

# EKONOMIKA I ORGANIZACIJA PREDUZEĆA

## I / UVOD U PREDMET

### 1. Pojam i predmet izučavanja

Ekonomika i organizacija preduzeća je naučna disciplina koja izučava organizaciju preduzeća, celinu procesa poslovanja, principe poslovanja čijom primenom se ostvaruju ciljevi poslovanja i ciljeve poslovanja preduzeća. Predmet izučavanja ekonomike i organizacije preduzeća su karakteristike osnovnih organizacionih oblika preduzeća, ulaganja (inputi) u poslovanje, pretvaranje ulaganja u produkciju (outpute), rezultati produkcije preduzeća, karakteristike okruženja i interakcija preduzeća i okruženja u kome preduzeće posluje.

Prema Jakovčević „Ekonomika preduzeća je naučna disciplina koja izučava ekonomiju preduzeća. Predstavlja sistem znanja i shvatanja koja se odnose na ekonomske procese i stanja, kao i ekonomske odnose koji proizilaze iz ukupnih ekonomskih interesa – ciljeva poslovanja i razvoja preduzeća. U tom kontekstu, suština ekonomike preduzeća su kvalitativna i kvantitativna analiza svih ekonomski relevantnih fenomena u ekonomskoj sferi preduzeća radi efikasnog organizovanja i upravljanja ekonomijom preduzeća. Cilj ekonomike preduzeća je permanentno iznalaženje rešenja za probleme koji proizilaze iz ograničenosti resursa za realizaciju odabranih ciljeva. Ekonomika preduzeća istražuje uticaj ekonomskih zakona na proizvodnju i poslovanje definišući ekonomske principe (načela) kojih se treba pridržavati da bi se obezbedila efektivnost i efikasnost preduzeća“<sup>1</sup>

Prema Kukoleči: „Reprodukcija - zakonitosti, tokovi, poremećaji u tokovima i njihova ekonomska rehabilitacija opšti je okvir predmeta izučavanja ekonomike preduzeća, odnosno konkretnije razmatra: 1. rezultate reprodukcije; 2. ulaganja u reprodukciju; 3. odnosa između rezultat i ulaganja i 4. faktore ekonomije preduzeća“<sup>2</sup>

Prema Babiću predmet izučavanja ekonomike preduzeća je „proces društvene reprodukcije koji se odvija u preduzeću.“<sup>3</sup>

Između ekonomike i organizacije preduzeća postoji čvrsta veza i međusobna uslovljenost. Organizacija preduzeća je važan faktor poslovanja i danas se često izučava kao samostalna naučna disciplina. „Razvojem ovih naučnih disciplina izdiferenciran je njihov specifičan sadržaj i formiran poseban profil. Sadržaj ekonomike preduzeća usmeren je na objašnjavanje i uopštavanje ekonomskih zbivanja u preduzeću, dok nauka

---

<sup>1</sup>Jakovčević, K., Komazec, Lj., Tomić, S. (2009) *Ekonomika preduzeća – drugo izdanje* (Subotica, Ekonomski fakultet Univerziteta Novi Sad) str. 3

<sup>2</sup> Kukoleča, S.(1968) *Ekonomika preduzeća, Ulaganja u reprodukciju*, knjiga I sveska 1(Zagreb, Informator) str. 50 prema Jakovčević, K., Komazec, Lj., Tomić, S. (2009) *Ekonomika preduzeća – drugo izdanje* (Subotica, Ekonomski fakultet Univerziteta Novi Sad) str. 3

<sup>3</sup> Babić,Š.(1971) *Uvod u ekonomiku preduzeća* (Zagreb,Školska knjiga) str.23 Jakovčević, K., Komazec, Lj., Tomić, S. (2009) *Ekonomika preduzeća – drugo izdanje* (Subotica, Ekonomski fakultet Univerziteta Novi Sad) str. 4

o organizaciji preduzeća izučava preduzeće i njegov život samo kao predmet i kao rezultat organizovanja.“<sup>4</sup>

Ekonomika i organizacija preduzeća je mikroekonomska naučna disciplina. Mikroekonomija je jedna od dve grane ekonomije koja izučava upotrebu oskudnih resursa na nivou pojedinačnih ekonomskih jedinica. „Mikroekonomija je grana ekonomije koja se bavi analizom ponašanja i donošenja odluka pojedinačnih ekonomskih jedinica - potrošača, preduzeća, radnika, ulagača, vlasnika sredstava- kao i tržištima koja se sastoje od tih jedinica. Ona se takođe bavi interakcijom ili međudelovanjem potrošača i preduzeća pri oblikovanju tržišta i industrija“<sup>5</sup>.

Ekonomika i organizacija preduzeća je i pozitivna i normativna disciplina zato što uključuje i pozitivnu i normativnu analizu. Pozitivna analiza opisuje stvarne veze između uzroka i posledice i bavi se objašnjenjima i predviđanjima. Normativna analiza ide dalje od objašnjenja i predviđanja i traži odgovor na pitanje šta je najbolje. Normativna analiza razmatra kakve bi trebale biti veze između uzroka i posledice. Teorijski cilj izučavanja ovog predmeta je razumevanje poslovanja preduzeća.

## **2. Povezanost i razgraničenja sa drugim naukama<sup>6</sup>**

O preduzeću kao predmetu svog izučavanja javlja se mnoštvo nauka koje izučavaju razne aspekte rada i poslovanja, kao što su tehnologija, tehnika, organizacija, ekonomika preduzeća, privredno pravo, politička ekonomija, ekonomika narodne privrede, ekonomika granske privrede, poslovna statistika, računovodstvo, medicina rada, psihologija rada. Svaka od ovih nauka sa još mnoštvom drugih koje nisu pomenute, specifičnim metodama i rezultatima svog istraživanja rasvetljavaju zbivanja u preduzeću. Među njima postoje sličnosti i razgraničenja. Tako ćemo uporediti ekonomiku preduzeća sa nekim od nauka.

Saznanja o ekonomici svetske privrede, ekonomici jedne zemlje, granskim ekonomikama ili o opštoj ekonomskoj teoriji od značaja su za sprovođenje ekonomike preduzeća, kao što su i saznanja o poslovanju u preduzeću polazišta za izučavanja pojava u makroekonomskim naukama.

