



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

MERILA EFIKASNOSTI PREDUZEĆA U SRBIJI

Apstrakt

Osnovna svrha osnivanja preduzeća je ostvarivanje određenih ekonomskih i drugih ciljeva, tako da sve aktivnosti i delatnosti preduzeća, treba da budu usmerene i orijentisane ka definisanom cilju poslovanja. U našim preduzećima menadžeri treba da poseduju sposobnost blagovremene identifikacije potencijalnih šansi i opasnosti za preduzeće, uz odgovarajuće uvažavanje načela efikasnosti i efektivnosti. Sva preduzeća, pa čak i ona koja su svoju poslovnu politiku usmerila samo na zadovoljenje potreba kupaca na domaćem tržištu, sve više su suočena sa jakom inostranom konkurencijom. Da bi bila u stanju da obezbede ne samo opstanak na tržištu, već i ostvarivanje profita, preduzeća moraju aktivnije da učestvuju u prilagođavanju novim, izmenjenim uslovima poslovanja.

Ključne reči: preduzeće, efikasnost, konkurencija, tržište, profit

EFFICIENCY MEASUREMENTS IN COMPANIES IN SERBIA

Abstract

The basic goal of setting up a company is achieving certain economic and other aims. Thus, all activities of a company should be aimed at and directed toward the identified business goal. Managers should possess the ability to promptly identify potential opportunities and threats, at the same time respecting the principles of efficiency and effectiveness. All companies are nowadays facing strong foreign competition, including even those that have oriented their business policy to meeting home market customer needs. In order to insure not only their surviving on the market, but making profit as well, companies should take more active part in adapting to newly changed business conditions.

Key words: company, efficiency, competition, market, profit.

1. Pojam i uloga efikasnosti

Za poslovanje svakog preduzeća, efikasnost ima suštinski značaj, pre svega zato što sadrži i povezuje definisane ciljeve preduzeća, potrebne resurse i transformacione procese, koji su neophodni za realizaciju ciljeva preduzeća.

Kvalitet ekonomije izražava se na različite načine: najpre, kvantitativno (količinom proizvoda, vrednošću proizvodnje, profitom), zatim kvalitativno (izgradnjom sistema tehničkih i ekonomskih kvaliteta u preduzeću) i funkcionalno (merenjem funkcionalne sposobnosti preduzeća).¹

Merenje efikasnosti pretpostavlja identifikovanje ciljeva koji su izraženi kroz planove, odluke i sl., kako bi se na osnovu stepena njihovog ostvarenja, merila uspešnost poslovanja preduzeća. Ciljevi se, u suštini, mogu odnositi na različite aspekte poslovanja preduzeća, od tržišne orijentacije, nabavke ključnih sirovina po povoljnim uslovima, obezbeđivanje finansijskih sredstava, itd.

Efikasnost (engl. Efficiency) predstavlja jedan od ključnih faktora koji direktno utiču na uspeh, položaj i karijeru svakog poslovnog čoveka, pa se može reći da je primarni cilj menadžera u preduzeću da, pri obavljanju svojih aktivnosti, bude efikasan. Sa aspekta preduzeća, efikasnost podrazumeva ostvarivanje definisanih ciljeva uz istovremeno minimalno korišćenje raspoloživih resursa preduzeća, dok posmatrano globalno, efikasnost izražava proizvodnu i racionalnu sposobnost preduzeća.

Efikasnost poslovanja svakog preduzeća meri se kroz osnovni ekonomski princip: postignuti rezultati maksimalno mogući i da su ostvareni uz minimalna ulaganja i trošenja raspoloživih faktora u procesu njegovog rada i poslovanja².

Efikasnost je mera postizanja cilja a menadžer preduzeća je ostvaruje na sledeći način:

- upotrebom znanja,
- uticajem na druge pri odlučivanju,
- selekcijom bitnog od nebitnog,
- uspešnom i jasnom komunikacijom,
- adaptiranjem i fleksibilnošću,
- nagrađivanjem zaposlenih prema zaslugama,
- inovacijama,
- moralnim metodama.

