten most profitable companies in the world achieved pure profit of nearly 300 billion dollars in 2014. Judging by this list, world is dominated by the Chinese and most represented are bankers, oil and IT sector.

Table 2. – 10 most profitable companies in 2014

No.	International company/ Head office – country	Activity	Pure revenue (billion \$)
1.	Industrial and Commercial Bank of China Limited – China	Banking and financial services	42.7
2.	Apple INC – USA	IT technology	37.0
3.	Gazprom OAO – Russia	Oil and gas	35.7
4.	China Construction Bank Co. – China	Banking and financial services	34.9
5.	Exxon Mobil Co. – USA	Oil and gas	32.6
6.	Samsung Electronics Co – South Korea	IT and Electronics	27.2
7.	Agricultural Bank of China – China	Banking and financial services	27.1
8.	Bank of China Ltd. – China	Banking and financial services	25.5
9.	BP plc – Great Britain	Oil and gas	23.5
10.	Microsoft Corporation – USA	Software	22.1

Source: <http://www.top10.bajweb.com/10-kompanija-sa-najvecim-prihodima-u-2014-godini/>

Since 1969, when the company was founded in South Korea until today, Samsung was a leader in IT technology with more than 200 branch offices in other countries around the world. The company produces electronic home appliances, most of all monitors, TV's, washing machines, printers and refrigerators, and its primate is in producing mobile phones such as smart phones and tablet computers. Other than that, Samsung produces DRAM memory and non-memory semiconductors.

Samsung's business areas are:

- Consumer Electronics' branch,
- IT & mobile communications branch and
- Hardware solutions

Related to other world companies dealing with technological products Samsung is in the lead, especially dominating in producing display panels.

According to data, Samsung hold the first place in yearly sale of televisions and in 2014 the company participated in the market with 29.2%, while it holds 35.3% on the US market. According to DisplaySearch prognosis, if this trend continues, Samsung will hold over 30% of the world TV devices market. http://www.benchmark.rs/vesti/samsung_na_vrhu_globalnog_tv_trzista_devetu_godinu_zaredom-55375

Due to an increase in competition by market rivals such as Beijing Xiaomi Technology Co., Ltd., Huawei, Apple, Sony and Microsoft, the company believes that the production base in Vietnam will have a key role in efforts to increase competitiveness. The company concluded a contract to build the Mersey Gateway Bridge in England and several skyscrapers in India and Malaysia, and in Mumbai India the company contracted the construction of two commercial-residential building complexes, the largest convention center in the world.

Effects of international investments

Attracting international investments has a goal to:

- Enable and speed up GDP growth i.e. production;
- Stimulate exports;
- Enable modern technologies and
- Secure stable economic growth realized by inflow of foreign accumulation.

International investments in conjunction with international trade represent key factors of development of globalization as well as the global economy as a whole (Gnjatović et al., 2002).

Effects of international investments to the user country can be either positive or negative.

International investments influence the trade balance, through effects on export and import. The resulting effect of international investment on trade balance depends on the sectoral structure of international investments and strong connections of international investments and production sub-accounts. Positive effects on the trade balance are to be expected if the main goal of international investments is to achieve advantages due to cheap labor in host country and negative if the main goal of international investments is new market coverage. Thus, short-term and long-term effects of international investments on the account of balance of payments is closely connected with the effects that international investments have on domestic savings and economic growth (Jaćimović, Bjelić, Marković 2013).

Positive effects of international investments

Significance of international investments is especially observed in moments of economic crisis and periods after because they start the economy of countries affected by the crisis as well as transitional ones. Every country that is in transition or developing has a problem with the amount of capital necessary to start economic growth and development. International investments relative to international loans, don't imply return of interest or principal and positively

influence stabilization of inflation, growth of GDP and improvement of balance of payment. Through their branches, international companies employ citizens in the countries they do business in, thus decreasing the unemployment rate and increasing income. By paying taxes and contributions to wages for their workers, they give money to healthcare and pension funds, also giving large benefits to budgets of local governments.

Every international investment starts new business abroad, i.e. host country because in order to maximize profit and achieve the desired goal, there is a need to transfer technologies, especially from management and marketing, as well as technical knowledge. When a developed international company starts doing business in host country, it has a causal effect on domestic companies in the sense of improving the way they do business, because they try to emulate the new competitor and adjust their business, thus increasing competitiveness on the entire domestic market. All international companies export excess of their products, so the host country improves its image in the world. Countries with small and undeveloped markets don't have the capability to start production due to high fixed costs, so they don't achieve the effects of economies of scale. When entering such a country, international investments enable its national economy to engage in industries with greater production levels and higher fixed costs. International investments have a positive effect on economic growth by influencing: overflow of knowledge and technologies, growth in domestic investment rate and efficiency of the acquired company (Bubnjević).

Negative effects of international investments

The reason that anti-globalists give against international investments is high degree of labor exploitation. Multinational companies have a goal to increase their profits, directing capital at countries where minimum wage is very low, employee rights are low and monetary compensation for invested labor is low.

In order to attract international investments, countries direct their legal norms and economy development to interests and needs of international companies and insufficiently take care of national economy goals and social development. In order to avoid those occurrences, creators of economic policies need to prevent the collapse of the domestic economic structure and to achieve their national macroeconomic growth through activities of multinational companies. Market transparency must be one of the country's primary goals. These problems can occur in insufficiently developed economies and lead to multinational companies using dumping prices in their first years on the market in order to remove competition and then use their dominating position to create a monopoly, leading to growth in prices and reduction in diversity of goods (Bubnjević).

Transfer of profits from a branch of a multinational company to origin country is another shortcoming of international investments. The explanation is that this phenomenon leads to overflow of accumulation of capital from host country abroad. All countries try to prevent this occurrence legally. Transfer of profits disrupts balance of payments, so the primary positive effect from equity inflow is sometimes completely neutralized.

Among negative effects there are exploitation of natural resources and usage of infrastructure in whose investment multinational companies didn't participate. Foreign companies that buy domestic companies use much less domestic input in production so this is a negative occurrence and the possibility of a solution is for the country to influence branches of multinational companies by legal measures and measures that won't influence the conditions of their business in host country, not to import overall production inputs and enable cooperation with domestic suppliers.

International investments in the world

As the rules of conduct on international i.e. world market are getting more complex and strict, the global capital market is getting stronger and it enables stability of every country, both economic and political. Globalization of attracting international companies requires international standardization of the financial system of every country, as well as better economic policy. Standardization set up through international agreements in the domain of protection of investments and avoiding double economic taxation, represents the safest form of capital protection of international companies invested in economies of other countries in the form of international investments.

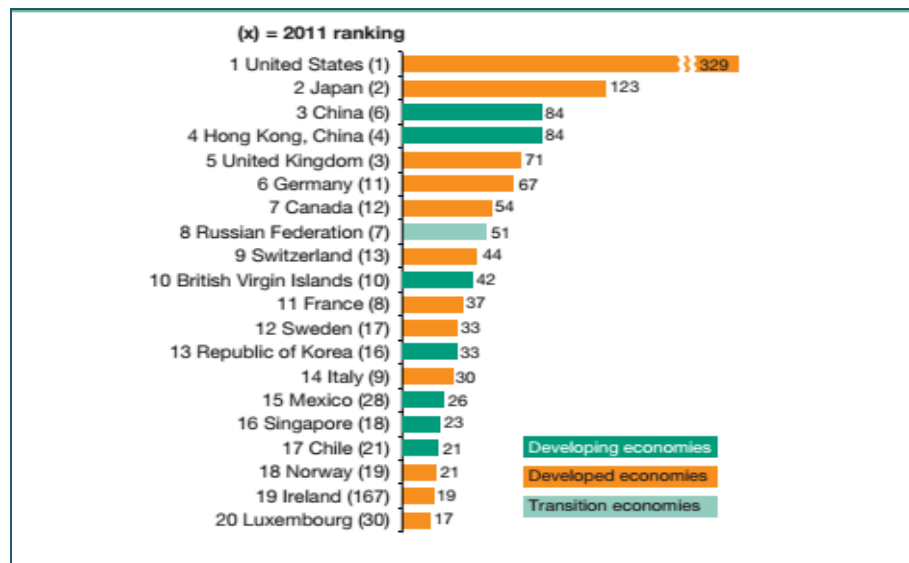
Table 3 is a summary representation of statistics of international investments flows based on geographical location of source and host region. High degree of regionalization around the world is noticeable, with an exception of MENA region. Furthermore, there is a large level of clusters between and within North America and Europe. Asia is also pointed out as one of the main concentrators for inflow and outflow of FDI. Latin America and Africa accept most international investments from North America, Europe and Asia.

Table 3. – Distribution of international investment flows based on geographic location

Host/Home Country		Europe	MENA	Latin America	Asia	North America	Africa	Oceania
Europe	Mean	453.116	3.083	16.470	40.002	660.575	11.853	61.835
	Obs.	10,160	209	1,077	3,800	1,466	1,139	538
MENA	Mean	51.572	5.276	0.000	5.840	13.860	1.588	0.000
	Obs.	263	5	0.000	43	26	12	0
Latin America	Mean	171.639	0.000	26.537	134.713	394.690	69.550	56.795
	Obs.	1,474	0	437	180	320	19	20
Asia	Mean	98.311	0.000	1.784	473.818	781.845	3.457	40.627
	Obs.	4,127	0	77	1,352	417	100	209
North America	Mean	1,169.661	-0.871	12.497	429.319	1,433.312	0.198	787.762
	Obs.	1,666	24	278	639	461	137	96
Africa	Mean	63.239	1.332	0.000	32.826	114.051	16.943	13.199
	Obs.	1,760	3	0	125	198	22	12
Oceania	Mean	176.799	0.000	0.311	162.398	519.647	20.682	464.632
	Obs.	401	0	11	236	101	12	65

Source: World Bank, <http://siteresources.worldbank.org/>

Picture 1. – Top 20 investor economies



Source: World Investment Report, Investment and Trade for Development

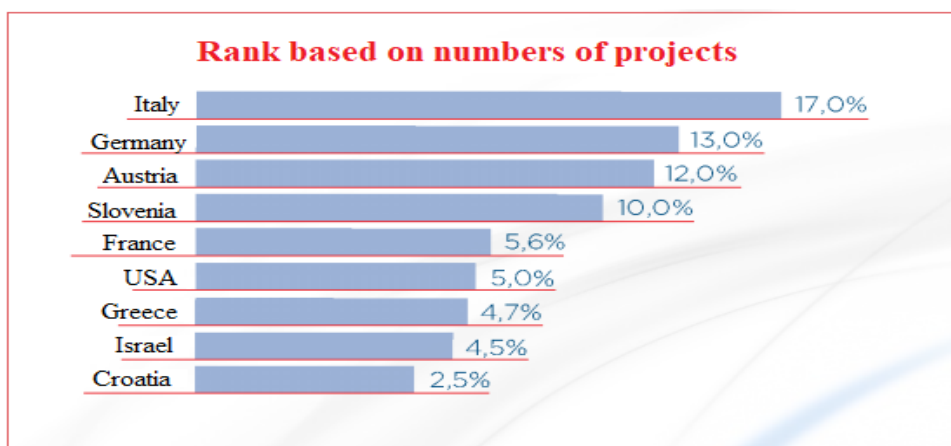
Leading providers of international investments in the world are: USA and Japan which held their previous year positions, while China is third. Direct investments are mostly connected to the strength of the economy. The stronger and more developed the economy is, its share in international investments in other less developed countries is bigger.

International investments in Serbia

Creating more favorable institutional framework on the domestic economy represents an important prerequisite for inflow of foreign capital. “Direct foreign investment secure connecting financial, production, logistical and foreign trade flows”. Effects of international investments are felt by the host country economy and economy of equity exporting country (Grandov, 2009).

Serbian economy was in a very difficult position at the end of the 20th century which was greatly caused by economic sanctions, interethnic conflicts and wars, isolation with an explicit investment bans, etc. The relationship with Serbia changed after the year 2000, when a more significant inflow of international investment began, especially because the regulatory and political surrounding in Serbia became more attractive for international investment. The largest net inflow of international investments was achieved in 2006 (4,286 million USD), after which there is a gradual reduction.

Picture 2. Percentage of participation of international investments in Serbia, by country



Source: SIEPA, 2014.