Posebnu grupu čine računovodstvo, organizacija i analiza na ekonomiku preduzeća. Među ovim naukama postoji čvrsta veza koja je uslovljena genezom ovih nauka, kao i predmetom izučavanja i ciljeva koji se ostvaruju.

Bez raspolaganja podacima o ekonomskim događajima u preduzeću ne bi se mogle razvijati ni ekonomika preduzeća, a niti bilo koja ekonomska nauka o preduzeću. Raspoložive podatke ekonomika preduzeća svojim analitičkim instrumentarijumom

---

<sup>4</sup> Jakovčević, K., Komazec, Lj., Tomić, S. (2009) *Ekonomika preduzeća – drugo izdanje* (Subotica, Ekonomski fakultet Univerziteta Novi Sad) str. 7

<sup>5</sup> Pindyck, R.S., Rubinfeld, D.L. (2005) *Mikroekonomija – peto izdanje* (Zagreb, Mate) str. 4-17

<sup>6</sup> preuzeto od Jarić, D. (2007) *Ekonomika preduzeća* (Beograd, EVRO) str. 16

pretvara u dijagonostičke i terapijske preporuke, da bi se određenim merama poslovne politike poboljšao kvalitet poslovanja.

Teško je precizno povući granicu između ekonomskih nauka koje uzimaju preduzeće kao predmet svog izučavanja. Neke teme se izučavaju u više nauka kao što je slučaj o tematici troškova, ali svaka nauka koristi saznanja iz drugih disciplina u kontekstu ostvarivanja ciljeva istraživanja. Ekonomika preduzeća koristi se drugim naukama koje se nadovezuju na saznanja ove nauke. Tako se razvijaju nauke specijalističkog izučavanja kao što su marketing, analiza poslovanja, poslovne finansije, nauka o radu i duge nauke koje detaljnije izučavaju pojedine ekonomske segmente privrednog života. U ekonomici preduzeća primenu nalaze razni matematički i statistički instrumentarijumi na kojima ova nauka bazira svoju analizu i formira pouzdanu metodološku građu za donošenje pouzdanih predloga u donošenju zaključaka i odluka. Postupnost u izučavanju matematike i statistike u izvesnoj meri ograničava mogućnost primene složenijih matematičkih metoda, ali će se ipak u ovoj disciplini primeniti bar najjednostavniji matematički izrazi, grafikoni sa funkcijama i tumačenja jednostavnom matematičkom logikom.

### 3. Odnos ekonomike preduzeća i ekologije<sup>7</sup>

Životna sredina (koja obuhvata živu i neživu prirodu - prirodne resurse) jeste okvir u kome egzistiraju (obavljanju privrednu delatnost) i privredni subjekti - preduzeća. Pri tome, sa stanovišta klasične ekonomske interpretacije, životna sredina ima četiri osnovne funkcije:<sup>8</sup>

- Pruža određena dobra i usluge za potrošnju;
- Obezbeđuje resurse za proizvodnju;
- Prima emisije reziduala iz proizvodnje i potrošnje;
- Predstavlja prostor za lokaciju ekonomskog sistema (privredu).

Prirodno okruženje obezbeđuje osnovne inpute (materijale i energiju) bez kojih bi svaki vid proizvodnje i potrošnje bio onemogućen. Jedan od glavnih uticaja privrednog sistema na prirodno okruženje jeste iscrpljivanje prirodnih resursa kao i zagađenje i degradacija emisijom i odlaganjem reziduala, kao posledicama privrednih delatnosti. Odnos privrede i prirodnog okruženja (životne sredine) je veoma složen. Shvatanje ovog odnosa je ključno pitanje strategije održivog ekonomskog razvoja i pitanje koje izučava sve više naučnih disciplina. Naučna disciplina koja proučava prirodno okruženje kao izvor inputa jeste ekonomija prirodnih resursa, a tokove outputa iz ekonomskog sistema u prirodno okruženje i njihov uticaj na kvalitet životne sredine razmatra ekološka ekonomija, kao i niz specifičnih, osim već navedenih naučnih disciplina kao što su menadžment životnom sredinom, ekološki urbani inženjering i sl.

---

<sup>7</sup> Jakovčević, K., Komazec, Lj., Tomić, S. (2009) *Ekonomika preduzeća – drugo izdanje* (Subotica, Ekonomski fakultet Univerziteta Novi Sad) str. 8-9

<sup>8</sup> Milenković, B.S. (2000) *Ekološka ekonomija – teorija i primena* (Niš, Fakultet zaštite na radu) str.115

Bolje razumevanje odnosa ekonomike preduzeća i ekologije (ekološki profilisanih naučnih disciplina) nalaže spoznaju da su po svojim ciljevima one, u izvesnom sukobu. Naime ekonomija (ekonomika preduzeća) odnos prema prirodi tretira kao aktivan odnos: eksploatacija resursa i maksimiranje dobiti kao cilja svojih aktivnosti. Ekologija, međutim, ima za cilj minimiziranje gubitaka koji po životnu sredinu nastaju usled ekponencijalne ekspanzije ekonomskih aktivnosti. Ovaj konflikt upravo treba da bude tačka integracije ekonomije i ekologije u funkciji održivog razvoja civilizacije.

## II PRAVNE FORME LICA KOJA OBAVLJAJU PRIVREDNU DELATNOST

### 1. Razlozi za postojanje preduzeća<sup>9</sup>

Preduzeće je osnovni subjekt tržišne privrede. Najznačajnije prednosti zajedničkog rada u preduzeću su: prvo, podela rada i specijalizacije zaposlenih; drugo, veće korišćenje tehnike i tehnologije; treće, lakše upravljanje spoljnim okruženjem; četvrto smanjenje transakcionih troškova i peto, veći podsticaji i bolja kontrola.

Podela rada i specijalizacija: rad u kolektivu omogućava podelu rada između više članova kolektiva i njihovu specijalizaciju za pojedine segmente procesa rada. Zahvaljujući podeli rada pojedinačni radnici se usredsređuju na uže delove procesa rada, što omogućava razvoj njihovih radnih sposobnosti, a time i povećanje efikasnosti rada.