U svom poslovanju, preduzeća treba da obrate posebnu pažnju na poštovanje standarda koji se odnose na, kvalitet proizvoda i procesa, rokove isporuka, garantne rokove, odnosno na sve aktivnosti koje se sprovode u preduzeću, a koje će omogućiti ostvarivanje boljih poslovnih rezultata.

Zato što efikasnost predstavlja sposobnost ostvarivanja zadatih ciljeva, to znači da su efikasna samo ona preduzeća koja ostvaruju definisane ciljeve, dok su neefikasna ona koja to ne uspevaju. Pojednostavljeno, pitanje efikasnosti moglo bi se posmatrati kroz ispunjenje konkretnog, pojedinačnog zadatka. Međutim, ono što pitanje efikasnosti čini vrlo složenim jeste činjenica da su, u današnje vreme, poslovi i zadaci, a samim tim

¹ Prof. dr Stevan Kukoleča, prof. dr Živko Kostić, prof. dr Miroslav Milojević, prof. dr Milenko Nikolić, *Ekonomika preduzeća*, Izdanje "Centar" Beograd, 1991. godine, strana 295-302.

² Prof. dr Momčilo Živković, *Ekonomika poslovanja*, šesto izmenjeno i dopunjeno izdanje, Megatrend univerzitet, Beograd, 2007., str. 223.

i odgovornosti menadžera znatno složeniji, nego što je to bilo u nekom prethodnom periodu. Zbog toga se nameće novi, potpuno drugačiji i širi pogled na pitanje efikasnosti, kojim se bavio i poznati američki profesor Peter Drucker, koji je rekao: "Efikasnost znači da stvari koje radimo – radimo kako treba, ali isto tako znači da treba raditi prave stvari."

Uvažavajući činjenicu da su faktori koji utiču na savremeno poslovanje, svima dobro poznati, to znači da preduzeća koriste radnu snagu, tehnologiju i opremu, kako bi proizveli proizvode ili obavljali usluge na tržištu, da bi se ostvario osnovni cilj poslovanja – maksimiziranje profita.

Ako se posmatra još šire, efikasnost se sastoji u sposobnostima i šansama da se menjaju i poboljšavaju ekonomske karakteristike postojećih proizvoda i tržišta, da se stvaraju novi proizvodi, da se osvajaju nova tržišta i ostvaruje veći profit. Međutim, preduzeća su se uvek nalazila u dilemi: na koji način da identifikuju proizvode koji poseduju natprosečni tržišni potencijal, odnosno tržišta koja mogu da daju najveće efekte. Razmišljajući na ovaj način, efikasnost se sastoji od sposobnosti da se resursi i naponi zaposlenih usmere u pravcu koji će umesto prosečnih, doneti ostvarivanje natprosečnih rezultata.

Osnovni cilj preduzeća kao ekonomskog subjekta je da svojim poslovanjem na tržištu, ostvaruje veće rezultate od vrednosti uložених sredstava. Efikasnost poslovanja preduzeća je upravo proporcionalna njegovim ostvarenim rezultatima.³ Na taj način ostvareni veći rezultati podrazumevaju veći stepen efikasnosti, pod uslovom da su uložena sredstva za postizanje tih rezultata ostala ista ili da nisu povećavana u većem obimu od rezultata.

2. Metodologije utvrđivanja efikasnosti

U osnovi, efikasnost se meri odnosom između rezultata i ulaganja. Uobičajena je podela na:

- tehničku,
- ekonomsku, i
- finansijsku efikasnost.

Tehnička efikasnost predstavlja količinski ili naturalni aspekt posmatranja efikasnosti, a osnovni kriterijum njenog ostvarivanja je produktivnost rada.

Ekonomska i finansijska efikasnost predstavljaju vrednosni aspekt razmatranja efikasnosti, a kriterijumi za ostvarivanje efikasnosti su ekonomičnost i rentabilnost. U tržišnim privredama osnovni kriterijum ostvarivanja efikasnosti je rentabilnost, što znači da preduzeće efikasno posluje ako ostvaruje zadovoljavajuću stopu rentabilnosti. Osim toga, moguće je razlikovati tekuću i relativnu efikasnost.