Business surrounding is an important factor in encouraging companies to innovate and increase productivity. High productivity influences an increase in employment, collecting public revenue necessary to finance public expenditure. Managing public revenue and compliance with regulations are the basis for stability of business surroundings. Infrastructure influences competitiveness of the economy and creates business surroundings suitable for growth and development of a company. Open foreign trade enables market expansion and promoting export efficiency. Developed financial market enables uninterrupted payment transactions, deposit mobilization and financing investments. They are significant for using different sources of funding, using financial markets, using financial services, percentage of companies with bank loans, percentage of companies with financial reports and accounts.

Information and telecommunication technologies are the drivers of economic development. Innovations contribute to an increase in manufacturing, exports and competitiveness of the economy as a whole (Raičević, Ignjatijević, 2011). Most common form of foreign capital inflow in Serbia is in the form of purchases of domestic companies or banks. Considering that the Serbian economy is characterized by low accumulative capability, minimal savings, FDI gained significance. For Serbia and all transitional countries, foreign direct investments are necessary in order to start the economic growth of the country. According to UNCTAD data, in the last 10 years, 16 billion \$ entered Serbia. Analysis shows that the dominant part of the investments originate from European countries, with smaller part coming from America (Raičević, Ignjatijević, 2011).

Table 4. – Twenty biggest investors in Serbia

Company	Country of origin	Activity	Investment amount (million EUR)
Telenor	Norway	Telecommunication	1602
Intesa Bank – Delta bank	Italy	Finance	1355
Gazprom Neft - NIS	Russia	Oil and gas	947
Fiat cars Serbia	Italy	Car industry	940
Delhaize	Belgium	Trade	933
Philip Morris DIN	USA	Tobacco industry	733
Stada - Hemofarm	Germany	Pharmaceutical industry	650
Mobilkom – VIP Mobile	Austria	Telecommunications	633
Agrokor	Croatia	Food, drinks and agriculture	614
Raiffeisen bank	Austria	Finance	500
Merkator	Slovenia	Trade	500
Salford investment fund	England	Food, drinks and agriculture	500
Eurobank EFG	Greece	Finance	500
StarBev – Apatin brewery	USA	Food, drinks and agriculture	487
CEE / BIG shopping centers	Israel	Real estate	470
National Bank of Greece – Vojvodanska banka	Greece	Finance	425
Credit Agricole Serbia	France	Finance	264
Fondiarria SAI	Italy	Insurance and pensions	220
Lukoil – Beopetrol	Russia	Oil and gas	210
British American Tobacco South East Europe	England	Tobacco industry	200

Source: PKS: Srbija-vas poslovni partner, Belgrade, 2013

Advantages of investing in Serbia are:

- Favorable geographical position that allows deliveries anywhere in Europe within 24 hours

- Possibility of tax-free export of close to 4,650 products to the USA
- Highly educated and cheap labor
- Simple procedures for creating and registering a company
- Simple procedures for performing foreign trade business and realizing foreign investment (<http://www.pks.rs/>)

Picture 3. – Corridors: Serbia – Center of South East Europe



Source: <http://www.raris.org/projekti/uvod.htm>

Transfer of goods to nearly 800 million consumers based on the agreement on free trade:

- Serbia received an EU candidate status in March of 2012
- CEFTA Agreement
- Agreement with EFTA members
- Autonomous trade preferential of EU approved in December 2000, the application of Interim Trade Agreement with EU started in February 2010
- Agreements with Russia, Belarus, Kazakhstan and Turkey.

Attracting foreign capital can have a key role in increasing the rate of economic growth, promoting competitiveness of domestic products and services, decreasing poverty, reducing unemployment as the current biggest social and economic problem in Serbia, transfer of modern technologies and promoting employee knowledge. For that reason, the government is expected to engage more decisively in promoting country's attractiveness for foreign capital, especially in industrial branches that have comparative advantages based on which further growth and development should be based on. However, the goal shouldn't only by attracting FDI but also completely using the positive effects they can have on the economy as a whole (Redžepagić, Beraha, Đuričin, 2011).

Conclusion

Investments by foreign investors are necessary for all countries, especially ones that are in the transition process, where it's noticeable that there is a shortage of equity, managerial knowledge, contemporary technology, export channels and those that don't have domestic savings from which they could finance their development. As an alternative to the arrival of international investments there are loans – commercial or loans from international financial institutions and financing investments from domestic savings.

International investments have a big role in economic development of a country. Their significance contributes to a reduction of regional unevenness manifesting through additional resources that they carry with them such as: transfer of capital, technologies, managerial and organizational knowledge and skills, access to export markets, increase in efficiency of domestic economy by decreasing costs of production (directly) or encouraging competition on the domestic market (indirectly), using economies of scale, etc. Other than securing inflow of necessary assets for investments, FDI create processes of partnerships with companies from most developed countries that represent carriers of development in their branch on a global level.

International investments have positive effects on economic growth, employment and export. There are several channels through which international investments speed up economic growth. New investment directly contributes to the growth of GDP, through greater production of consumer goods or producing goods for production through growth of capital and/or technological progress. International investments also have an indirect positive influence on economic growth due to transfer of knowledge – efficient system of management or production (*know-how*), or due to the influence on domestic companies to adopt new technology. Inflow of foreign investments stimulates growth of domestic expenditure more than the growth of competitiveness of exports in all countries of West Balkan region. It can be said that the region has serious problems in export competitiveness. Small influence of international investments on the industry's export competitiveness can be explained by sectoral structure of international investments. Investments in the industrial sector were significantly smaller than the part that went to the services sector. The privatization process was the main starter of inflow of foreign investments to West Balkan and this inflow was dominantly oriented at the services sector such as: banking, telecommunications, trade, energy and partially real-estate.

The following can be concluded:

- Net inflow of international investments on a global level had a growth tendency until the start of the economic crisis, when international investments recorded a major fall, especially in 2009. In the period from 2010 to 2019 the

net inflow of international investments on a global level had a growth tendency.

- West Europe is the leading source region for foreign direct investments in 2019 (34.94% of all FDI in 2013).
- Top five sectors by capital investment in 2019, making 47.26% of international investments on a global level are: coal, oil and natural gas production sector; communication sector; business services sector; renewable energy sources sector and real-estate sector.

Literature

1. Arjoon, V. (2016) Microstructures, financial reforms and informational efficiency in an emerging market, *Research in International Business and Finance*, 36 (4), pp. 112-126.
2. Bubnjević D: Efekti stranih direktnih investicija po zemlju domaćina, *Škola biznisa, Naučnostručni časopis*, str.70-79
3. Chen K.H., , Wang, C.H., Huang, S.Z., Shen, G.C. (2016) Service innovation and new product performance: The influence of market-linking capabilities and market turbulence, *International Journal of Production Economics*, 172(3), pp. 54-64
4. Veselinović, P. (2004): Uticaj stranih direktnih investicija na razvoj nacionalne ekonomije, *Ekonomski horizonti*, 2004, 6, (1-2) str. 29-43
5. Gnjatović, M. i ostali (2002): *Svetska privreda u informatičkoj eri*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd
6. Grandov, Z., (2009): *Međunarodna ekonomija i globalizacija*, Beogradska trgovačka omladina BTO, Beograd
7. Liang, W., Yang, M. 2019. Urbanization, economic growth and environmental pollution: Evidence from China, *Sustainable Computing: Informatics and Systems*, 21, 1-9
8. Jašić, Z. (2003): *Globalizacija i ekonomska politika*, Zbornik *Globalizacija u Hrvatskoj, Hrvatska u globalizaciji*, Udruga 11.sječanj 1972, Zagreb
9. Jaćimović D, Bjelić P., Marković I. (2013): Uticaj svetske ekonomske krize na međunarodne investicione i trgovinske tokovi u regionu zapadnog Balkana, *Ekonomске teme*, 51 (1): 1-20, <http://www.eknfak.ni.ac.rs/src/Ekonomske-teme.php>
10. Jaeger N, Zacharias N., Brettel, M. (2016) Nonlinear and dynamic effects of responsive and proactive market orientation: A longitudinal investigation, *International Journal of Research in Marketing*, 33(4), pp. 767-779
11. Martin, V., (2018): Overview of the foreign exchange market in Serbia, *Banking*, 2018, vol. 47;

12. Milojević, I. M., Mihajlović, M. B., & Vladislavljević, V. D. (2015). Economic accounting aspects of solving the problem of carbon emission. *Vojno delo*, 67(6), 43-52.
13. Protić, M.(2010): Menadžment stranih direktnih investicija, naučni rad, Univerzitet Singidunum, Beograd
14. Raičević V., Ignjatijević S. Strane direktne investicije kao podsticaj razvoja Srbije, EDASOL 2011, Zbornik radova 23-24 septembar 2011., Banja Luka, str. 439-448
15. Redžepagić, S., Beraha I., Đuričin S., Preporuke za unapređenje poslovnog okruženja u cilju intenzivnijeg privlačenja stranih direktnih investicija i privrednog razvoja Republike Srbije, EDASOL 2011, Zbornik radova 23-24 septembar 2011., Banja Luka, str. 448-456
16. SIEPA, Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza (2014): Investirajte u Srbiji, <http://siepa.gov.rs/>
17. Stojadinović, Jovanović, S., (2008): Međunarodna trgovina i transnacionalne kompanije – supstitut ili dopuna, izvorni naučni rad, MP 1, Vol. LX, br. 1, Beograd, pp. 93-115
18. Svitličić, M. (1986): Zlatne niti transnacionalnih kompanija, Beograd
19. Thirion, G. 2017. European Fiscal Union: Economic rationale and design challenges. CEPS Working Document No. 2017-01
20. Vaninsky, A. 2019. Environmental protection via optimal global economic restructuring, *MethodsX*, 6, 750-755
21. Unković, M., Kordić, N. (2011): Menadžment stranih direktnih investicija, 8. naučni skup sa međunarodnim učešćem, Sinergija, str. 14-25
22. World Investment Report, 1998, Geneva
23. World Investment Report 2010, New York and Geneva, 2010, http://unctad.org/en/Docs/wir2010_en.pdf
24. World Investment Report 2003: FDI Policies for Development: National and International Perspectives“, annexes, United Nations: New York and Geneva
25. World Investment Report 2013: Global Value Chains: Investment and Trade for Development,
26. Šimleša, D. (2005):, Snaga utopije, Što čitaš, Zagreb
27. <http://www.top10.bajweb.com/10-kompanija-sa-najvecim-prihodima-u-2014-godini/> (
28. http://www.benchmark.rs/vesti/samsung_na_vrhu_globalnog_tv_trzista_dev_etu_godinu_zaredom-5537
29. <http://siteresources.worldbank.org/>
30. <http://www.pks.rs/>

Datum prijema (Date of arrival): 02.09.2020.

Datum prihvatanje (Date accepted): 26.10.2020.

ZNAČAJ UVAŽAVNJA INTERNE REVIZIJE U SKLOPU DONOŠENJA ODLUKA TOP MENADŽMENTA POLJOPRIVREDNOG PREDUZEĆA

Miloš Jokić¹

doi: 10.5937/Oditor2003123J

Pregledni rad

UDK:

005.962.1:657.6-051-057.34

Rezime

Donošenje upravljačkih odluka top menadžmenta u poljoprivrednom preduzeću treba da se zasniva na validnim informacijama koje su prikupeljene u samom preduzeću. Prikupljanje blagovremenih poslovnih informacija vrše svakodnevno svi sektori preduzeća. Samo unapredjenje sigurnosti prikupljanja informacija i sigurnosti rada svih delova preduzeća je zadatak koji obavljanju obučeni kadrovi interne kontrole i interne revizije u preduzeću, a koje je imenovao top menadžment. Prilikom redovnog obavljanja poslova interni revizori u svom radu treba da primenjuju procedure i metodologije koje su su usklađene sa Međunarodnim standardima profesionalne prakse interne revizije. Cilj rada je isticanje značaja primene implementacije usvojene metodologije rada internih revizora u poljoprivrednim preduzećima. Autor ističe da je potrebno u radu interne revizije primeniti standarde koji su u skladu sa najboljom revizijskom praksom. Doprinos autora studije ogleda su isticanju značaja primene struke interne revizije u redovnom poslovanju poljoprivrednih preduzeća, a što je u skladu sa opštim ciljem unapredjenja redovnog poslovanja.

Ključne reči: *poljoprivredno preduzeće, interna revizija, menadžment.*

JEL: B26, B21, M49

Uvod

Top menadžment formira internu reviziju i kontrolu u skladu sa zacrtanim principima upravljanja koje primenjuje u redovnom poslovanju. Prilikom poslovanja top menadžment treba da se oslanja na primenu zakonskih rešenja čijom primenom se mogu poboljšati poslovne odluke (Milojević, Mihajlović i Vukša, 2018). Osim toga, top menadžment u svom radu koriste obradjene podatke svih sektora preduzeća (Milojević i Mihajlović, 2020; Zekić, 2015), a naročito računovodstvenog i finansijskog sektora preduzeća.