Veće korišćenje tehnike i tehnologije: veće korišćenje moderne tehnike i tehnologije doprinosi povećanju obima proizvodnje i proširenju asortimana proizvođačima dolaze do izražaja efekti ekonomije obima i ekonomije širine. Ekonomija obima (economies of scale) je smanjenje prosečnih troškova po jedinici proizvoda usled povećanja obima proizvodnje. Ekonomija širine (economies of scope) je smanjenje troškova usled proširenja asortimana proizvoda. Do efekta ekonomije širine dolazi zato što preduzeće povećava efikasnost korišćenja nedovoljno iskorištenih resursa tako što ih koristi u proizvodnji više različitih proizvoda.

Upravljanje spoljnim okruženjem: Okruženje u kome posluje preduzeće izvor je neizvesnosti i brojnih drugih uticaja na preduzeće. Kao izvor resursa okruženje je previše važno za poslovanje privrednih subjekata da oni ne bi nastojali da utiču na njega. Međutim upravljanje složenim okruženjem je zadatak koji često prevazilazi mogućnosti većine pojedinaca. Za razliku od pojedinaca preduzeća raspolažu resursima neophodnih za praćenje promena u okruženju, kao i za različite organizacione mere i mere poslovne politike kojima se može uticati na okruženje odnosno upravljati neki segmentima

---

<sup>9</sup> Jones, G.R. (2001) *Organizational Theory : Text and Cases* (Prentice Hall ) str.5-8 prema Paunović, B. (2016) *Ekonomika preduzeća: preduzeće, okruženje i ulaganja* (Beograd, Univerzitet u Beogradu Ekonomski fakultet) str. 34-38

okruženja. Time, zapravo, preduzeće smanjuje rizik i neizvesnost sa kojim se sreće u okruženju.

Smanjenje transakcionih troškova: Savremeno tržište ne pruža savršene informacije od značaja za proces proizvodnje, tako da tržišni mehanizam nije pogodan za koordinaciju većeg broja resursa za proizvodnju većeg broja proizvoda. Iz tog razloga, da bi se obezbedile potrebne informacije (npr. o najnižoj ceni inputa), nastaju troškovi. Troškovi koji nastaju u vezi pregovaranja, nadgledanja i vođenja procesa pregovaranja ljudi nazivaju se transakcioni troškovi. Sposobnost preduzeća da koordinira resurse i tako smanji transakcione troškove predstavlja značajan razlog za postojanje preduzeća.

Podsticanje i kontrola: Preduzeće može različitim merama da utiče da rad zaposlenih bude efikasniji od samostalnog rada pojedinaca. Takođe strukturom autoriteta i sistemom kontrole može da utiče na zaposlene da se prilagode zahtevima procesa rada kako bi povećali efikasnost tog procesa.

Navedenih pet faktora zajedno objašnjavaju zašto ljudi radeći zajedno i koordinirajući svoje aktivnosti u okviru strukture preduzeća, stvaraju veću vrednost od zbira vrednosti koju bi stvarali radeći kao pojedinci.

## **2. Mikro, mala, srednja i velika preduzeća.**

Podelu privrednih subjekata moguće je izvršiti i na mikro, mala, srednja i velika preduzeća. Ovakva podela vrši se prema prosečnom broju zaposlenih, visini godišnjeg prihoda i prosečne vrednosti imovine utvrđene na dan sastavljanja redovnog godišnjeg finansijskog izveštaja u poslovnoj godini.

U Srbiji<sup>10</sup> u mikro pravna lica razvrstavaju se uvek preduzetnici i pravna lica koja ne prelaze dva od sledećih kriterijuma: 1.) prosečan broj zaposlenih 10; 2.) poslovni prihod 700.000 evra u dinarskoj protivvrednosti; 3.) prosečna vrednosti poslovne imovine (izračunata kao aritmetička sredina vrednosti na početku i na kraju poslovne godine) 350.000 evra u dinarskoj protivvrednosti. U mala pravna lica razvrstavaju se pravna lica koja prelaze dva kriterijuma na osnovu kojih se razvrstavaju mikro preduzeća, ali ne prelaze dva od sledećih kriterijuma: 1.) prosečan broj zaposlenih 50; 2.) poslovni prihod 8.800.000 evra u dinarskoj protivvrednosti; 3.) prosečna vrednosti poslovne imovine (izračunata kao aritmetička sredina vrednosti na početku i na kraju poslovne godine) 4.400.000 evra u dinarskoj protivvrednosti. U srednja pravna lica razvrstavaju se pravna lica koja prelaze dva kriterijuma na osnovu kojih se razvrstavaju mala preduzeća, ali ne prelaze dva od sledećih kriterijuma: 1.) prosečan broj zaposlenih 250; 2.) poslovni prihod 35.000.000 evra u dinarskoj protivvrednosti; 3.) prosečna vrednosti poslovne imovine (izračunata kao aritmetička sredina vrednosti na početku i na kraju poslovne godine) 17.500.000 evra u dinarskoj protivvrednosti. U velika pravna lica razvrstavaju se pravna lica koja prelaze dva kriterijuma na osnovu kojih se svrstavaju srednja preduzeća.

---

<sup>10</sup> Zakon o računovodstvu Službeni glasnik RS, br.62/2013

Navedena podela preduzeća od značaja je radi potrebe sagledavanja obima finansijskog izveštavanja i obaveznosti revizije finansijskih izveštaja.

Definisanje i razvrstavanje preduzeća koje je izvršeno u našoj zemlji usklađeno je sa kriterijumima EU za razvrstavanje preduzeća na mikro, mala i srednja, a što se može videti iz naredne tabele.

Tabela: Definicija MSP u EU <sup>11</sup>			
Kriterij	Mikro <sup>12</sup> i <sup>13</sup>	Mala (potrebno ispunjenje dva od tri kriterija)	Srednja
Broj zaposlenih	do prosečno 10	od 10 do 50	od 50 do 250
Poslovni prihod	do 700.000EUR	manji od 8,8 mil.EUR	od 8,8 do 35 mil.EUR
Vrednost poslovne imovine	do 350.000EUR	manji od 4,4 mil. EUR	od 4,4 do 17,5 mil. EUR

Pored toga među preduzetnicima u našoj zemlji treba praviti razliku<sup>14</sup> prema načinu na koji vode poslovne knjige, po kom osnovu se dele na: 1. preduzetnike koji vode knjige

<sup>11</sup> Consolidate version Fourth Council Directive 78/660/EEC of 25 July 1978 based on Article 54 (3) (g) of the Treaty on the annual accounts of certain types of companies <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1978L0660:20120410:EN:PDF> posećeno dana 22. maja 2013. godine

<sup>12</sup> *Commision Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises* (notified document number C(2003) 1422) (Text with RRA relevance) (2003/361/EC OJ L 124/36 20.5.2003

<sup>13</sup> Directive 2012/6/EU of the European Parliament and of the Council of 14 March 2012 amending Council Directive 78/660/EEC on the annual accounts of certain types of companies as regards micro-entities <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:081:0003:0006:EN:PDF> posećeno dana 22. maj 2013.