Tekuća efikasnost podrazumeva posmatranje efikasnosti poslovanja jednog preduzeća u određenom vremenskom periodu, dok relativna efikasnost podrazumeva posmatranje efikasnosti jednog preduzeća u odnosu na druga preduzeća.

Ako se upotrebi definicija ekonomske efikasnosti, po kojoj se ona izražava kao "stanje jedne ekonomije u kojoj niko ne može poboljšati svoju poziciju a da istovremeno

³ Momčilo Živković, Ekonomika poslovanja, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2004., str. 228

ne pogorša tuđu", može se reći da postoje tri tipa efikasnosti kojima se takvo stanje izražava:⁴

-Proizvodna efikasnost, odnosno zahtev da se output preduzeća proizvede uz minimalne troškove.

-Alokativna efikasnost, odnosno zahtev da se izvrši alokacija raspoloživih resursa na proizvodnju onih proizvoda i usluga, za kojima postoji potražnja na tržištu.

-Distributivna efikasnost, odnosno zahtev da se outputi distribuiraju tako da potrošači ne žele, u situaciji kada je određen njihov dohodak i tržišne cene, da svoj dohodak troše na bilo koji drugi način.

Kao što je već ranije rečeno, da efikasnost podrazumeva realizaciju definisanih ciljeva, uz minimalno korišćenje raspoloživih resursa preduzeća, efikasnost se može iskazati kao odnos između outputa (rezultata) i inputa (ulaganja) neophodnih da se ti rezultati ostvare.

$$\text{Efikasnost} = \frac{\text{output}}{\text{input}}$$

U situaciji kada je za ostvarenje rezultata potrebno angažovati manju količinu resursa, odnosno ako se sa određenom količinom resursa ostvaruju bolji rezultati, onda se postiže viši nivo efikasnosti, i obratno.

3. Merila i faktori efikasnosti

U svrhu merenja stepena i kvaliteta efikasnosti mogu se koristiti brojni različiti pokazatelji, koji zavise od vrste preduzeća, uslova poslovanja, tehnologije i uticaja okruženja. Ako se u prvi plan stavi stanovište preduzeća, najznačajnija merila su:

1. stepen iskorišćenosti sirovina, energije, opreme, kapaciteta, itd.,
2. brzina protoka materijala, poluproizvoda, gotovih proizvoda, novčanih sredstava i dr.
3. veličina i kvalitet ostvarenih rezultata poslovanja i njihov odnos prema obimu ulaganja.

Pored upotrebe najvažnijeg pokazatelja efikasnosti, tj. ostvarenog profita kao izraza finansijskog rezultata poslovanja preduzeća, za merenje uspešnosti i efikasnosti preduzeća veliki značaj imaju sledeća tri faktora:

1. pozicija na tržištu, koja uključuje obaveznu post-prodajnu brigu preduzeća o svojim kupcima,
2. organizacionu klimu i kulturu, odanost zaposlenih preduzeću u kome rade,
3. efikasnost odlučivanja.

Ali, u teoriji i praksi razni autori koriste mnogobrojna merila efikasnosti, od kojih su najznačajniji:

1. Zaposleni koji kvalitetno i odgovorno obavljaju poslove,
2. Rast preduzeća, koji treba da bude vidljiv i u kontinuitetu,
3. Predviđanje tržišnih uslova i zahteva, kako bi se na pravi način zadovoljile potrebe kupaca,

⁴ Graham Bannock, R. E. Baxter and Evan Davis: "Dictionary of Economics"

4. Planiranje promena i njihovo upravljanje,
5. Zadovoljstvo zaposlenih koji rade u preduzeću.

Preduzeće kao ekonomski subjekt, će biti efikasnije u sledećim situacijama:

- ako se uz ostvarivanje istih rezultata poslovanja, smanjuju ulaganja,
- ako se uz isti nivo ulaganja postižu veći rezultati,
- ako se rezultati i ulaganja povećavaju, ali tako da stopa porasta rezultata poslovanja raste brže u odnosu na stopu rasta ulaganja, i
- ako se i rezultati i ulaganja smanjuju, ali tako da se ulaganja smanjuju brže od smanjenja rezultata.