¹Student doktorskih studija Ekonomskog Fakulteta u Subotici, Segedinski put 9-11 24000 Subotica, R. Srbija, e-mail: milosjokicbl@gmail.com

Top menadžment poljoprivrednog preduzeća treba da prilikom donošenja odluke ko će konkretno obavljati poslove interne kontrole(Kostić, 2020) i interne revizije(Vukša, Anđelić i Milojević, 2020) u preduzeću razmotri stručnu osposobljenost radnika koji su već zaposleni u preduzeću, uvažavajući njihov stepen obrazovanja kao i dodatnu završenu edukaciju, a naročito edukaciju koja se odnosi na završene specijalističke kurseve kojim su zaposleni stekli nacionalne sertifikate, odnosno međunarodne sertifikate vezane za uspostavljanje kontrolnih funkcija u preduzeću.

U ovom delu rada autor je sistematizovao tri grupe faktora koji mogu uticati na uspešnost realnog poslovanja top menadžmenta i to: sam način prezentacije, prednosti i nedostaci u prezentaciji samih izveštaja kojeg dostavljaju odgovorni u sektorima prema top menadžmentu.

Cilj ovog rada je bio da se prikaže više mogućih tipova kontrole(Milojević, Mihajlović i Milanović, 2019) koje preduzeće može koristiti u svom redovnom poslovanju uz isticanje identifikovanih rizika kako bi se mogao osmisliti relevantna veličina uzoraka izveštavanja prema top menadžmentu.

U radu autor je prikazao sistematizaciju već prisutne primene pomenutih vrednosti, koje mogu poslužiti kako u praktičnom primenjivanju u velikom broju poljoprivrednih preduzeća, tako i u teorijskom stvaranju novih modela pomoću koje je moguće unaprediti upravljanje velikog broja preduzeća.

Pregled literature

Za izradu studije autor je koristio već objavljene stavove autora u vezi praktične primene internih kontrola i internih revizija u preduzećima (Chorafas, 2001; Northouse, 2008; Eremić-Đodić et al., 2013; Abernathy et. al., 2019). Osim praktične primene interne kontrole i interne revizije, veliki uticaj na donošenje kvalitetnih poslovnih odluka top menadžmenta ima uticaj praćenja rizika na upravljanje preduzeća (Jorion, 2001; Ljutić, B, 2005; Stanišić, 2006; Lynch, 2007; Ljubisavljević, 2011).

Mnogobrojni autori su istakli nepohodnost uvažavanja veoma heterogenih fakotra, jer isti mnogu imati snažan uticaj na upravljanje i donošenje upravljačkih odluka top menadžmenta (Soltani, 2009; Popović et al., 2015; Popović et al., 2015a; Popović et al., 2017; Auerbach, 2019). Izneto je uvažio autor ove studije sa ciljem da sačini osnovne postavke istraživanja u vezi primene interne revizije i kontrole u procesu donošenja validnih poslovnih odluka od strane top menadžmenta preduzeća.

Metodologija istraživanja

Za proveru iznetih teorijskih stavova u vezi primene internih kontrola i internih revizija u poljoprivrednim preduzećima, autor je u prvoj fazi koristio podatke dobijene od realnog poljoprivrednog preduzeća (Vasić, 2015) koje pozitivno posluje od 1963 godine, sa ciljem da se omogući otkrivanja relevantnih metoda izveštavanja od strane internog revizora prema top menadžmentu. Nakon toga, u drugoj fazi je putem sprovedene ankete u 13 poljoprivrednih preduzeća srednje veličine koja posluju u Republici Srbiji pozitivno više od 3 godine izvršio sistematizaciju 8 osnovnih tipova kontrole koje se sprovode u preduzećima u periodu januar 2017 do marta 2020. Anketu su popunili finansijski rukovodioci preduzeća kojima je garantovano da dobijeni podaci neće biti povezani sa generalijama preduzeća, već će se isti koristiti samo u naučne svrhe ove studije. U okviru ove faze traženo je od finansijskih rukovodioca da popune koji je vodeći rizik vezan za identifikovanih 8 tipova kontrole koja se sprovodi u preduzećima. Na kraju je traženo da se prikaže koji je optimalni broj finansijskih izveštaja neophodan da se dostavi top menadžmentu da bi mogli da donose validne poslovne odluke na dnevnom, nedeljnom i mesečnom nivou.

Izveštavanje internog revizora usmereno na top menadžment

Izveštavanje top menadžmenta od strane internog revizora u preduzeću je bilo polazište autora. Za potrebe takvog pristupa autor je koristio dve metode izveštavanja koje interni revizori koriste u svom radu (Li, Dai, & Vasarhelyi, 2018; Herrmann & Guenther, 2017). Prva korištena metoda je metoda prezentacije, a druga metoda je standardno izveštavanje. Za obe metode koje se koriste autor je istražio i prezentovao u vidu tabelarnog prikaza 1 prednosti i nedostatke pomenutih izveštavanja.

Tabela 1. Prikaz metoda izveštavanja internog revizora prema top menadžmentu preduzeća

Korištene metode	Prednosti	Nedostaci
Prezentacija	• Interaktivni • Fleksibilan • Lakše prihvatanje • Omogućava razumevanju teških pitanja • doprinosi rešenju uočenih slabosti po rad top menadžmenta • Može povećati šansu da se sprovede zakonsko izveštavanje preduzeća • Doprinosi fokusiranju na prioritetna pitanja	• Ne mogu se izneti svi dokazi • Može dovesti do poteškoća u predstavljanju složenih podataka koji mogu dovesti do nesporazuma • Potrebne su veštine prezentacije i aktivno uključivanje više učesnika • Potrebna je dobra priprema • Mogućnost dominacije određenog problema

Standardni izveštaj	• Dobar za detaljno izveštavanje i složene podatke • Može pružiti opšte informacije i prikazati sažetak aktivnosti • Dokazi su odmah dostupni	• Oni mogu biti neblagovremeno predstavljeni zbog kašnjenja u pripremi • Ponekad je teško prihvatiti • Potrebno im je više vremena za pripremu • Dugi izveštaji mogu ostati nepročitani do kraja
---------------------	---	---

Izvor: Autor (2020).

Smanjenje upravljačkog rizika

Izveštavanje internog revizora prema top menadžmentu treba da bude usmerene na definisanje kontrola i rizika (Schleich & Fleiter, 2019; Milojević i dr., 2020) koji su karakteristični za definisane kontrole, što je autor prikazao u tabelarnom prikazu 2.

Tabela 2. Kategorije koje mogu umanjiti rizik upravljanja

Vrsta kontrole	Rizik
Podeljene dužnosti	Rizik da je jedna osoba u potpunosti odgovorna za sve faze određenog procesa.
Organizacioni	Rizik da se određena dužnost rasporedi na neadekvatan način.
Odobrenja	Rizik od neovlašćenog i nevažećeg unosa podataka u sistem.
Fizički	Rizik od gubitka ili oštećenja materijalnih dobara organizacije.
Supervizija	Rizik da zaposleni ne sprovode odgovarajuće procedure.
Osoblje	Rizik zapošljavanja ili imenovanja službenika koji nemaju odgovarajuće iskustvo i znanje za obavljanje svojih dužnosti.
Matematički i računovodstveni	Rizik od računovodstvenih grešaka, npr. pogrešno ispisivanje broja i drugi propusti.
Upravljački	Rizik kumulativnih grešaka ili nestandardnih transakcija koje druge kontrole nisu otkrile.

Izvor: Autor (2020).

Učestalost izveštavanja top menadžmenta

Učestalost izveštavanja top menadžmenta je bio treći nivo istraživanja i predmet ovog rada. Autor je u tabeli 3 dao prikaz tri nivoa izveštavanja sa prikazom broja izveštaja prema top menadžmentu (Dias, Rodrigues & Ferreira, 2019) koji se koristi u više od 50% anketiranih preduzeća, kao i prikaz broja optimalnog izveštavanja koji se koristi u anketiranim preduzećima.

Tabela 3. Učestalost izveštavanja internog revizora prema top menadžmentu

Učestalost izveštavanja internog revizora	Uzorak veličina	
	Broj izveštavanja prema top menadžmentu	Broj izveštavanja prema top menadžmentu koji omogućava ciklično proveravanje
Dnevno	30	18
Nedeljno	5	5
Mesečno	2	4

Izvor: Autor (2020).

Na osnovu tabele 3 jasno se može videti da postoji razlika u broju izveštavanja internog revizora prema top menadžmentu i broja izveštavanja internog revizora prema top menadžmentu kada je moguće izvršiti ciklično proveravanje izveštavanja. To odstupanje je naročito vidljivo u dnevnom izveštavanju, jer se uočava odstupanje oko 60% u toku meseca između pomenuta dva izveštavanja ukoliko se uzima u obzir broj izveštavanja. Osim toga vidi se da se prilikom mesečnog izveštavanja uz moguću proveru izveštaja koji se dostavlja top menadžmentu to izveštavanje povećava 100%, odnosno top menadžment anketiranih poljoprivrednih preduzeća umesto standardna dva izveštavanja zahteva 4 izveštaja kako bi podigao sigurnost svog uveravanja u dobijene izveštaje.

Zaključak

Za sigurno upravljanje poljoprivrednim preduzećem top menadžment ima na raspolaganju čitav niz vrlo različitih instrumenata. Menadžment preduzeća neprestano traži načine da uspostavi optimalnu kontrolu u preduzeću. To je dug i kontinuiran proces koji je od velike važnosti jer se radi o proizvodnom poljoprivrednom preduzeću.

Jedna od mogućnosti koja je na raspolaganju menadžmentu preduzeća izneta je u ovom radu i predstavlja značaj implementacije interne kontrole i interne revizije u sklopu upravljanja poljoprivrednog preduzeća. Da bi se implementirala interna kontrola i interna revizija potrebno je postojanje profesionalnog i motivisanog osoblja, kojeg će rukovodstvo pažljivo organizovati kako bi se na osnovu rada internih revizora mogli ostvariti pozitivni efekti po preduzeće.

Prikazani rezultati u radu upućuju na to da uspešna preduzeća koriste dva oblika izveštavanja internog revizora i to: prezentaciju i standardne izveštaje, odnosno da se primenom pomenutih oblika izveštavanja mogu ostvariti pozitivni rezultati poslovanja. Drugi zaključak se odnosi na to da preduzeća moraju imati uspostavljeno više oblika kontrole u svakodnevnom poslovanju. Treći zaključak je da preduzeća treba da organizuju optimalan broj izveštavanja kako bi se moglo izvršiti proveravanje izveštavanja u realnom vremenu.

Na kraju autor smatra da se ovo istraživanje može nastaviti i u preduzećima koja posluju u drugim delatnostima, odnosno istraživanje je moguće nastaviti u drugim državama prvenstveno u državama nekada jedinstvene države (Jugoslavije), jer se u njima javljaju vrlo slični probleme vezani za upravljanje u preduzećima.