<sup>14</sup> Zakon o porezu na dohodak građana Sl. glasnik R Srbije br. 24/2001, 80/2002, 135/2004, 62/2006, 65/2006, 10/2007, 7/2008, 7/2009, 31/2009, 44/2009, 3/2010, 18/2010, 50/2011, 91/2011, 7/2012, 93/2012, 114/2012, 8/2013, 7/2013, 48/2013;

po principu dvojnog knjigovodstva saglasno Zakonu o računovodstvu; 2. preduzetnike koji vode knjige po principu prostog knjigovodstva saglasno Zakonu o porezu na dohodak građana (obavezni su da obezbede podatke o prihodima, rashodima, osnovnim sredstvima, alatu i inventaru sa kalkulativnim otpisom) i 3. preduzetnike koji su u obavezi da vode samo poslovnu knjigu o ostvarenom prometu. Navedene podela je od značaja kojom vrstom poreza i na koji način se ooporezuje delatnosti preduzetnika. Prema podacima istaknutim u Obrazloženju Nacrta za novi Zakon o računovodstvu<sup>15</sup>, u 2013. godini od 120.067. preduzeća, koliko ih je tada poslovalo u Srbiji, 86% preduzeća su mikro preduzeća.

### 3. Privredna društva

Privredna delatnost može da se obavlja u formi privrednog društva ili preduzetnika . Preduzetnik je poslovno sposobno fizičko lice koje obavlja delatnost u cilju ostvarivanja prihoda. Privredno društvo je pravno lice koje obavlja delatnost u cilju sticanja dobiti. Postoji nekoliko propisanih pravnih formi privrednih društava po kojima je moguće organizovati obavljanje privredne delatnosti u cilju sticanja dobiti i to su: ortačko društvo, komanditno društvo, društvo sa ograničenom odgovornošću i akcionarsko društvo. Za razliku od akcionarskog društva u kome je osnovni kapital strukturiran od akcija – vlasničkih hartija od vrednosti koje se stiču upućivanjem javne ponude, u ortačkom društvu, komanditnom društvu i društvu sa ograničenom odgovornošću vlasništvo je strukturirano od udela. Udeli nisu hartije od vrednosti. Udeli se ne mogu sticati, niti se njima može raspolagati upućivanjem javne ponude. Član društva stiče udeo usrazmerno vrednosti njegovog udela u ukupnom osnovnom kapitalu društva. Član društva može imati samo jedan udeo u društvu.

Ortačko društvo (od) je privredno društvo dva ili više ortaka koji su neograničeno solidarno odgovorni celokupnom svojom imovinom za obaveze društva. Ortaci u društvu unose uloge jednake vrednosti, ako ugovorom o osnivanju nije drugačije uređeno. Oni stiču udele u društvu srazmerno svojim ulozima u društvu. Udeo u ortačkom društvu prenosi se pisanim ugovorom zaključenim između prenosioca i sticaoca udela. Svaki ortak ima ovlašćenja za obavljanje radnji u redovnom poslovanju (poslovođenje), ako ugovorom o osnivanju nije drugačije uređeno.

Komanditno društvo je privredno društvo koje ima najmanje dva člana, od kojih najmanje jedan odgovara za obaveze neograničeno solidarno (komplementar), a najmanje jedan odgovara za obaveze ograničeno do visine svog uloga. Komanditori i komplementari učestvuju u deobi dobiti i pokriću gubitaka društva srazmerno svojim udelima u društvu, ako osnivačkim aktom nije drugačije određeno. Poslove društva vode komplementari. Komanditor ne odgovara za obaveze društva ako je u celini uplatio ulog koji je preuzeo ugovorom o osnivanju. Ako komanditor ne uplati u celini ulog na koji se

---

<sup>15</sup> Obrazloženje Nacrta Zakona o računovodstvu <http://mfp.gov.rs/UserFiles/File/predlozi/2012/Obrazlozenje%20Nacrta%20zakona%20o%20racunovodstv u.pdf> posećeno dana 22. maj 2013. godine Nacrt zakona o računovodstvu videti <http://www.mfp.gov.rs/pages/article.php?id=9105> posećeno dana 22. maja 2013. godina

obavezao ugovorom o osnivanju, onda solidarno sa komplementarima odgovara povericima društva do visine neuplaćenog odnosno neunetog uloga u društvo. Komanditor odgovara kao komplementar prema trećim licima, ako je njegovo ime uneto u poslovno ime komanditnog društva.

Društvo sa ograničenom odgovornošću (doo) je privredno društvo u kome jedan ili više članova društva imaju udele u osnovnom kapitalu društva, s tim da članovi društva ne odgovaraju za obaveze društva. U osnivačkom aktu unosi se ukupan iznos osnovnog kapitala, a udeli svakog člana društva u ukupnom osnovnom kapitalu izraženi su u procentima. Minimalni iznos osnovnog kapitala iznosi 100 dinara, osim ako posebnim zakonom nije predviđen veći iznos za obavljanje određenih delatnosti.

Akcionarsko društvo (ad) je privredno društvo čiji je osnovni kapital podeljen na akcije koje ima jedan ili više akcionara koji ne odgovaraju za obaveze društva. Akcionarsko društvo odgovara za svoje obaveze celokupnom svojom imovinom. Akcije koje izdaje društvo izdaju se u dematerijalizovanoj formi, glase na ime i registruju se u Centralnom registru, depou i kliringu hartija od vrednosti. Akcionarom se u odnosu prema akcionarskom društvu i trećim licima smatra lice koje je kao zakoniti imalac akcije upisano u Centralni registar, a dan upisa u Centralni registar jeste dan sticanja akcija. Centralni registar dužan je da izda potvrdu o akcijama svakom akcionaru na njegov zahtev. Akcionarsko društvo mora imati minimalni osnovni kapital u visini od 3.000.000,00 dinara. Akcionarsko društvo čijim akcijama se trguje na regulisanom tržištu- berzi naziva se javno društvo.