Kao rezultat prisustva mnogobrojnih specifičnosti i različitosti u preduzećima, kao što su na primer: veličina i struktura preduzeća, broj i struktura zaposlenih, organizaciona kultura, šire društveno okruženje, itd., koje utiču na poslovanje svakog preduzeća, dolazi do pojave sve težeg sveobuhvatnog izražavanja efikasnosti poslovanja preduzeća. Ali, bez obzira na navedene različitosti preduzeća, u ekonomskoj literaturi su zastupljeni mnogobrojni pristupi efikasnosti, koji se mogu podeliti u dve grupe. Prvu grupu sačinjavaju parcijalni pristupi za izražavanje efikasnosti preduzeća i to su tzv. tradicionalni ili klasični pristupi, dok se druga grupa sastoji iz kompleksnijih pristupa, kojima se meri efikasnost preduzeća, i to su tzv. savremeni pristupi.

3.1. Tradicionalni pristupi efikasnosti

Važno je naglasiti da tradicionalne pristupe efikasnosti karakteriše parcijalno merenje rezultata poslovanja preduzeća, a imajući u vidu da proces reprodukcije podrazumeva ulaganje u potrebne resurse, procese transformacije ulaganja u rezultate kao i određene rezultate kao krajnji ishod, razlikuju se tri osnovna pristupa efikasnosti:

- 1) pristup ostvarenja ciljeva,
- 2) pristup sistema resursa, i
- 3) pristup internih procesa.

Pristup ostvarenja ciljeva je pristup koji se, zbog svoje jednostavnosti, u praksi najviše koristi i na osnovu njega se vrši ocena uspešnosti preduzeća na osnovu stepena ostvarenja zadatih ciljeva.

Pristup sistema resursa podrazumeva da se efikasnost poslovanja preduzeća ocenjuje na osnovu sposobnosti preduzeća da obezbedi neophodne (retke i vredne) resurse iz okruženja za uspešno poslovanje. Ozbiljan nedostatak ovog pristupa se ogleda u činjenici da se stavlja akcenat na obezbeđivanje resursa a ne na način na koji će ih preduzeće koristiti.

Pristup internih procesa za merenje efikasnosti koristi interni ambijent preduzeća i efikasnost internih transformacionih procesa. Interesantno je da ovaj pristup ne pridaje gotovo nikakav značaj okruženju preduzeća kao faktoru koji ima veliki uticaj na ostvarenje efikasnosti.

3.2. Noviji pristupi efikasnosti

Za razliku od tradicionalnih pristupa efikasnosti koji se odlikuju parcijalnim merenjem uspeha preuzeća, noviji pristupi nastoje da više pokazatelja efikasnosti povežu u jednu celinu. Pošto u savremenim uslovima poslovanja, preduzeća obavljaju višestruke aktivnosti, i pri tome koriste mnogobrojne resurse, kako bi ostvarili kompleksne ciljeve, može se reći da se samo novijim pristupima može adekvatno meriti efikasnost preduzeća.

U novije pristupe efikasnosti mogu se svrstati:

- a) pristup strategijskih konstituenata, i
- b) pristup konkurentskih vrednosti.

Pristup strategijskih konstituenata se koristi za merenje stepena zadovoljenja potreba od strane strategijskih konstituenata preduzeća u koje spadaju svi stejkholderi (stake-holder) preduzeća a to su svi oni pojedinci i grupe bez čijeg angažovanja preduzeće ne bi bilo u stanju da opstane (vlasnici, zaposleni, kupci, dobavljači, kreditori, itd.). Zbog činjenice da veliki broj konstituenata ima različite interese, u preduzeću postoji veliki broj pokazatelja njegove efikasnosti, a neki od njih su sledeći:

Strategijski konstituenti	Pokazatelji efikasnosti
Vlasnici	Finansijski rezultat (profit)
Zaposleni	Zarada
Kupci	Kvalitet i cena proizvoda i usluga
Država	Poštovanje zakona

Tabela br. 1: Neki od pokazatelja efikasnosti preduzeća

Pristup konkurentskih vrednosti nastao je na osnovu istraživanja teoretičara i istraživača organizacije o sličnostima koje postoje između više kriterijuma efektivnosti, tako da se oni mogu grupisati u tri vrednosne dimenzije koje se odnose na:

- 1) fokus preduzeća, koji se kreće od internog (dobrobit i razvoj ljudi u preduzeću) do eksternog (dobrobit i razvoj preduzeća),
- 2) strukturu preduzeća, koja se kreće u intervalu od stabilnosti do fleksibilnosti preduzeća,
- 3) sredstva i krajnje ciljeve preduzeća, koja se kreće od naglaska na važne procese (planiranje, kontrola, itd.) do krajnjih ciljeva koje je definisalo preduzeće (npr. efikasnost, ekonomičnost, produktivnost, rentabilnost, itd.).