Literatura

1. Abernathy J. L., T. R. Kubick & A. N.S. Masli. 2019. The effect of general counsel prominence on the pricing of audit services. *Journal of Accounting and Public Policy* 38, (1):1-14
2. Auerbach J. A. 2019. Tax Equivalences and Their Implications. *Tax Policy and the Economy* 33, 81-107.
3. Chorafas N. D. 2001. Implementing and Auditing the Internal Control System, Great Britain by Antony Rowe Ltd. Chippenham: Wiltshire.
4. Dias C.S.L., R. G. Rodrigues & J. J. Ferreira. 2019. Agricultural entrepreneurship: Going back to the basics. *Journal of Rural Studies* 70:125-138,
5. Eremić-Đodić J, N.Savanović, V. Sikimić. 2013. Upravljanje procesom interne kontrole, Atelje Delač: Sremska Kamenica.
6. Jorion P. 2001. Value At Risk, The New Benchmark for Managing Financial Risk. second edition, McGraw-Hill.
7. Herrmann J. & E. Guenther. 2017. Exploring a scale of organizational barriers for enterprises' climate change adaptation strategies. *Journal of Cleaner Production* 160: 38-49,
8. Kostić R.. 2020. Revizija ostvarivanja ciljeva budžetskih programa. *Održivi razvoj* 2, (1): 41-52.
9. Li H., J. Dai, T. Gershberg & M. A. Vasarhelyi. 2018. Understanding usage and value of audit analytics for internal auditors: An organizational approach. *International Journal of Accounting Information Systems* 28: 59-76,
10. Lynch F. 2007. Finansijske informacije za menadžment. Prevod Saveza računovođa i revizora Srbije od izdavača Kaplan publishing Foulks Lynch: ACCA.
11. Ljubisavljević S. 2011. Revizija kao instrument provere kvaliteta finansijskog izveštavanja. SRR Srbije, Kosmos: Beograd.
12. Ljutić B. 2005. Revizija logika, principi i praksa. Mladost biro šped: Beograd.
13. Milojević I.M., M. B. Mihajlović, i S. Đ. Vukša. 2018. Novčani tokovi privrednog subjekta kao predmet revizije. *Vojno delo* 70, (3): 361-371.
14. Milojević I.M., M. B. Mihajlović, i N. Milanović. 2019. Sistem obračunskog računovodstva i korupcija u javnom sektoru. *Vojno delo* 71, (6): 311-318.
15. Milojević I., M. Mihajlović, M. Popović, i N. Pantić. 2020. Application of quantitative models in the organization of the financial function of agricultural enterprises. *Ekonomika poljoprivrede* 67, (3): 747-762.
16. Milojević I. i M. Mihajlović. 2020. Računovodstveni tretman državnih davanja i obelodanjivanje državne pomoći. *Kutura polisa* 17, (42): 619-630
17. Northouse P. 2008. Liderstvo. Data Status: Beograd.

18. Popović, S., M. Ugrinović, S. Tomašević. 2015. Management of Agricultural Enterprises by Means of Fair Financial Reporting in Accordance with International Standards of the Finance and Accounting Reporting. *CDQM* 3: 24-30.
19. Popović S., J. Tošković, A. Majstorović, S. Brkanlić, A. Katić. 2015. The importance of continuous audit of financial statements of the company of countries joining the EU. *Annals, Special Issue*, 241-246.
20. Popović S., S. Novaković, D. Đuranović, R. Mijić, Ž. Grublješić, J. Aničić, i A. Majstorović, 2017. Application of international accounting standard-16 in a public company with predominantly agricultural activities. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja* 30, (1): 1850–1864.
21. Schleich J. & T. Fleiter. 2019. Effectiveness of energy audits in small business organizations. *Resource and Energy Economics* 56: 59-70, Soltani, B. 2009. *Revizija, Međunarodni pristup*, Mate, Zagreb.
22. Stanišić M. 2006. Modeli interne kontrole. *Računovodstvo*, br.9-10, 24.
23. Vasić Z. 2015. Poreska kontrola uslov funkcionisanja budžetskog sistema. *Akcionarstvo* 21, (1): 5-22.
24. Vukša S., D. Anđelić, i I. Milojević. 2020. Analiza kao osnova održivosti poslovanja. *Održivi razvoj* 2, (1): 53-72.
25. Zekić M. 2015. Kontrola i revizije u javnom sektoru. *Akcionarstvo* 21,(1): 23-34.

THE IMPORTANCE OF CONSIDERING INTERNAL AUDIT AS A DECISION-MAKING BY TOP-MANAGEMENT OF AN AGRICULTURAL COMPANY

Miloš Jokić¹

Abstract

The top management's decision-making in an agricultural enterprise should be based on valid information gathered within the enterprise itself. Collecting timely business information is done daily by all sectors of the enterprise. Merely improving the security of information gathering and the safety of all parts of the enterprise is a task performed by trained internal control and internal audit personnel in the company, appointed by top management. In performing their duties on a regular basis, internal auditors should apply procedures and methodologies that are consistent with International Standards on the Professional Practice of Internal Auditing in their work. The aim of the paper is to emphasize the importance of implementing the adopted methodology of work of internal auditors in agricultural companies. The author points out those standards that are in line with best audit practice should be applied in internal audit work. The contribution of the study authors is to emphasize the importance of applying the internal audit profession in the regular operation of agricultural enterprises, which is in line with the general objective of improving the regular business operation.

Keywords: *agricultural enterprise, internal audit, management.*

Introduction

Top-management creates internal revision and control in accordance with defined management principles that they apply in regular business. When doing business, top management should rely on the application of legal solutions whose application can improve business decisions (Milojević, Mihajlović, Vukša, 2018). Other than that, top management uses processed data from all sectors in its business (Milojević, Mihajlović, 2020; Zekić, 2015), especially from the accounting and financial sector of the company.

Top management of an agricultural company should consider the professional qualification of employed workers when making decisions on who specifically will perform internal control (Kostić, 2020) and internal audit (Vukša, Anđelić, Milojević, 2020) tasks, taking into account their level of education as well as additionally completed courses, especially the one related to completed specialist

¹ Miloš Jokić, Doctoral student at the Faculty of Economics in Subotica, Segedin road 9-11 24000 Subotica, R. Serbia, E-mail: milosjokicbl@gmail.com

courses by which they acquired national certificates that is, international certificates related to establishing control functions in the company.

In this part of the paper, the author systematized three groups of factors that can influence the real business success of top management: the way it's presented, advantages and disadvantages in presentation of reports that are delivered by the responsible to top management.

The aim of this paper is to show multiple possible types of control (Milojević, Mihajlović, Milanović, 2019) that a company can use in its regular business with highlighting identified risks in order to be able to devise a relevant sample size when creating a report to top management.

The author is showing systematization of an already present application of mentioned values in the paper, which can serve in practical application in large number of agricultural companies, as well as theoretical creation of new models through which it is possible to promote management of a large number of companies.

Literature overview

For the study purposes, the author used already published views of authors related to practical applications of internal control and internal audit in companies (Chorafas, 2001; Northouse, 2008; Eremić-Đođić et al., 2013; Abernathy et. al., 2019). Other than practical application of internal control and internal audit, a large influence on making quality business decision of the top management, is had by the influence of risk monitoring on business management (Jorion, 2001; Ljutić, B, 2005; Stanišić, 2006; Lynch, 2007; Ljubisavljević, 2011).

Multiple authors have pointed out the necessity of respecting very heterogeneous factors, because they can have a strong influence on management and decision making by top management (Soltani, 2009; Popović et al., 2015; Popović et al., 2015a; Popović et al., 2017; Auerbach, 2019). The author has taken into account the stated when performing this study with the goal to make basic research assumption related to the application of internal audit and control in the valid decision-making process by top management.

Research methodology

In order to check the already stated attitudes in application of internal control and internal audit in agricultural companies, in the first phase the author used data obtained from the real agricultural company (Vasić, 2015) which operates positively since 1963, with the goal of enabling the discovery of relative reporting methods by an internal auditor to top management. After this in the second phase, 13 middle-sized agricultural companies that operate on the positive side for more than 3 years in

Serbia were surveyed and they performed the systematization of 8 basic types of control which were conducted in companies in the time period from January 2017 to march 2020. The survey filled in by company's financial managers that were guarantied that obtained results are not going to be connected with company information, but will only be used in scientific purposes of this study. Within this phase, it was asked from financial managers to fill in what is the leading risk related to identified 8 types of control conducted in companies. Finally, they were asked to show what is the optimal number of financial reports necessary for top management to be able to make valid business decisions on a daily, weekly and monthly level.

Reporting by internal auditor directed at top management

Reporting top management by an internal auditor of a company was the starting point of the author. For the needs of this approach, the author used two reporting methods that internal auditors use in their work (Li, Dai, & Vasarhelyi. 2018; Herrmann & Guenther, 2017). First used method was presentation and the second one was standard reporting. For both methods used, the author researched and presented in Table 1 the advantages and disadvantages of the mentioned reporting methods.

Table 1. Review of internal audit reporting method towards company's top management

Used methods	Advantages	Disadvantages
Presentation	• Interactive • Flexible • Easier acceptance • Allows understanding of difficult issue • contributes to solving observed weaknesses in the work of top management • Can increase the odds of conducting legal reporting of the company • Contributes to focusing on priority issues	• Can't show all evidence • Can lead to difficulties in presenting complex data that can lead to misunderstandings • Presentation skills and active involvement of multiple participants is necessary • Good preparation is necessary • There is a possibility that a certain problem will dominate
Standard report	• It's good for detailed reports and complex data • Can provide general information and show activity summary • Evidence is available immediately	• They can be presented untimely due to delays in preparation • Sometimes is difficult to accept • It needs more time to be prepared • Other reports can remain unread completely

Source: Author (2020).

Reduction in management risk

Reports from the internal auditor to top management should be directed at defined control and risk (Schleich, Fleiter, 2019; Milojević et al, 2020) that are characteristic for defined control, which was shown by the author in Table 2.

Table 2. Categories that can reduce management risk

Types of control	Risk
Division of duties	Risk than one person is completely responsible for all phases of a certain process
Organizational	Risk that a certain duty is divided at an inadequate way.
Approvals	Risk of unauthorized and invalid data entry in the system.
Physical	Risk of loss or damage of material goods of the organization.
Supervision	Risk that the employee won't conduct appropriate procedures.
Staff	Risk of employing or naming employees that don't have adequate experience and knowledge to perform their duties.
Mathematic and accounting	Risk from accounting mistakes for example, misspelling and other omissions.
Management	Risk of cumulative mistakes and non-standard transactions that other controls didn't reveal.

Source: Author (2020).

Consistency of reporting top management

Consistency of reporting top management was the third level of research and subject of this paper. The author showed in Table 3 a representation of three levels of reporting with showing the number of reports to top management (Dias, Rodrigues & Ferreira, 2019) which is used in more than 50% of surveyed companies, as well as the optimal number of reports used in surveyed companies.

Table 3. Consistency of reports from the internal auditor to top management

Consistency of reports from internal auditor	Size of the sample	
	Number of reports to top management	Number of reports to top management that enables cyclic checking
Daily	30	18
Weekly	5	5
Monthly	2	4

Source: Author (2020).

Based on Table 3 it can be clearly seen that there is a difference in the number of reports by the internal auditor to top management and the number of reports

when it is possible to perform cyclical verification of reporting. This deviation is especially visible in daily reporting, because there is a deviation of around 60% a month between two mentioned reports if the number of reports is taken into account. Other than that, it can be seen during monthly reporting with possible check of reports delivered to top management, that this reporting is increased 100% i.e., top management of surveyed agricultural companies demands four reports instead of two standard reports in order to achieve certainty in the obtained reports.

Conclusion

In order to safely manage an agricultural company, top management has at its disposal an entire array of very different instruments. Company management is constantly looking for ways to establish optimal control in a company. This is a long and continuous process that is of great importance because it's about an agricultural company dealing with manufacturing.

On of the possibilities at the disposal of company's management is introduced in this paper and represents the significance of internal control and internal audit within managing an agricultural company. In order to implement internal control and internal audit, an existence of professional and motivated staff that the management will carefully organize is necessary, in order to achieve positive results for the company based on the internal auditor's work.

Results shown in the paper point to the fact that successful companies use two forms of reporting by an internal auditor: presentation and standard reports i.e., by applying the mentioned reporting form, positive business results can be achieved. The other conclusion relates to the fact that companies must have more forms of control established in their everyday business. The third conclusion is that companies should organize a minimum number of reports in order to be able to perform checks on reports in real time.

Finally, the author concludes that this research can be continued in companies that do business in other industries as well, i.e. the research can be continued in other countries, primarily in countries that were a part of one country (Yugoslavia), because similar problems related to company management can be found in them.