Javno preduzeće je preduzeće koje obavlja delatnost od opšteg interesa, a koje osniva država, odnosno jedinica lokalne samouprave ili autonomna pokrajina. Državni kapital u javnom preduzeću podeljen je na akcije ili udele određene nominalne vrednosti. U R Srbiji utvrđeno je zakonom da se javna preduzeća kao pravna forma za poslovanje mogu osnivati isključivo za delatnosti koje imaju status delatnosti od opšteg interesa, a koje su određene Zakonom o javnim preduzećima (delatnosti u oblasti proizvodnje, prenosa i distribucije električne energije; proizvodnje i prerade uglja; istraživanja, proizvodnje, prerade, transporta i distribucije nafte i prirodnog i tečnog gasa; prometa nafte i naftnih derivata; železničkog, poštanskog i vazdušnog saobraćaja; telekomunikacija; izdavanja službenog glasila R Srbije; informisanja; izdavanja udžbenika; korišćenja, upravljanja, zaštite i unapređivanja dobara od opšteg interesa: vode, putevi, mineralne sirovine, šume, plovne reke, jezera, obale, banje, divljač, kao i komunalne delatnosti).

Društveno preduzeće je preduzeće koje u celini posluje društvenim kapitalom. Društveni kapital društvenog preduzeća podeljen je na akcije ili udele određene nominalne vrednosti. U društvenom preduzeću s manje od 50 zaposlenih funkciju skupštine vrše svi zaposleni, a iznad tog broja predstavnici zaposlenih u svim delovima preduzeća. Privreda društva i preduzetnici dužni su da izvrše registraciju u Agenciji za privredne registre. Agencija za privredne registre je državna agencija koja, između ostalog, vodi i jedinstvenu centralizovanu elektronsku bazu podataka registra privrednih subjekata.

Društvo može da prestane da postoji likvidacijom, samo ako ima dovoljno sredstava za namirenje svojih obaveza. Pokretanje likvidacije nema uticaj na podneti predlog za



pokretanje stečaja. Stečaj se sprovodi bankrotstvom ili reorganizacijom. Pod bankrotstvom se podrazumeva namirenje poverilaca prodajom celokupne imovine stečajnog dužnika, ili prodajom stečajnog dužnika kao pravnog lica. Stečajna reorganizacija je namirenje poverilaca prema usvojenom planu reorganizacije i to redefinisanjem dužničko poverilačkih odnosa, statusnim promenama dužnika ili na drugi način predviđen planom reorganizacije. Kada je u pitanju plan reorganizacije, on se može podneti od strane zakonski ovlašćenih predlagača u toku stečajnog postupka (tzv. redovni stečajni postupak) ili kao unapred pripremljeni plan reorganizacije (UPPR) koji podnosi stečajni dužnik zajedno sa predlogom za pokretanje stečajnog postupka.

Svako privredno društvo može da se reorganizuje preko statusne promene. Statusna promena je promena pravne forme društva, koje društvo može da sprovede isključivo prema propisanoj zakonskoj proceduri. U statusnoj promeni može učestvovati jedno ili više društava iste ili različite pravne forme. Statusnom promenom društvo se reorganizuje tako što na drugo društvo prenosi imovinu i obaveze, dok njegovi članovi u tom novom društvu stiču udele, odnosno akcije srazmerno svojim udelima odnosno akcijama u društvu prenosioocu. (Član društva koji nije saglasan da društvo izvrši statusnu promenu, pod određenim uslovima, ima pravo na isplatu umesto sticanja udela odnosno akcija u društvu sticaoca.) Statusne promene su: pripajanje, spajanje, podela, izdvajanje.

Pripajanje društva je kada se jedno ili više društava pripoji drugom društvu prenošenjem na to društvo celokupne imovine i obaveza, čime društvo koje se pripaja prestaje da postoji bez sprovođenja postupka likvidacije. Spajanje društava je kada dva ili više društava osnuju novo društvo i prenesu na to društvo celokupnu imovinu i obaveze, čime društva koja se spajaju prestaju da postoje bez sprovođenja postupka likvidacije. Društvo se može podeliti tako što će istovremeno preneti celokupnu imovinu i obaveze na nekoliko novoosnovanih i/ili postojećih društava, čime prestaje da postoji bez sprovođenja postupka likvidacije. Društvo se može podeliti tako što će preneti deo imovine i obaveza na jedno ili više novoosnovanih i/ili postojećih društava, nakon čega nastavlja da postoji.

Društva se mogu povezivati putem:

1. učešća u osnovnom kapitalu ili ortačkim udelima (društva povezana kapitalom);
2. ugovora (društva povezana ugovorom);
3. kapitala i ugovora (mešovito povezana društva).

Povezana društva formiraju:

1. grupu društava (koncern) – slučaj kada kontrolno društvo pored upravljanja zavisnim društvima obavlja i druge delatnosti; (društvo može da poveri upravljanje i vođenje poslova drugom društvu na osnovu ugovora o kontroli i upravljanju)
2. holding – slučaj društva koje kontroliše jedno ili više društava i koje za isključivu delatnost ima upravljanje i finansiranje tih društava. (Društvo može da poveri upravljanje i vođenje poslova drugom društvu na osnovu ugovora o kontroli i upravljanju.) Holding društvo je društvo koje kontroliše jedno ili više društava i koje za isključivu delatnost ima upravljanje i finansiranje tih društava. To je složen oblik organizovanja velikih poslovnih sistema, koji u svom sastavu ima više preduzeća. Jedno od njih je matično ili upravljačko preduzeće – mati, dok su ostala preduzeća – kćeri. Sva preduzeća u okviru holdinga su

autonomna. Karakteristika holdinga nije poslovna, već vlasnička objedinjenost. Preduzeće – mati ima upravljačku dominaciju nad sistemom u celini po osnovu većinskog učešća u osnovnom kapitalu. Cilj formiranja holdinga nije stvaranje jedinstvenog sistema rada, nego uspostavljanje vlasničke odnosno upravljačke prevlasti.