U izražavanju i merenju efikasnosti u preduzeću od velikog značaja je postojanje jasno postavljenog i odabranog sistema merljivih i uporedivih ciljeva. Na osnovu ostvarenih rezultata u odnosu na postavljene ciljeve, u preduzeću se može pratiti, u kojoj meri je ostvarena efikasnost poslovanja.

Savremeni pristup koristi kombinaciju više kriterijuma efikasnosti, uzimajući u obzir sve faze procesa poslovanja i uključujući različite kriterijume i pokazatelje efikasnosti koje ima veliki broj stejkholdera preduzeća. Zbog toga se i kaže da ne postoje univerzalni kriterijumi efikasnosti koji se mogu primeniti u svakom preduzeću.

4. Karakteristike privrednog ambijenta Srbije

Privredni milje Srbije su, osamdestih i devedesetih godina 20. veka, obeležila preduzeća, koja su se nalazila u takozvanoj regionalnoj krizi, i koja su imala snažan uticaj na promenu svih aspekata, i to kako ekonomskog, tako i društvenog okruženja, sa sledećim karakteristikama:

- ratno stanje u okruženju
- promena političkog i ekonomskog sistema
- ekonomska blokada
- inflacija
- tranzicione promene

Razorena privreda koja je nastala kao posledica ratnog stanja u okruženju, zastarela tehnologija, sve veće prisustvo globalnih preduzeća, nelojalna konkurencija, nedovoljna finansijska sredstva za pokretanje i oživljavanje proizvodnje, kao i znanja za koje možemo reći da su bila zastarela i da nisu pratila savremene razvojne trendove, samo dodatno otežavaju odvijanje poslovne aktivnosti i umanjuju konkurentsku sposobnost naših preduzeća na tržištu.

Ovako nepovoljni uslovi poslovanja u kojima se nalaze srpska preduzeća, pored racionalizacije procesa proizvodnje i angažovanja svih neophodnih resursa, u prvi plan stavljaju neophodnost postojanja jakog liderstva u preduzećima, koje treba da preuzme ključnu ulogu u vođenju preduzeća kroz dinamično tržišno okruženje.

Jedan od ključnih momenata sprovođenja ekonomskih reformi u Srbiji je privatizacija društvenog i državnog kapitala i imovine. Za razliku od prethodnih pokušaja promene vlasničke strukture preduzeća, gde je prioritet bila besplatna podela akcija, aktuelni koncept privatizacije se zasniva isključivo na prodaji većinskog kapitala i imovine. Definisan je jedinstveni stav, da se samo sa efikasnom privatnom svojinom i liberalizacijom protoka robe, kapitala i znanja, Srbija može uključiti u globalne privredne tokove. U narednoj tabeli br. 2, prikazani su rezultati procesa privatizacije u periodu od 2002. godine do 18.06. 2008. godine.

(Vrednosti su izražene u 000 €)

Metod privatizacije	Broj ponuđenih preduzeća	Broj prodatih preduzeća	Procenat uspešnosti prodaje	Broj zaposlenih	Prodajna cena	Ugovorene investicije	Socijalni program
Tenderi	195	91	47%	78.570	1.136.469	994.230	276.689
Aukcije	2.162	1.583	73%	144.125	1.079.351	220.559	
Tržište kapitala	762	602	79%	121.788	555.136	5.902	
UKUPNO:	3.119	2.276	73%	344.483	2.770.956	1.220.691	276.689

Tabela br.2: Rezultati privatizacije za period od 2002. do 18.06.2008. godine (Izvor: Privredna komora Srbije)