Literature

1. Abernathy J. L., T. R. Kubick & A. N.S. Masli. 2019. The effect of general counsel prominence on the pricing of audit services. *Journal of Accounting and Public Policy* 38, (1):1-14

2. Auerbach J. A. 2019. Tax Equivalences and Their Implications. *Tax Policy and the Economy* 33, 81-107.
3. Chorafas N. D. 2001. Implementing and Auditing the Internal Control System, Great Britain by Antony Rowe Ltd. Chippenham: Wiltshire.
4. Dias C.S.L., R. G. Rodrigues & J. J. Ferreira. 2019. Agricultural entrepreneurship: Going back to the basics. *Journal of Rural Studies* 70:125-138,
5. Eremić-Đodić J, N.Savanović, V. Sikimić. 2013. Upravljanje procesom interne kontrole, Atelje Delač: Sremska Kamenica.
6. Jorion P. 2001. Value At Risk, The New Benchmark for Managing Financial Risk. second edition, McGraw-Hill.
7. Herrmann J. & E. Guenther. 2017. Exploring a scale of organizational barriers for enterprises' climate change adaptation strategies. *Journal of Cleaner Production* 160: 38-49,
8. Kostić R.. 2020. Revizija ostvarivanja ciljeva budžetskih programa. *Održivi razvoj* 2, (1): 41-52.
9. Li H., J. Dai, T. Gershberg & M. A. Vasarhelyi. 2018. Understanding usage and value of audit analytics for internal auditors: An organizational approach. *International Journal of Accounting Information Systems* 28: 59-76,
10. Lynch F. 2007. Finansijske informacije za menadžment. Prevod Saveza računovođa i revizora Srbije od izdavača Kaplan publishing Foulks Lynch: ACCA.
11. Ljubisavljević S. 2011. Revizija kao instrument provere kvaliteta finansijskog izveštavanja. SRR Srbije, Kosmos: Beograd.
12. Ljutić B. 2005. Revizija logika, principi i praksa. Mladost biro šped: Beograd.
13. Milojević I.M., M. B. Mihajlović, i S. Đ. Vukša. 2018. Novčani tokovi privrednog subjekta kao predmet revizije. *Vojno delo* 70, (3): 361-371.
14. Milojević I.M., M. B. Mihajlović, i N. Milanović. 2019. Sistem obračunskog računovodstva i korupcija u javnom sektoru. *Vojno delo* 71, (6): 311-318.
15. Milojević I., M. Mihajlović, M. Popović, i N. Pantić. 2020. Application of quantitative models in the organization of the financial function of agricultural enterprises. *Ekonomika poljoprivrede* 67, (3): 747-762.
16. Milojević I. i M. Mihajlović. 2020. Računovodstveni tretman državnih davanja i obelodanjivanje državne pomoći. *Kutura polisa* 17, (42): 619-630
17. Northouse P. 2008. Liderstvo. Data Status: Beograd.
18. Popović, S., M. Ugrinović, S. Tomašević. 2015. Management of Agricultural Enterprises by Means of Fair Financial Reporting in Accordance with International Standards of the Finance and Accounting Reporting. *CDQM* 3: 24-30.

19. Popović S., J. Tošković, A. Majstorović, S. Brkanlić, A. Katić. 2015. The importance of continuous audit of financial statements of the company of countries joining the EU. *Annals, Special Issue*, 241-246.
20. Popović S., S. Novaković, D. Đuranović, R. Mijić, Ž. Grublješić, J. Aničić, i A. Majstorović, 2017. Application of international accounting standard-16 in a public company with predominantly agricultural activities. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja* 30, (1): 1850–1864.
21. Schleich J. & T. Fleiter. 2019. Effectiveness of energy audits in small business organizations. *Resource and Energy Economics* 56: 59-70, Soltani, B. 2009. *Revizija, Međunarodni pristup*, Mate, Zagreb.
22. Stanišić M. 2006. Modeli interne kontrole. *Računovodstvo*, br.9-10, 24.
23. Vasić Z. 2015. Poreska kontrola uslov funkcionisanja budžetskog sistema. *Akcionarstvo* 21, (1): 5-22.
24. Vukša S., D. Anđelić, i I. Milojević. 2020. Analiza kao osnova održivosti poslovanja. *Održivi razvoj* 2, (1): 53-72.
25. Zekić M. 2015. Kontrola i revizije u javnom sektoru. *Akcionarstvo* 21,(1): 23-34.

Datum prijema (Date of arrival): 17.10.2020.

Datum prihvatanje (Date accepted): 19.11.2020.

ANALIZA ODRŽIVOSTI, DOMETI I OGRANIČENJA EKONOMSKE POLITIKE EVROPSKE UNIJE

Kristijan Ristić¹, Nataša Marjanović², Milosav Miličković³, Zlatko Kadić⁴

doi: 10.5937/Oditor2003137R

Pregledni rad

UDK:

339.923:061.1EU]:338.22

339.923:061.1EU]:336.02

Rezime

Problemi sa kojima se suočavaju velike privrede Evrope poput Nemačke i Francuske, minimalni privredni rast, rekordna nezaposlenost, priliv izbeglica, mala verovatnoća privrednog oporavka zemalja članica, ojačan američki dolar i pojačana kontrola američkih banaka nad svim bankarskim transakcijama širom sveta (radi sprečavanja izbegavanja plaćanja poreza) jesu „globalni“ razlozi što je sve manje ulaganja u evropske privrede. Kriza javnih finansija i kriza zajedničke valute evro već godinama unazad usporavaju ekonomski rast i prosperitet EU.

Ključne reči: ekonomski suverenitet EU, finansijska stabilnost EU, kriza EU.

JEL: G31, H01, H77

Uvod

Velike promene u ekonomskom, tehnološkom i političkom smislu koje su se dogodile u privredama najmoćnijih zemalja uslovljavaju poslovne subjekte da se prilagođavaju novonastaloj situaciji. Uloga države u uslovima novih pravila koja postavlja globalizacija postaje značajnija imajući u vidu neophodnost njegovog uključivanja u sve tokove (Bertoldi, 2019).

Kao posledica, nova razvojna ekonomska politika definisana je u skladu sa ograničenjima, koja su postavljena od strane međunarodnih organizacija ili zakonodavnog okvira Evropske unije, koji se odnosi na sve njene članice.

¹ Vanredni profesor dr Kristijan Ristić, Univerzitet Union Nikola Tesla, Poslovni pravni fakultet, Knez Mihajlova 33, Beograd, R. Srbija, Telefon: +381 63 267 127 E-mail: kristijanristic.fpim@yahoo.com

² Docent, dr Nataša Marjanović, Visoka poslovna škola strukovnih studija „Čačak“ u Beogradu, Zemunski park 2, Beograd, R. Srbija, Telefon: +381 63 333 821 E-mail: natasa.marjanovic@hotmail.com

³ MA Milosav Miličković doktorand na Univerzitet Union Nikola Tesla, Cara Dušana 62-64. Beograd, R. Srbija, E-mail: milickovicm@gmail.com

⁴ MA Zlatko Kadić doktorand na Univerzitet Union Nikola Tesla, Cara Dušana 62-64. Beograd, R. Srbija, E-mail: zlatni.kadic@gmail.com

Donošenje i realizacija ciljeva ekonomske politike je veoma kompleksan zadatak, koji zahteva preduzimanje velikog broja aktivnosti u različitim oblastima. Veoma je bitna koordinacija i uključivanje velikog broja različitih faktora i optimalno uspostavljanje svih mera ekonomske politike. Ovakva javna politika može da pomogne da se prevaziđu tekući makroekonomski, industrijski i drugi problemi savremenog društva.

Velika složenost i brojni problemi prilikom definisanja politike na nivou EU i država članica, kao i mnoge promene u dužem vremenskom periodu uslovile su poteškoće u vezi sa tim na koji način definisati granice ekonomske politike EU. Način funkcionisanja i intenzitet ekonomske politike veoma mnogo su se promenili za čitav period postojanja EU.

Finansijska kriza iz prve dekade XXI veka je otkrila mnoga ograničenja i nedostatke u upravljanju i vođenju finansijskih institucija sa obe strane Atlantika.

Finansijski suverenitet Evropske unije

Evropska centralna banka (ECB) upravlja zajedničkom valutom, kontroliše inflaciju, emituje novac-evro koji je u opticaju, nadzire poslove banaka i država, utiče na bankarske bilanse poslovanja, određuje monetarnu politiku i determiniše ekonomski rast u evrozoni (Piketi, 2015; Pantić, Jovanović, Issa, 2019). Kao druga po veličini svetska ekonomska sila ECB određuje monetarnu politiku trinaest najmoćnijih država sa više od 15% ukupnog svetskog društvenog bruto proizvoda.

Osnovna ideja ECB je da novac dodeli centralnim bankama država članica da bi ga one prosledile komercijalnim bankama koje bi plasirale kredite stanovništvu i privredi pod povoljnijim uslovima. ECB daje novac za otkup državnih obveznica iz bilansa platih banaka u centralne banke članice evrozone, što znači da se ukupna količina novca ne menja. Banke samo obveznice državnog duga zamenjuju gotovinom, odnosno likvidnim sredstvima da bi se povećao kapacitet kreditiranja. Upotrebom složenih finansijskih operacija pomoću tzv. finansijskih inovacija (finansijskih derivata, npr) ulažu se ogromna novčana sredstva u poslove koje ne dovode do evidentnih promena u realnom sektoru, jer se zaključivanjem različitih opcija i fjučersa trguje berzanskim robama, koje u zadatim količinama u realnom svetu i ne postoje, ali zato donose profit koji je mnogo veći od onoga što se ostvaruje ulaganjem u realnu ekonomiju (a to očekivane promene cena robe rešava osiguranjem). Osigurana masa novca ne ulaže se više u realnu ekonomiju nego u virtuelnu ekonomiju, gde su najveće plate, profiti i dividende.

Antikrizne mere u EU, koje su do sada primenjivane, svodile su se, po pravilu na državne intervencije, kojima su ogromna budžetska sredstva izdvajana za

spasavanje od bankrotstva krupnih finansijskih i proizvodnih kompanija (Li, Chang & Chang, 2017). Po ulasku EU u deflaciju, ECB je odmah monetarno popustila i agresivno lansirala program monetarističkih olakšica, koje su podrazumevale i kupovinu državnih obveznica sa negativnim kamatnim stopama. Euro je naglo pao, prinosi na državne papire spustili su se na niske nivoe. Tako su berze počele snažno da se uzdižu, a to je trebalo da ubrza ekonomski oporavak i zaustavi deflatorne pritiske. No, čak tvorevine ECB pozajmljivanje drže na niskom nivou (Radivojević i dr., 2019). Udeo privrednog i javnog duga u društvenom proizvodu zemalja periferije u evrozoni je i na dalje vrlo visok.

U gotovo svim zemljama EU, koje su joj pristupile, povećanje društvenog proizvoda po glavi stanovnika praćeno je enormnom cenama u formi rastućeg javnog duga, koji se brže povećavao od društvenog proizvoda. Kipar, Češka, Estonija, Mađarska, Rumunija, Letonija, Litvanija, Malta, Poljska, Slovačka, Slovenija i Hrvatska faktički jesu tzv. evropske zemlje, koje žive na kreditnoj kartici (Stiglic, 2012). Svi ekonomski uspesi faktički su finansirani zaduživanjem. Te iste prezadužene zemlje sada su prinuđene da pozovu u pomoć MMF, koji zavodi oštre mere štednje uz nemogućnost da imaju pristup tržištu kapitala da bi došle do povoljnih kredita za refinansiranje svojih finansijskih obaveza, naročito ulaganje u budući ekonomski rast. U tom kontekstu, EU mora da se menja u pravcu reafirmacije socijalne tržišne privrede (Prokopijević, 2007). EU treba da ide dalje u pravcu federalizacije, tj. monetarne, fiskalne i bankarske unije, i u pravcu transferne unije, tj. preraspodele dela društvenog proizvoda u korist siromašnih članica, ukoliko želi da gradi konzistentan privredni sistem.

Ekonomski suverenitet Evropske unije

Evropsko jedinstvo ne treba više gledati kroz prizmu slobodnog tržišta i protoka kapitala već isključivo kroz prizmu kulturnog duhovnog i tradicionalnog identiteta. Višedecenijsko uvećavanje spoljnog duga prema stranim kreditorima je novi sistem menažmenta investitora za upravljanje krizama, kao novi oblik transformacije privrednih sistema. MMF podstiče borbu protiv inflacije, a ne borbu protiv recesije i nezaposlenosti. Zanimljiv je isključivo za vraćanje dugova zaduženja: ili prezadužene zemlje da bi se ojačalo poverenje inostranih investitora, reducirao rizik i poboljšali uslovi za novo zaduživanje na finansijskom tržištu privrednog i finansijskog sistema (Radovanović, Vasiljević, 2014).