3. Društva sa uzajamnim učešćem u kapitalu su društva u kojima svako od društava poseduje značajno učešće u kapitalu drugog društva. Značajno učešće postoji kada se poseduje više od 25% prava glasa u društvu. Većinsko učešće postoji kada se poseduje više od 50% prava glasa u društvu.

Okupljanje preduzeća unutar jedne privredne grane, u teorijskom smislu, ima svoju granicu u stvaranju monopolnog položaja u grani – što znači da u jenoj privrednoj grani posluje samo jedno preduzeće. Međutim, u praksi do ove ekstremne tržišne strukture ne dolazi zbog zakonskih ograničenja i kontrole procesa koncentracije preduzeća u grani. U R Srbiji monopolizacija je onemogućena Zakonom o zaštiti konkurencije.

#### **4. Merđžeri i nivo koncentracije preduzeća u privrednoj grani<sup>16</sup>**

Privredna grana u kojoj posluje više od jednog preduzeća (znači nije monopolne strukture), a u kojoj je prisutna koncentracija određuje se na osnovu dva faktora i to broja firmi u grani i raspodeli produkcije na firme unutar grane. Mera koncentracije može biti ili suma udela u tržištu četiri najveće firme u grani izraženo u procentima ili se računa po određenoj formuli. Ovo pitanje je od značaja za merđžere, preuzimanja, akvizicije i integracije preduzeća.

Termini kao što su merđžeri, preuzimanja, akvizicije i integracije opisuju situaciju u kojoj se firme koje su u međusobno nezavisnom vlasništvu sjedinjuju u firmu istog vlasništva. Merđžer kao objedinjeno vlasništvo može biti ostvareno ili na inicijativu obe firme – prijateljsko preuzimanje ili preuzimanjem jedne od druge firme – neprijateljsko preuzimanje.

Merđžeri se klasifikuju u tri opšte kategorije:

- Horizontalni merđžeri: do njih dolazi kada se spajaju firme iz iste grane koje proizvode iste ili slične proizvode na istom geografskom tržištu;
- Vertikalni merđžeri: do njih dolazi kada se firma koja proizvodi intermedijarni proizvod (ili proizvodni faktor) sjedinjuje se firmom koja proizvodi finalni proizvod koristeći pri tome ovaj intermedijarni proizvod, ili kada se dve kompanije koje pre spajanja imaju potencijalni odnos kupac-prodavac, na kraju i spoje;
- Merđžeri koji su konglomerati : do njih dolazi kada se pod jednim vlasništvom spoje firme koje proizvode proizvode koji su različiti; Još preciznije, merđžeri konglomerati klasifikovani su u tri podklase:

---

<sup>16</sup> preuzeto od Šaj,O. (2005) Industrijska organizacija (Beograd, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu) str. 169-174

- proširivanje proizvoda: Firma koja preuzima firmu i firma koja se preuzima funkcionalno su povezane u procesu proizvodnje ili distribucije;
- proširivanje tržišta: Firme proizvode isti proizvod, ali ih prodaju na različitim geografskim tržištima;
- ostali konglomerati: Ne postoji nikakva suštinska veza između proizvoda koje firme proizvode i distribuiraju.

U industrijskoj istoriji SAD identifikovana su četiri velika „talasa“ spajanja: prvi je dostigao svoj vrh 1901. godine i bio je dominantno horizontalnog tipa; drugi talas dogodio se 1920-tih godina, bio je nešto blaži i karakterisalo ga je vertikalno širenje i širenje proizvoda; treći talas imao je svoj špic 1968. godine i bio je dominantno konglomeratskog tipa; najnoviji talas obnovljen je 1980-tih godina i karakterisao ga je produženi trend od 1960-tih godina pada horizontalnih i vertikalnih spajanja a rast čistih konglomeratskih merdžera.

## 5. Multinacionalno i globalno preduzeće

Preduzeće koje obavlja delatnost i u zemlji i inostranstvu je internacionalno preduzeće. „Multinacionalno preduzeće (MNP) je vrsta internacionalnog preduzeća koje ima vlasništvo, kontrolu i upravlja sredstvima u najmanje dve zemlje. Da bi se preduzeće svrstalo u MNP mora da ima više od 25% sopstvenih sredstava u dve ili više stranih zemalja i da ostvaruje više od 25% prihoda ili profita u dve ili više stranih zemalja.<sup>17</sup> Nakon nekoliko decenija intenzivnog razvoja, mreža multinacionalnih koporacija danas ima značajan uticaj na ekonomsku i političku nezavisnost nacionalnih država. One više ne vrše samo prodaju i kupovinu roba ili direktno investiraju u strane zemlje, nego povezuju nabavku, proizvodni proces i distribuciju, odnosno kontrolišu tehnologiju, marketing i proizvodne izvore.

Poslednjih godina postaje aktuelno pitanje da li treba praviti razliku između multinacionalnih kompanija i globalnih kompanija. Prema Porteru preduzeća su multinacionalna ili globalna u zavisnosti od privredne grane u kojoj obavljaju delatnost:“ Grane se rangiraju od multinacionalnih do globalnih u zavisnosti od karaktera konkurencije. Grana je multinacionalna kada je konkurencija između multinacionalna. Primer multinacionalnih grana su trgovina, osiguranje, bankarstvo. Konkurencija je multinacionalna kada je konkurencija na jednom nacionalnom tržištu nezavisna od konkurencije koja se vodi na drugom nacionalnom tržištu. Preduzeća u ovim granama svoje proizvode i usluge dizajniraju prema potrebama kupaca koje su specifične za svako nacionalno tržište. Grana je globalna kada preduzeća direktno konkurišu na svim tržištima sveta, bez potrebe prilagođavanja proizvoda specifičnim lokalnim zahtevima, ili uz neznatna prilagođavanja proizvoda ako i kada postoji potreba. Primer globalnih grana su elektronika, pneumatici, avioni, automobili, satovi. Konkurencija je globalna kada su nacionalna tržišta, a posebno tržišta ključna za proizvod, slična i blisko povezana, a

---

<sup>17</sup> Pokrajčić, D.M. (2016): Ekonomika preduzeća principi i ciljevi (Beograd, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet) str. 14

konkurentna pozicija preduzeća na jednom tržištu utiče i pod uticajem je konkurenata iz svih ostalih zemalja.“<sup>18</sup>

## 6. Društvo lica i društvo kapitala

U zavisnosti da li je u preduzeću odvojeno upravljanje od vlasništva ili je vlasnik istovremeno i menadžer, preduzeća se dele na društva lica i društva kapitala. Velika preduzeća su uvek organizovana kao društva kapitala, odnosno akcionarska društva.