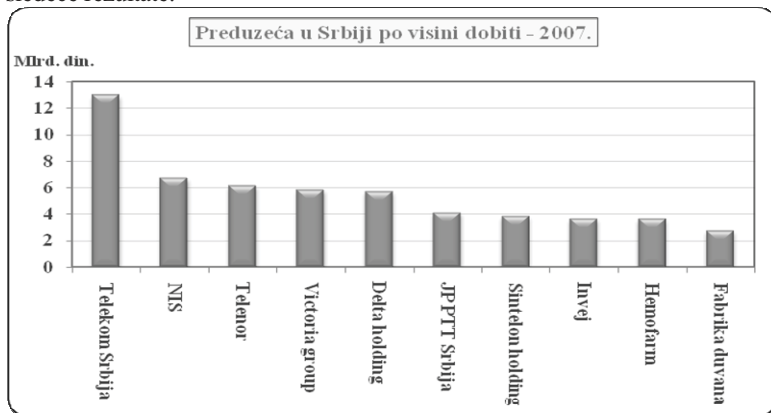
Proces tranzicije preduzeća u Srbiji koji je otpočeo devedesetih godina, još uvek nije završen, jer još uvek nije izvršena vlasnička transformacija velikih javnih preduzeća, kao što su: NIS, EPS, Železnice Srbije, PTT. Važno je istaći da su u periodu, za koji se kaže da su preduzeća poslovala u okruženju koje je karakterisalo samoupravljanje i nepostojanje tržišnog načina poslovanja, postojala pojedina preduzeća koja su bila u povlašćenom položaju, od strane

države, dok su se na drugoj, suprotnoj strani, nalazila druga preduzeća, koja su bila prepuštena sama sebi, odnosno bez bilo kakve pomoći države. Ova druga preduzeća, mada su u određeno vreme prolazila kroz veoma teške trenutke u svom poslovanju, ipak su za posledicu imala mobilisanje svih potrebnih resursa i aktivnije učešće svih svojih potencijala, kako bi ostvarili konkurentsku prednost u žestokoj tržišnoj utakmici. Pomenuta preduzeća, spremno su dočekala raspad socijalističkog sistema upravljanja i samoupravljanja i na taj način, polako, ali spremno ulazila u poslovno okruženje koje karakteriše prisustvo konkurentskih preduzeća iz drugih zemalja, koje se sa domaćim preduzećima žestoko bore za osvajanje tržišta.

Generalno, za privrednu aktivnost srpskih preduzeća u 2007. godini, se može reći da se odvijala u uslovima zadržane makroekonomske stabilnosti, čvrste i restriktivne monetarne politike, početkom druge faze tranzicije ali još uvek sistemski nezaokruženom privrednom ambijentu. Međutim, i pored određenih pozitivnih tendencija koji se, pre svega, odnose na dinamiku proizvodnje i rast spoljnotrgovinske razmene, privreda je i dalje, suočena sa brojnim problemima i strukturnim neusklađenostima u realnom sektoru, a u najveće prepreke ubrajaju se: nizak nivo investiranja, tehnička zastarelost, niska konkurentnost naših preduzeća, infrastrukturna i investiciona neizgrađenost, visoke kamatne stope, nelikvidnost, velika prisutnost korupcije, kao i visoka poreska opterećenost, a posebno zarada.

Nakon početnih problema sa kojima su bila suočena preduzeća u Srbiji, u 90-im godinama 20. veka, možemo reći da se primećuje određeni napredak u poslovanju preduzeća u Srbiji. Za pozitivne pomake su nesumnjivo zaslužna privatizovana preduzeća (U.S. Steel, Fabrika duvana-Niš, itd.) koja nakon početnog perioda prilagođavanja, polako zauzimaju zaslužena mesta na rang listi najuspešnijih preduzeća.