Prezaduženost kapitalističke privrede je osnov način funkcionisanja. U izlazak iz krize FED je već „investirao“ 3,1 trilion dolara (Ferreira, Monteiro, Manso, 2018). Bankarski sektor se razvijao mnogo brže od realne ekonomije američkog

društva u kojoj je odnos zbira stope nezaposlenosti i realne stope inflacije dosegao do 32,89 dolara, što je gotovo 10 puta više od svetskog. Sjedinjene Američke Države funkcionišu na stalnom zaduživanju prodajom obveznica trezora, koji vodi ekonomskom kolapsu. Fundamentalne američke vrednosti predstavljaju složeni sistem u kome dominiraju, lični uspeh, slobodno preduzetništvo (Milojević, Mihajlović, Milanović, 2019), bogatstvo, novac, konkurencija, oslonac na sopstvene snage, uspeh po svaku cenu i liberalno-demokratski poredak (Milojević & Mihajlović, 2020), kao institucionalni okvir za proklamovanje univerzalnih vrednosti. U tom kontekstu, ideologija liberalizma idealna je podrška tržišnoj ekonomiji, koja ne inkorporira prilagođavanje ekonomskih politika u globalnom procesima (Stiglic, 2015). Akcenat reformi MMF-a je uvek na štednji, kao nezaobilaznom formatu primenjenom kao šok terapija. Globalistička konkurencija današnjeg ekonomskog sistema, zasnovana je na transferu kapitala, preseljenjem rada i drastičnim smanjenjem troškova radne snage (Živković, Kožetinac, et al., 2019).

Preporuka OECD Evropskoj uniji o početnoj „Investicionoj kvoti“ u zoni 20% društvenog proizvoda dovelo je do toga da je EU shvatila neophodnost ulaganja više novca (kejnzijanska ekonomska škola) radi oživljavanja kejnzijanski zaposlenosti i rasta. QE (kvantitativna popuštanja) je dokaz da ECB može da sprovede monetarnu politiku kada su kamata blizu nule. QE ima velike zasluge u slabljenju evra da bi se podstakao izvoz i snizili troškovi i zaduživanja kompanija i vlada. Politika kvantitativnog popuštanja, se nastavila i u 2016. i 2017-oj godini uključujući i reinvestiranja novca od dospelih obveznica, kako bi se spasila evrozona. Ali, ekonomija evrozone ne počiva samo na merama centralne banke, njoj je potrebna i labavija fiskalna politika u kombinaciji sa strukturnim reformama poslovnog okruženja, koju EU inače zapostavlja.

Ekonomska i finansijska stabilnost Evropske unije

U evrozoni spori rast privredne aktivnosti i inflacija koja je daleko ispod ciljane od 2% predstavlja dodatni pritisak na ECB da uvede dodatne alternativne mere (Reins, 2019). Do sada je ECB preduzela radikalne korake u vidu spuštanja kamatne stope na depozite na -0,2% i otkupila aktivu u vrednosti od preko pola milijarde evra na sekundarnim tržištima (većinom u obliku državnih obveznica i obveznica kompanija javnog sektora), dajući podstrek rastu investicija, otvaranju novih radnih mesta i privrednom oporavku. Ovakva matematika na starom kontinentu dovela je evro na najnižu vrednost u odnosu na dolar. Stoga, investitori u SAD kupuju, dolaze i prodaju državne obveznice, dok Evropa kupuje obveznice i prodaje evre. Uporedo sa redukcijom rejtinga EU ponovo je vaskrsao švedski model ekonomije blagostanja uz favorizovanje politike opšte dobrobiti: izvozne orijentacija proizvodnog sektora, favorizovanje nauke i

obrazovanja, primena novih tehnologija, ekologija, socijalna prava građana, i dizanje svetskog rekorda od 80% zaposlenih generacija od 25 do 64 godine starosti, pošto je uspešno, pređen put od „socijalne do minimalne države“ (Hadjimichael, 2018). Produktivnost je rasla u direktnoj srazmeri sa smanjenjem broja radnih sati.

Program ECB pokrenut je u cilju obezbeđenja dugoročnog finansiranja banaka evro zone (Stiglic, 2016; Klajić, 2020; Gregory, Stuart, 2015). Operacije ciljanog dugoročnog refinansiranja (radi poboljšanja finansijske stabilnosti evropskih banaka) nisu ojačale proces kreditiranja privrede sa posustalim rastom. U Evropskoj uniji ipak egzistira mogućnost da recesija i raspoznavanje rasta smanji produženi efekat zato što navode ljude da manje investiraju i time smanjuju budući rast proizvodnje ili zato što u toku perioda pada ekonomske efikasnosti ljudi gube veštine ili kapital zastareva (De Grovi, 2014; Nastić, Ivanović, Marković, 2020).

Neoliberalna globalizacija u osnovi reflektuje denacionalizaciju, koja agresivno otvara pitanje nacionalne države, suvereniteta i identiteta, i naročito, problem stvaranja nove transnacionalne državnosti (Coccia, 2017). U tom kontekstu, centralne banke vode politiku jeftinog novca, zadržavajući kamatnu stopu oko nule gotovo punu deceniju. Tako se veliki investitori, mogli da biraju slobodu da “drže novac gde god hoće” što se u stvarnosti svodi na “količinsku eksproprijaciju” evropskog novca od strane SAD: većina evropskog novca upotrebljava se za kupovinu američkih državnih obveznica. U takvim transakcijama evro se menja za dolare koji, zbog, povećanja ponude obara svoju vrednost (Karjalainen, Hoeveler, Akli, 2017). To, međutim, dovodi do krize multinacionalnosti u Evropi, koja investira na sve nacionalne interese i protekcionizam.

EU je obezbedila jedinstveno tržište, slobodu kretanja ljudi i kapitala, zajedničku bezbedonosnu politiku, jedinstvenu valutu (evro), kompletan sistem zaštite ljudskih prava, zajednička monetarna politika. Ali, mnogima to više nije dovoljno (Dželetović, Šubara, (2017).

Svetska ekonomska kriza i proces recesije dovode do toga da ljudi strepe od sve većeg rizika, i to počev od Brekzita (izlaska V. Britanije iz EU), pa sve do Greksita (izlaska Grčke iz EU); a i plan za spasavanje nije više održiv, jer je EU u 2016. godini već nedovoljno u stanju na reagovanje na novu krizu i na ukidanje šengenskog sporazuma (Sus, 2018; Vasić, 2015). U aktuelnom trenutku evropske banke se suzdržavaju od pozajmica, dok su državne vlasti sputane budžetskim ograničenjima. A da bi se uredio evropski finansijski sistem, Evropska komisija se već okrenula uniji tržišta kapitala (UTK), koji treba da stvori novu mogućnost dugotrajnog povratka rastu i stvaranja radnih mesta, kao i poboljšanje pristupa finansijama posebno za mala i srednja

preduzeća. Korišćenjem novog pristupa, banke bi svoje kredite mogle da prodaju na tržištima kapitala iz minimalan rizik. Simultano, bankama je omogućeno da se obraćaju Evropskoj centralnoj banci, koja je odlučila da sekjuritizirane pozajmice prihvata kao zalog u zamenu za nova sredstva, što bi trebalo da stimuliše kreditiranje realne privrede, pa samim tim i i bankarstvo (Đekić, Radivojević, Krstić, 2019). Uz to, preduzete su i mere koje olakšavaju investitorima otkup dugova preduzeća koji su u posedu banka, kao i fiskalno podsticanje institucionalnih investitora, da neophodno preuzmu dugove preduzeća, koja se ne kotiraju na berzama (što je rizičnija investicija od tradicionalnih državnih obveznica).

Već na samom početku 2016. godine evropske banke bile su drastično pogođene tzv. nultim kamatnim stopama što je praktično značilo da bankarstvo prolazi kroz metamorfozu koja zahteva temeljnu i radikalnu promenu bazičnih modela postojanja. U ovom periodu je bilo neophodno ograničiti poslovanje banaka i zaštititi posebno obveznice, što pak implicira usvajanje zakona koji bi omogućili razbijanje najvećih banaka kako bi se izbegla finansijska “spasavanja” od strane države (Beletsi i dr., 2018). Čak doneti set Frena-Dod zakona nije otišao mnogo daleko: najveće banke su i dalje prevelike da bi propale. I stoga, predstavljaju ozbiljan rizik za slobodnu ekonomiju. Iz tih razloga je neophodno razbijanje velikih banakana manje banke, na manje povezane lance i na manje važne finansijske organizacije. Već u samom startu 2016. godine ECB najavila je da nastavlja sa još agresivnijim monetarnim popuštanjem kako bi pospešila slabi rast i slabu inflaciju iako je OECD posumnjao u efikasnost nekonvencionalne monetarne politike i eventualnu rekapitulaciju evropskog bankarstva (zbog nultih kamatnih stopa, neophodna likvidacija bezvrednih sredstava, nebrojenih nenaplativih pokušaja i iznuđenog otpisa duga). ECB je u 2016. godini oborila osnovnu kamatnu stopu, novi deo paketa mera za pokretanje ekonomije evrozone, i povećala “upumpavanje” novca sa 60 na 80 milijardi evra mesečno, a u otkup su pored državnih obveznica, uključene korporativne hartije (Río, 2017; Alola, Bekun, Sarkodie, 2019).

Na samom startu 2016. godine globalna tržišta hartija od vrednosti pretrpela su gubitke. Turbulentni trend je bio zaustavljen, ali je rizik investitora povećan usled zasićenja duga u kineskoj ekonomiji. Američki pantentirani program “kvantitativnog popuštanja” i tzv. monetarne olakšice Evropske centralne banke (od 60 milijardi evra mesečno) nisu dovoljni da bi se stimulisala inflacija i pokrenuo privredni rast (Bel & Joseph, 2018). Državne obveznice smatrane su “sigurnom kućom” za finansijska sredstva u nesigurnim biznis vremenima. Međutim, desetogodišnje obveznice sa negativnim prinosom, već razotkrivaju strah investitora od dugotrajnosti nesigurnih vremena, koja klasično demonstriraju krhkost aktuelnog finansijskog poretka (Živković, Lakić, et al.,

2019). Zato je kriva politika niskih, skoro nultih, referentnih kamatnih stopa vodećih svetskih centralnih banaka. A to je urađeno u pokušaju da se prekine začarani sunovratni vrtlog deflacije da bi se svetska ekonomija podstakla jeftinim kreditorima. No, time se ipak smanjene mogućnosti sticanja profita u bankama, što ih tera sve više i više u sve rizičnije plasmane.

Dojče banka zabeležila je gubitke od 6,8 milijardi evra u svom poslovanju, a totalna izloženost sve nemačke banke finansijskim derivatima iznosila je neverovatnih 64 hiljada milijardi američkih dolara, što je 16 puta više od BDP Nemačke i 5 puta više od BDP čitave evrozone (Zekić, 2015). Neobične mere ECB zaglavile su evrozonu u produženom peiodu visine inflacije, koja “generiše” minimalnu ekonomsku dobit. A, to, jer dovodi do neuspeha evropskog kvantitativnog popuštanja negativnih kamatnih stopa, što iznova prati kredibilitet ECB. Stoga, sada u prvi plan izbija nova opcija u formi tzv. helikopterskog novca, koji bi se direktno distribuirao domaćinstvima u evrozoni, i to na poseban način od strane ECB za vraćanje duga. Sa stanovišta dužnika to bi značilo smanjenje zaduženosti, povećanje kupovne moći i potrošnje, i poverenje u budućnost kreditora. Takav preokret treba da poveća investiranje u evropske infrastrukturne projekte, koji bi obezbeđivali dugoročne prinose i povećani makroekonomski uticaj na investicije. Šanse za povratak globalne recesije iznova, zakomplikovano rastu s obzirom da je ekonomski rast (u period od 2008-2015. godine) i dalje na nepouzdanj tački.

Zaključak

Strukturno ciklično usporavanje u svetskoj ekonomiji je neodrživo, i kriza u politici drastično pooštavanje finansijskih uslova, prvenstveno u razvijenim zemljama i naprednim ekonomijama, zbog neodrživog deviznog režima, previsokih javnih dugova, prenatlašenih fiskalnih deficit, prenatlašenog monetarnog dopinga, preniskih kamatnih stopa, nedostižne ciljane inflacije, slabljenje konkurencije i nemogućeg rasta zaposlenosti. A za izbegavanje nove globalne recesije i novog usporavanja potencijalnog rasta BDP imperativno je nova globalna recesija tzv. "Abenomiks plusa", što bi prema metodologiji američke investicione banke Sitigrup, reflektuje (označava) “labavu monetarnu politiku kombinovanu sa fiskalnim podsticajima i strukturnim reformama”. EU se već ogleda na Japan, jer je japanska “abenomija” jedina u zapadnom svetu dovela do preokreta posredstvom svojih strela: monetarnih, fiskalnih i strukturnih.