U društvu kapitala izvršeno je odvajanje vlasništva od upravljanja. Iz tog razloga, može da se dogodi da menadžeri preduzeća i akcionari dođu u sukob oko ciljeva preduzeća. Menadžeri su lica koja usmeravaju resurse preduzeća u cilju ostvarivanja ciljeva preduzeća i po tom osnovu imaju pravo na ličnu zaradu - platu. Akcionari su vlasnici preduzeća i po osnovu vlasništva imaju pravo na dividendu. Odvajanje vlasništva od upravljanja, posebno ako je vlasništvo disperzovano, omogućava menadžmentu preduzeća da deluje pre svega u sopstvenom interesu, a ne u interesu vlasnika. Iz tog razloga sve češće se ističe da cilj poslovanja mora biti i stvaranje pozitivnog finansijskog rezultata – profita i povećanja bogatstva vlasnika – akcionara a koje se meri preko tržišne vrednosti akcija. Tržišna vrednost akcija je sigurni pokazatelj uspešnosti preduzeća ali i uspešnosti rada menadžmenta.

Ako se preduzeće formira kao akcionarsko društvo to stvara mogućnost za upravljanje tuđim kapitalom. Akcionarsko društvo je primer stapanja kapitala u jednu celinu. Akcionarska društva praktikuju fuzije - spajanje više preduzeća. Fuzije mogu biti u okviru iste privredne grane, različitih privrednih grana, u industriju, trgovinu i uglavnom su motivisane interesom da se ostvari što veći profit.

Preduzeće koje se stvori spajanjem ima veće mogućnosti od njegovih prethodno izdvojenih delova i koristi prednosti gde prosečni jedinični trošak opada pri rastu obima proizvodnje. Privredna društva mogu da se spajaju horizontalno i vertikalno. Ekonomija obima se najbolje može ostvariti horizontalnim spajanjem, odnosno povezivanjem dve kompanije iste vrste poslovanja. Preduzeća koja se na taj način formiraju uglavnom imaju za rezultat eliminisanje dvostrukih objekata i širu ponudu lepeze proizvoda. Do vertikalnog spajanja dolazi kada se privredno društvo proširuje bilo unapred prema konačnom potrošaču ili unazad prema izboru sirovina. Ova vrsta spajanja takođe može podstaći ekonomiju obimu, ali isto tako joj omogućava više kontrole nad raspodelom i nabavkom. Kao rezultat restrukturiranja može uslediti i poboljšanje menadžmenta novog preduzeća.

Akcionarsko društvo je privredno društvo čiji je osnovni kapital podeljen na akcije<sup>19</sup>. Akcija je vlasnička hartija od vrednosti. Prinos/povraćaj na akciju je dividenda. Akcije se izdaju u dematerijalizovanoj formi, glase na ime i registruju se u Centralnom registru. Akcionarom se smatra fizičko ili pravno lice koje je zakoniti imalac akcije upisano u Centralni registar. Akcionarska društva kao oblik privrednih društava mogu izdavati

---

<sup>18</sup> Pokrajčić, D.M. (2016): Ekonomika preduzeća principi i ciljevi (Beograd, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet) str. 23

<sup>19</sup> Zakon o privrednim društvima, Sl . glasnik R Srbije br. 36/2011

/emitovati obične akcije ili prioritetne akcije, u zavisnosti da li uključuju pravo glasa ili ne.

Prava akcionara iz običnih akcija su: pravo na dividendu, pravo preče kupovine, pravo na učešće u raspodeli ostatka stečajne mase, pravo na ograničenu odgovornost i pravo glasa.

Obične akcije mogu da se podele na klase (klasa A, klasa B) u zavisnosti od broja prava glasa koja nose. Na taj način pravi se razlika između akcija 1. bez prava glasa; 2. sa jednim pravom glasa; 3. sa pravom na više glasova. U slučaju stečaja akcionarskog društva, vlasnici običnih akcija naplaćuju svoja potraživanja nakon što se prethodno izmire obaveze prema svim ostalim poveriocima akcionarskog društva.

Za ulaganja u preferencijalne akcije opredeljuju se investitori koji su u principu za sigurnija ulaganja i sigurniji povraćaj/prinos nego što je obična akcija i dividenda na obične akcije koja varira u zavisnosti od uspešnosti poslovanja akcionarskog društva. Preferencijalna akcija ne nosi pravo glasa i zato obezbeđuje pravo na fiksnu dividendu. U slučaju stečaja akcionarskog društva vlasnici imaju pravo da naplate svoja potraživanja posle investitora u instrumente duga, ali pre vlasnika običnih akcija, zbog čega se i nazivaju prioritetnim akcijama. Preferencijalne akcije imaju dve značajne karakteristike: 1. konvertibilnost - zamenljivost i 2. opozivost. Konvertibilnost povlašćenih akcija ostvaruje se putem diskrecionog prava akcionara da u određenim vremenskim rokovima i utvrđenom odnosu mogu bez poteškoća konvertovati svoje akcije u obične akcije, te na taj način postati redovni akcionari.

Prioritetne akcije mogu biti kumulativne i participativne. Kumulativna prioritetna akcija daje svakom imaoocu pravo na dividendu pre isplate vlasnicima običnih deonica, a dividenda se takođe može kumulirati i nakon nekoliko godina isplatiti. Participativna prioritetna akcija dalje pravo imaoocu, osim prioritetne naplate dividende i pravo učešća u raspodeli dobiti.