I pored napred navedenih merila efikasnosti, koja imaju nesumnjivo veliki značaj za ocenu uspešnosti preduzeća, može se reći da je ipak osnovno i najznačajnije merilo efikasnosti - maksimiziranje dobiti (profita). Polazeći od tog aspekta, a prema podacima koje je objavio magazin Ekonomist, u specijalnom izdanju-Top 300, preduzeća u Srbiji u 2007. godini su ostvarila sledeće rezultate:



Slika br. 1: Preduzeća u Srbiji po ostvarenoj dobiti u 2007. godini

Iz grafika se vidi da je najuspešnije preduzeće u Srbiji tokom 2007. godine, Telekom Srbija i da se već nekoliko godina unazad nalazi na vodećim pozicijama u poslednjih nekoliko godina. Značajno učešće u ostvarenoj dobiti, ima i NIS, koji je ostvario povećanje dobiti u 2007. godini u odnosu na 2006. od 3,6%. Značajno je napomenuti da su i ostala preduzeća sa grafika

ostvarila značajna povećanja dobiti u 2007. godini u odnosu na 2006. godinu: Telenor – 255%, JP PTT Srbija-17%, Sintelon-13%, Invej-5,8%, itd.

Već nekoliko godina unazad poziciju lidera iz grupe preduzeća koja ostvaruju najveću dobit, zauzima Telekom Srbija koja pored dobrih rezultata na domaćem tržištu, sve više investira u susedne zemlje, i na taj način želi da proširi svoje tržišno učešće. Međutim, na poslovnu efikasnost preduzeća koja se nalaze u društvenoj i državnoj svojini, najveći uticaj i danas ima država koja svojim merama može direktno uticati na ishod poslovanja (npr. zabrana uvoza nafte i naftnih derivata, prisustvo samo jednog operatera za fiksnu telefoniju, itd.).

Za velika preduzeća koja nisu privatizovana, od velike važnosti je da se što pre izvrši proces privatizacije koji je već u nekim preduzećima trebao biti završen a on praktično nije ni počeo (EPS, ŽTP). Proces privatizacije je značajan jer sa sobom donosi priliv stranih direktnih investicija koje su preko potrebne za investicije privatizovanih preduzeća, odnosno poboljšanje postojećih performansi koje će doprineti efikasnijem poslovanju.

Zaključak

Današnji, izuzetno složeni, uslovi poslovanja zahtevaju od svih preduzeća veliku odgovornost i profesionalizam u izvršavanju svih aktivnosti u svom poslovanju. Sa veoma snažnom konkurencijom koja je prisutna na srpskom tržištu, se treba "boriti u tržišnoj utakmici" i pri tome, biti spreman ne samo na opstanak već i na poboljšanje sopstvenih poslovnih performansi. Drugim rečima, to znači da preduzeća moraju, od uloge pasivnog posmatrača na dešavanja na tržištu, da postanu aktivni učesnici koji će svoje poslovanje prilagođavati promenama na tržištu, ali i inicirati promene.

Da bi preduzeća u Srbiji bila uspešnija, neophodno je završiti započeti proces privatizacije. Uspešan proces privatizacije podrazumeva investiranje u zamenu dotrajale i zastarele tehnike i tehnologije, insistiranje na poboljšanje kvaliteta proizvoda i usluga, povećanje produktivnosti, bržu isporuku proizvoda kupcima, nizak procenat reklamacija, itd., samo su neke od važnih aktivnosti koje su povezane sa procesom privatizacije. Oni će dovesti do poboljšanja konkurentne pozicije preduzeća na tržištu i ostvarivanja poslovnog uspeha.

Od posebne važnosti treba da bude obezbeđivanje ravnopravnih uslova za sve poslovne subjekte na tržištu, a to znači bez pomoći države bilo kom preduzeću, jer se samo na taj način može videti koja su preduzeća sposobna da ostvaruju pozitivne poslovne rezultate a koja nisu.

Literatura

1. Jovanović, M.: "Ekonomija", Megatrend univerzitet, Beograd, 1996.
2. Jovanović, M., Živković, M., Cvetkovski, T.: "Organizaciono ponašanje", Megatrend univerzitet, Beograd, 2003.
3. Živković, M.: "Ekonomika poslovanja", Megatrend univerzitet, Beograd, 2007.
4. Pavličić, M.: "Ekonomika preduzeća", Fakultet za industrijski menadžment, Kruševac, 2004.
5. Ekonomist magazin, specijalno izdanje, Top 300, Beograd, decembar 2008.