Literatura

1. Alola A. A., F. V. Bekun, S. A. Sarkodie. 2019. Dynamic impact of trade policy, economic growth, fertility rate, renewable and non-renewable energy

- consumption on ecological footprint in Europe. *Science of The Total Environment*, 685: 702-709
2. Bel G., & S. Joseph. 2018. Policy stringency under the European Union Emission trading system and its impact on technological change in the energy sector. *Energy Policy*, 117: 434-444.
 3. Beletsi A., V. Koutrafour, E. Karampli, E. Pavi. 2018. Comparing Use of Health Technology Assessment in Pharmaceutical Policy among Earlier and More Recent Adopters in the European Union. *Value in Health Regional Issues*, 16: 81-91
 4. Bertoldi M. 2019. The European Union in the crisis of the postwar economic order. *Journal of Policy Modeling*, 41(3): 507-521
 5. Coccia M. 2017. Asymmetric paths of public debts and of general government deficits across countries within and outside the European monetary unification and economic policy of debt dissolution. *The Journal of Economic Asymmetries*, 15(C): 17-31
 6. Cutrini E. 2019. Economic integration, structural change, and uneven development in the European Union. *Structural Change and Economic Dynamics*, 50(C): 102-113
 7. De Grovi P. 2014. *Ekonomija monetarne unije*. Izdavačka kuća Zoran Stojanović: Sremski Karlovci.
 8. Dželetović M. & Lj. Šubara. 2017. *Evro i monetarna integracija Evrope*. Institut za međunarodnu politiku i privredu: Beograd.
 9. Đekić I., V. Radivojević, i M. Krstić. 2019. Politika zaštite konkurencije kao faktor ekonomskog razvoja država u tranziciji. *Vojno delo* 71, (7): 372-382.
 10. Ferreira E. R., J. D. Monteiro, J. R. P. Manso. 2018. Are economic crises age and gender neutral? Evidence from European Union mortality data. *Economic Analysis and Policy*, 60: 69-77
 11. Gregory P., R. & R. C. Stuart. 2015. *Globalna ekonomija i njeni ekonomski sistemi*. CID Ekonomski fakultet: Beograd.
 12. García-Álvarez M. T., L. Cabeza-García, I. Soares. 2018. Assessment of energy policies to promote photovoltaic generation in the European Union. *Energy*, 151: 864-874
 13. Hadjimichael M. 2018. A call for a blue degrowth: Unravelling the European Union's fisheries and maritime policies. *Marine Policy*, 94: 158-164.
 14. Karjalainen T., A. Hoeveler R. D. Akli. 2017. European Union research in support of environment and health: Building scientific evidence base for policy. *Environment International*, 103: 51-60
 15. Klajić B. 2020. Ekonomska teorija ponude i tražnje za prekovremenim radom u Republici Srbiji i zemljama CIE. *Održivi razvoj* 2, (1): 17-29.

16. Li S. J., T. H. Chang & S. L. Chang. 2017. The policy effectiveness of economic instruments for the photovoltaic and wind power development in the European Union. *Renewable Energy*, 101(C): (660-666)
17. Milojević I. i M. Mihajlović. 2020. Računovodstveni tretman državnih davanja i obelodanjivanje državne pomoći. *Kutura polisa* 17, (42): 619-630
18. Milojević I.M., M. B. Mihajlović, i N. Milanović. 2019. Sistem obračunskog računovodstva i korupcija u javnom sektoru. *Vojno delo* 71, (6): 311-318.
19. Nastić L., S. Ivanović, i T. Marković. 2020. Economic efficiency of breeding Tsigai sheep in the Central and South - East Europe. *Ekonomika poljoprivrede* 67, (1): 175-188.
20. Pantić N., B. Jovanović, i H. R. Issa. 2019. Oporezivanje u funkciji održivog razvoja. *Održivi razvoj* 1, (2): 37-51.
21. Piketi T. 2015. Kapital u XXI veku. Akademska knjiga: Novi Sad.
22. Prokopijević M. 2007. Evropska monetarna unija. Građevinska knjiga: Beograd.
23. Radivojević V., B. Krstić, M. Krstić, i M. Petković. 2019. Benchmarking agricultural and other environmental performances of Central and East European countries. *Ekonomika poljoprivrede* 66, (2): 471-484.
24. Radovanović R. & B.Vasiljević. 2014. Finansijska integracija Evropske unije i finansijsko tržište Srbije. Zavet: Beograd.
25. Reins L. 2019. The European Union's framework for FDI screening: Towards an ever more growing competence over energy policy?. *Energy Policy*, 128(May): 665-672
26. Río P. 2017. Why does the combination of the European Union Emissions Trading Scheme and a renewable energy target makes economic sense?. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 74: 824-834
27. Simić N., T. Kosumi, i Y. Jialiang. 2019. Regulatorni instrumenti održivog razvoja. *Održivi razvoj* 1, (1): 17-28.
28. Sus M. 2018. Setting the scene for alternative futures for European Union's foreign policy 2025. *Futures*, 97(March): 1-5
29. Stiglic J. E. 2015. Velika podela. Akademska knjiga: Novi Sad.
30. Stiglic J. E. 2012. Slobodan pad. Akademska knjiga: Novi Sad.
31. Stiglic J. E. 2016. Evro. Akademska knjiga: Novi Sad.
32. Vasić Z. 2015. Poreska kontrola uslov funkcionisanja budžetskog sistema. *Akcionarstvo* 21, (1): 5-22.
33. Zekić M. 2015. Kontrola i revizije u javnom sektoru. *Akcionarstvo* 21,(1): 23-34.
34. Živković A., G. Kožetinac & S. Popović. 2019. Monetarna ekonomija. CID Ekonomski fakultet: Beograd.
35. Živković A., S. Lakić & K. Ristić. 2019. Monetarni menadžment. CID Ekonomski fakultet: Beograd.

ANALYSIS OF SUSTAINABILITY, RANGE AND LIMITATIONS OF EUROPEAN UNION'S ECONOMIC POLICY

Kristijan Ristić⁵, Nataša Marjanović⁶, Milosav Miličković⁷, Zlatko Kadić⁸

Abstract

Problems that large European economies such as Germany and France are facing, low economic growth, high unemployment rate, influx of refugees, small chance of economic recovery of member states, strengthened American dollar and increased control of American banks over all banking transactions across the world (in order to prevent avoidance of paying taxes) are „global“ reasons for smaller investments in European economies. Crisis of public finance and mutual currency, the euro are decreasing economic growth and prosperity of the European Union for years.

Key words: *EU economic sovereignty, EU financial stability, EU crisis.*

Datum prijema (Date of arrival): 22.10.2020.

Datum prihvatanje (Date accepted): 29.11.2020

⁵ Associate professor, PhD Kristijan Ristić, University Union Nikola Tesla, Faculty of Business and Law, Knez Mihajlova 33, Belgrade, R. Serbia, Phone: +381 63 267 127 E-mail: kristijanristic.fpim@yahoo.com

⁶ Assistant professor, PhD Nataša Marjanović, High business school „Čačak“ in Belgrade, Zemunski park 2, Belgrade, R. Serbia, Phone: +381 63 333 821 E-mail: natasa.marjanovic@hotmail.com

⁷ MA Milosav Miličković PhD student at University Union Nikola Tesla, Cara Dušana 62-64. Belgrade, R. Serbia, E-mail: milickovicm@gmail.com

⁸ MA Zlatko Kadić PhD student at University Union Nikola Tesla, Cara Dušana 62-64. Belgrade, R. of Serbia, E-mail: zlatni.kadic@gmail.com

PRAVILA TEHNIČKE PRIPREME RADOVA

Ovo uputstvo za autore daje sve neophodne informacije, kao i šablon za pripremu radova pre podnošenja za publikovanje u časopisu ODITOR. Molimo Vas da maksimalno pažljivo pristupite korišćenju ovog dokumenta, odnosno da ga shvatite kao skup uputstava i praktičan primer koji u mnogome doprinosi lakšoj i efikasnijoj manipulaciji nad Vašim radom u svim fazama uređivanja časopisa. Radovi koji odstupaju od datog šablona se neće uzimati u razmatranje.

Format strane: *Width* 170 mm x *Height* 240 mm; **Margine:** gore/dole 20 mm, levo/desno 18 mm; **Layout:** *Header* 1,25cm, *Footer* 1,25cm; **Orientation:** Portrait. Preferira se **obim radova** do maksimalnih 30.000 karaktera (bez razmaka), odnosno 15 stranica. Radovi ne bi trebalo da budu kraći od 8 stranica. U zavisnosti od kvaliteta rada Uredništvo može prihvatiti i duže radove. Molimo Vas da radove pripremate na računaru u programu **Microsoft Word 2003** ili nekoj kasnijoj verziji ovog programa.

U nastavku sledi detaljan **Šablon** (tehničko uputstvo) za pravilnu pripremu radova za časopis ODITOR. Molimo Vas da maksimalno moguće poštujete tehnička pravila data sledećim šablonom.

RULES FOR TECHNICAL PREPARATION OF ARTICLES

These Instructions will give all necessary information to author(s), as well as template for the articles preparation before their submission for publication in the journal Auditor. We are asking you to use this document with a maximal attention, in other words to realize it as a set of instructions and practical example that will contribute to easier and more efficient operation under your article within the all phases of journal editing. Articles that deviate from mentioned template are not be taken into consideration.

Page setup: Paper size: *width* 170 mm x *height* 240 mm; **Margins:** top/bottom 20 mm, left/right 18 mm; **Layout:** *header* 1,25cm, *footer* 1,25cm; **Orientation:** Portrait. Paper volume up to 30.000 characters (without spaces) or 15 pages is preferable. Articles should not be shorter than 8 pages. Depending on papers' quality, Editorial Board could also accept longer articles. Article has to be prepared electronically (on computer), in program **Microsoft Word 2003** or some later version of this program.

Below is a detail **Template** (technical instructions) for correct preparation of articles that will be submitted to the journal Auditor. You are asked to maximum possible follow the technical instruction given by the following template.

ŠABLON: NASLOV RADA (CENTRIRAN, TNR SIZE 12, BOLD, SVA SLOVA VELIKA, MAKSIMALNO DVA REDA)

Nikola Nikolić¹, Petar Petrović², Marko Marković³

Rezime

Poželjno je da rezime sadrži od 100 do 150 reči, te da sadrži sve bitne činjenice rada, poput cilja rada, korišćene metode, najvažnijih rezultata i osnovnih zaključaka autora.

Tokom pisanja rezimea treba koristiti slova Times New Roman (TNR), veličina fonta (font size) 11, Italic, ravnjanje teksta Justify, a tekst rezimea pisati bez proreda (Line Spacing Single), sa razmakom od 6 pt između pasusa, bez uvlačenja prvog reda.

Izbegavajte korišćenje indeksa i specijalnih simbola u apstraktu, odnosno definišite sve skraćenice u apstraktu kada se prvi put upotrebe. Nemojte citirati reference u apstraktu.

Autori će naslov rada, rezime rada i ključne reči napisati na engleskom jeziku na kraju rada, ispod listinga korišćene literature. Tekst srpske i engleske verzije apstrakta i ključnih reči se moraju podudarati u svakom pogledu.

Ključne reči: navesti, maksimalno, pet, ključnih, reči.

JEL: (navesti JEL klasifikaciju rada na osnovu sadržaja a u skladu sa uputstvom) F16, M24 (www.aeaweb.org/jel/jel_class_system.php)

Uvod

Molimo Vas da striktno poštujete uputstva o formatiranju i stilove date u ovom šablonu. Ne menjajte veličinu fonta ili razmak redova da biste ubacili više teksta u uslovno ograničeni broj stranica.

Uredništvo organizuje proces recenziranja pristiglih radova i vrši odabir radova za publikovanje na osnovu urađenih recenzija, odnosno procenjenog kvaliteta radova od strane imenovanih recezenata. Međutim, krajnja odgovornost za poglede, originalnost i tvrdnje iznete u radovima počiva isključivo na autorima rada.

¹ Vanredni profesor, dr Nikola Nikolić, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, Kamenička 6, Beograd, Srbija, Telefon: +381 11 555 22 33/lokal 28 228, E-mail: nikola.nikolic@iep.bg.ac.rs

² Dr Petar Petrović, naučni saradnik, Centar za ekonomska i finansijska istraživanja, Bulevar Mihajla Pupina 10g/Vp 50, Telefon: +381 11 222 222, E-mail: petar.petrovic@gmail.com

³ Asistent, mr Marko Marković, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, Kamenička 6, Beograd, Srbija, Telefon: +381 64 111 22 33, E-mail: marko.markovic@gmail.com

Molimo Vas da poštujuete osnovna načela strukturiranja naučnih radova, odnosno trudite se koliko je to moguće da Vaš rad ima sledeće segmente: Uvod, Cilja rada i korišćena metodologija, Rezultati rada sa diskusijom, Zaključak, Literatura.

Tokom pisanja rada treba koristiti slova **Times New Roman (TNR)**, veličina fonta (**font size**) **12**, ravnanje teksta **Justify**, a tekst rada pisati bez proreda (**Line Spacing Single**), sa razmakom od **6 pt između pasusa, bez uvlačenja prvog reda**. Radovi se pišu na srpskom jeziku, osim za strane autore koji pišu na engleskom ili nekom drugom jeziku. Preporučljivo je rad pisati u trećem licu jednine ili množine. Pre slanja rada, obavezno proveriti pravopisne greške.

Podnaslovi se pišu fontom **Times New Roman**, veličina fonta (**font size**) **12, bold, centrirano**, samo prvo slovo veliko, razmak podnaslova i teksta iznad 12 pt (**before 12 pt**), a razmak podnaslova i teksta ispod 6 pt (**after 6 pt**). Molimo Vas koristiti prikazani stil pisanja u ovom šablonu.

Molimo Vas da definišete **skraćenice i akronime** prilikom prvog pojavljivanja u tekstu rada, čak i u slučaju da su već bili definisani u apstraktu rada. Ne koristite skraćenice u naslovu rada osim ukoliko se one apsolutno ne mogu izbeći

Radi unosa **jednačina i formula** u rad, koristite Microsoft Equation Editor ili dodatak za pisanje jednačina MathType (www.mathtype.com). Ne preporučuje se korišćenje ugrađenog editor jednačina iz programa Word 2007. Proverite da li ste definisali sve simbole u jednačini (neposredno posle jednačine).

Reference (autori citata) se navode direktno u tekstu rada u sledećem obliku (Nikolić, 2012; ili Nikolić, Petrović, 2012; ili Nikolić et al., 2012). Ne navodite ih kao indekse u četvrtastoj zagradi [3] ili u fusnoti. Trudite se da fusnotu koristite samo u slučaju bližih objašnjenja određenih pojmova, odnosno razjašnjenja realnih ili hipotetičkih situacija. Nemojte vršiti numeraciju stranica.

Tabele moraju biti formirane u tekstu rada, a ne preuzete u formi slika iz drugih materijala. Tabele unositi u sam tekst rada i numerisati ih prema redosledu njihovog pojavljivanja. Nazivi tabela moraju biti dati neposredno iznad tabele na koju se odnose. Koristite dole prikazani stil tokom njihovog formatiranja. Naslov tabela pisati sa razmakom 6 pt – iznad/before i 6pt – ispod/after, u fontu TNR, font size 12, ravnanje Justified. Tekst unutar tabela pisati fontom TNR, font size 9. Tekst u zaglavlju tabela boldirati. Izvor i potencijalne napomene pisati sa razmakom 6 pt ispod tabela (before). Izvore i napomene pisati u fontu TNR, font size 10, ravnanje Justified. Naredni pasus početi na razmaku od 6pt od izvora tabele ili napomene (after). Tokom pisanja rada u originalnom tekstu treba markirati poziv na određenu tabelu (*Table 5.*). Trudite se da se sve tabele u radu veličinom uklapaju u zadati format strane (Table properties – preferred width – max 97% - alignment: center). Sav tekst u poljima tabele treba unositi u formi (paragraph – spacing: before/after

Opt, line spacing: single). U slučaju da se tabela lomi na narednu stranicu, molimo Vas da prelomljeni deo tabele na narednoj stranici bude proprćen zaglavljem tabele.

Tabela 5. Troškovi distribucije dobara iz Subotice u maloprodajne objekte

Indikatori	Period			Ukupno
	Mesec 1	Mesec 2	Mesec 3	
Pređena razdaljina (km)	12.926	11.295	13.208	37.429
Korišćeno gorivo (litar)	3.231	2.823	3.302	9.356
Vrednost korišćenog goriva (RSD)	242.378	211.790	247.653	701.821
Ukupno provedeno vreme u vožnji (sati)	314	266	417	997
Vrednost ukupno provedenog vremena u vožnji (RSD)	47.048	39.890	62.570	149.508
Broj vožnji	98	77	102	277
Ukupna vrednost (RSD)	0	0	0	0
Broj preveženih paleti (komad)	1.179	976	1358	3.513
Ukupna prevežena količina (kg)	602.600	429.225	711.116	1.742.941
Suma (RSD)	974.222	870.864	1.100.813	2.945.899

Izvor: Nikolić, 2010;

Napomena: Vrednosti u tabeli ne sadrže porez na dodatu vrednost (PDV)

Grafike, dendrograme, dijagrame, šeme i slike treba unositi u sam tekst rada (ne koristiti opciju Float over text) i numerisati ih prema redosledu njihovog pojavljivanja. Njihovi nazivi se moraju pozicionirati neposredno iznad grafika, dendrograma, dijagrama, šeme ili slike na koju se odnose. Kod navođenja naslova, izvora i napomena koristiti isti stil koji je predhodno prikazan za formiranje tabele. Tokom pisanja rada u originalnom tekstu treba markirati pozive na određeni grafik, dendrogram, dijagram, šemu ili sliku (Graph 2.). Svi grafici, dendrogrami, dijagrami, šeme i slike u radu se svojom veličinom moraju uklapati u zadati format strane, te moraju biti centralno postavljeni. Fotografije nisu poželjne u predmetnom radu, a ukoliko se one ne mogu izbeći molimo Vas da koristite optimalnu rezoluciju (preniska rezolucija dovodi do pikselacije i krzavih ivica, dok previsoka samo povećava veličinu fajla bez doprinosa čitljivosti rada).

Kod pisanja zaključka rada, molimo Vas imajte na umu da iako **Zaključak** može dati sažeti pregled glavnih rezultata rada, nemojte ponavljati apstrakt na ovome mestu. Zaključak može objasniti značaj rada, dati preporuke za dalje delovanje ili predložiti dalji rad na obrađivanoj temi.

Literatura se navodi na kraju rada pre apstrakta na engleskom jeziku, abecednim redom, prema prezimenu autora. ***Molimo Vas da reference navodite u originalu (na jeziku na kome su objavljene) u obimu u kom su korišćene/citirane tokom pisanja rada.*** Literaturu navoditi u fontu TNR, font size 12, ravnanje Justified, sa međusobnim razmakom 3pt – iznad/before i 3pt – ispod/after. U svim literaturnim jedinicama koristiti **Čikaški šablon za stil**. Molimo Vas da navodite prezimena svih autora, a ne da koristite stil navođenja Nikolić et al. Nemojte kombinovati literaturne jedinice (pod jednim rednim brojem može biti samo jedna referenca) i uvek pišite pune naslove u radu korišćenih literaturnih jedinica. Ukoliko je korišćena/citirana literatura preuzeta iz internet publikacija, posle pravilno izvršenog imenovanja literaturne jedinice u zagradi se mora navesti kompletan link sa koga je materijal preuzet (dostupno na web sajtu: www.nikolanikolic.pdf). Molimo Vas pridržavajte se dole navedenih primera navođenja različitih tipova literaturnih jedinica i referenci.

Literatura

1. Nikolić N., M. Marković, i P. Petrović. 2016. Poreski bilans. *Oditor* 2, (1): 13-17.

Prilikom unošenja literaturnih jedinica unosite korišćenjem **Čikaškog šablona za stil**, minimum 10 literaturnih jedinica. Sva korišćena literatura mora biti citirana u radu.

TITLE OF THE ARTICLE (CENTRED, TNR, SIZE 12, BOLD, ALL CAPITAL LETTERS, MAXIMUM IN TWO LINES)

Abstract

Summary in English which should be written at the end of the paper. It should contain the text which is the same as in the summary written in Serbian at the beginning of the paper.

Key words: *note, maximally, five, key, words.*

**TEMPLATE: TITLE OF THE ARTICLE (CENTRED, TNR, SIZE 12,
BOLD, ALL CAPITAL LETTERS)**

Nik Holmes⁴, John Peters⁵

Abstract

It is desirable that Summary contains up to 150 words, as well as to contain all essential paper elements, such as goal(s), used method(s), important results and general authors' conclusion(s).

During the summary writing, it should be used font Times New Roman (TNR), font size 11, Italic, alignment text Justify, line spacing single, with spacing of 6 pt between paragraphs, without indentation of the first line.

Please, avoid the use of the indexes and special symbols within the Summary, and define all abbreviations whenever they are used for first time. Do not cite references in Summary.

Author(s) from Serbia are submitting article title, summary, key words and information about themselves on Serbian language at the end of the article, after the list of used literature. Text of the Serbian and English version of Summary must match in every sense.

Key words: *note, maximally, five, key, words.*

JEL: *F12, M24 (www.aeaweb.org/jel/jel_class_system.php)*

Introduction

During the article writing, it should be used font **Times New Roman (TNR)**, **font size 12**, alignment text **Justify**, **Line Spacing Single**, with **spacing of 6 pt between paragraphs, without indentation of the first line**. Articles should be written only in English. It is advisable to write the article in the third-person singular or plural with the use of active form. Before paper submission, please check grammatical and spelling mistakes by the spellchecker for the English language.

Sub-headings should be written by font **Times New Roman**, **font size 12, bold, centred**, only first letter capital, spacing between sub-heading and paragraph above

⁴ Nik Holmes Ph.D., Full Professor, Faculty of Economics, Christmas street no. 12, New York, USA, Phone: +xxx xx xxx xxx, E-mail: nik.holmes@gmail.com

⁵ John Peters Ph.D., Associate Professor, University of Technology, Napoleon street no. 1, Jassy, Moldavia, Phone: +xxx xx xxx xxx, E-mail: johnpeters@yahoo.com

12 pt (**before 12 pt**), and spacing between sub-heading and paragraph below 6 pt (**after 6 pt**). Please use the writing style presented in this template.

Please define **abbreviations and acronyms** during their first occurrence within the text, even in case that they were previously defined in article summary. Do not use abbreviations in article title, unless they can not be avoided.

For **equations and formulas** use the Microsoft Equation Editor or addition for equations writing Math Type (www.mathtype.com). Use of built-in equation editor within the program Word 2007 is not recommended. Please check if all symbols within the equations/formulas are defined (forthwith after equation/formula).

Reference (author(s) of quotes) has to be entered directly in the text of article in next form (Vall, 2014; or Parks, Robberts, 2016; or Nikolic et al., 2016). Please do not write them as indexes in square brackets [3] or in footnote. Try to use a footnote only in the case of closer explanation of certain terms, or clarification of real and hypothetic situations. Do not numerate the pages.

Table 5. The distribution cost

Indicators	Period			Total
	2013	2014	2015	
Fixed costs	12.926	11.295	13.208	37.429
Variable costs	3.231	2.823	3.302	9.356

Source: Nikolic, 2016;

Graphs, diagrams, schemes and pictures should be entered within the text of article (do not use option Float over text) and numerated according to order of their appearance. Their titles have to be positioned immediately above the graph, diagram, scheme or picture to which they relate. Please, have in mind that all titles, sources and notes have to be written by identical style which was used for tables formatting. During the article writing please mark in the main text all calls to a certain graph, diagram, scheme or picture (*Graph 2.*). All graphs, diagrams, schemes and pictures within the paper have to fit the specified format of the page, as well as they have been centrally positioned.

Literature has to be set at the end of article, in alphabetical order, according to the author's surname. ***All references should be cited in original language (in the language on which are published before), in the volume in which are used within the manuscript preparation.*** Literature units have to be written in font TNR, font size 11, alignment Justified, with mutual spacing of 3 pt - before/after.

Literature

1. Vall J. 2014. Accounting theory. Valid, New York.

2. Parks D., W. Robberts. 2016. Macroeconomic indicators. Finance 23, (4): 462-476.
3. Nikolić N., G. Marković, P. Petrović. 2016. Poreski bilans. Oditor 2, (1): 13-17.

ŠABLON: NASLOV RADA (CENTRIRAN, TNR SIZE 12, BOLD, SVA SLOVA VELIKA, MAKSIMALNO DVA REDA)

Rezime

Rezime na engleskom jeziku koji treba da bude upisan na kraju dokumenta. Treba da sadrži tekst koji je isti kao i u rezimeu pisanom na početku papira.

Ključne reči: navesti, maksimalno, pet, ključnih, reči.

JEL: (navesti JEL klasifikaciju rada na osnovu sadržaja a u skladu sa uputstvom) F16, M24 (www.aeaweb.org/jel/jel_class_system.php)