Prema kupcima kojima je emisija akcija namenjena emisija odnosno ponuda akcija može biti javna (eksterna) i privatna (interna). Javna ili eksterna upućena je građanima i građanskopravnim licima preko oglasa u dnevnoj štampi, Internet stranici i drugim sredstvima javnog informisanja. Javna ponuda HoV je svako obaveštenje dato u bilo kom obliku i putem bilo kog sredstva, a koje daje dovoljno podataka o uslovima ponude i o HoV iz ponude tako da investitoru omogućiti donošenje odluke o kupovini ili upisu ovih HoV, a javnom ponudom se smatra i ponuda i prodaja HoV preko finansijskih posrednika, odnosno pokrovitelja i agenata. Privatna emisija namenjena je zaposlenima u preduzeću ili zatvorenom krugu investitora i oglašava se u sredstvima internog informisanja. Akcionarska društva koja vrše emisiju akcija preko javne ponude nazivaju se javnim društvima. Akcije koje se prodaju javnom ponudom kotiraju se na regulisanom tržištu preko listinga, a ako to nije moguće, zbog nepodobnosti sa aspekta pravila regulisanog tržišta, njima se trguje na regulisanom tržištu van listinga ili MTP. Međutim, ako ne zadovoljavaju ni pravila ovih tržišta ovim akcijama onda se trguje na tržištima koja nisu regulisana. Akcije javnih društava kojima se trguje na regulisanom tržištu preko listinga ili van njega ili na MTP moraju javno objaviti prospekt koga je prethodno odobrila Komisija za hartije od vrednosti. Prospekt mora da sadrži sve

informacije koje, s obzirom na posebne karakteristike izdavaoca i hartije od vrednosti koje se javno nude ili uključuju u trgovanje na regulisano tržište, odnosno MTP omogućavaju investitorima da izvrše objektivnu procenu imovine i obaveza, finansijskog stanja, poslovnih dobitaka i gubitaka, potencijalnih poslovnih rezultata izdavaoca i garanta ukoliko postoji, kao i prava iz tih hartija od vrednosti. Informacije u prospektu moraju biti tačne, potpune, a prospekt dosledan. Prospekt mora biti pregledan i razumljiv, a informacije u prospektu moraju biti prikazane na način koji omogućuje njihovu jednostavnu analizu. Deo prospekta je i skraćeni prospekt u kome se navode, u kratkim crtama i na jednostavan način, najznačajniji podaci i rizici u vezi sa izdavaocem, garantom i hartijama od vrednosti. Prospekt ne može da se objavi pre nego što ga Komisija za hartije od vrednosti odobri. Komisija nije odgovorna za istinitost i celovitost podataka navedenih u bilo kom delu odobrenog prospekta, odnosno skraćenog prospekta za javnu ponudu ili uključenje u trgovanje na regulisano tržište, odnosno MTP.

Dematerijalizovana akcija, pored elemenata koga mora imati svaki dematerijalizovani finansijski instrument, kojim se trguje na tržištu kapitala, mora imati i sledeće elemente:

- oznaku klase,
- nominalni iznos na koji glasi ili naznaku da se radi o akcijama bez nominale,
- podatak o pravu glasa,
- sadržaj posebnih prava, ukoliko akcija daje posebna prava (konverzije).

Kod akcija se razlikuju tri vrednosti: nominalna, knjigovodstvena i tržišna vrednost. Nominalna vrednost akcija je vrednost koju utvrđuje emitent u momentu emisije i koja je odštampana na akciji. Knjigovodstvena vrednost akcije je računovodstvena kategorija koja se izračunava deljenjem ukupne knjigovodstvene vrednosti akcijskog kapitala sa ukupnim brojem akcija. Tržišna vrednost akcije je cena po kojoj se trguje akcijama na tržištu. Razlika između tržišne cene i nominalne vrednosti akcije može biti pozitivna (kapitalni dobitak) ili negativna (kapitalni gubitak). Kapitalni dobitak ili gubitak ostvaruje se na sekundarnom tržištu kada akcionar prodaje – unovčava – utržuje akciju<sup>20</sup>.

### III POSLOVNI CILJEVI PREDUZEĆA

#### 1. Maksimiranje profita

Opšti cilj preduzeća je maksimiranje profita ili vrednosti preduzeća. Osnovni principi za maksimiranje profita ili vrednosti preduzeća su<sup>21</sup>: 1. identifikovati ciljeve i ograničenja u poslovanju; 2. prepoznati prirodu i značaj profita; 3. razumeti podsticaje; 4. razumeti tržište; 5. uvažiti značaj vremenske vrednosti novca i 6. koristiti analizu marginalnih vrednosti.

---

<sup>20</sup> o vrednovanju akcija i obveznica videti Lučić, Lj. (2005) *Finansije - drugo dopunjeno izdanje* (Novi Sad, VPŠ) str. 189-219

<sup>21</sup> Baye, M.R.(2010) *Managerial economics and business strategy 7th ed.* (New York, McGraw-Hill Irwin) str. 1-35 <https://mnaeemiqbaf.files.wordpress.com/2014/03/managerial-economics-michael-baye.pdf> 15.07.2016

1. Identifikovati ciljeve i ograničenja – Ograničenja za prduzeće proizilaze iz oskudnosti resursa kojima predjuzeće raspolaže. Cilj maksimiranja profita zahteva donošenje sledećih odluka: odluku o optimalnoj ceni za proizvod koji će se proizvoditi – šta i koliko proizvoditi i po kojoj ceni prodavati; odluku o tome kako, odnosno kojom tehnologijom proizvod proizvoditi; odluku koliko svakog faktora proizvodnje - inputa koristiti; odluku kako reagovati na odluke konkurencije.
2. Prepoznati prirodu i značaj profita - Kada se čuje reč profit obično se misli na računovodstveni profit. Međutim, treba razlikovati računovodstveni profit od ekonomskog profita. Računovodstveni profit je iznos koji se dobija kada se od ukupnog prihoda oduzmu troškovi koji se iskazuju u bilansu uspeha. Ekonomski profit je razlika između ukupnog prihoda i ukupnih oportunitetnih troškova. Oportunitetni trošak proizvodnje roba ili usluga uključuje kako eksplicitne (računovodstvene) troškove tako i implicitne troškove. Oportunitetni troškovi su veći od računovodstvenih troškova zato što uključuju i ekplicitne troškove (novčani iznos troškova) i implicitne troškove (nenovčane troškove). Implicitne troškove je teško meriti i zato se često previdaju. Međutim, njih je neophodno identifikovati i kvantifikovati.
3. Razumeti podsticaje – Veličina profita i njegova promena pružaju podsticaj preduzeću za promenu upotrebe resursa. Unutar preduzeća podsticaji deluju na način upotrebe faktora proizvodnje i treba ih osmisлити tako da proizvedu maksimalan napor. Na primer visinu zarade zaposlenih vezati za visinu profita.
4. Razumeti tržište – U svakoj tržišnoj transakciji postoje dve strane. Za svakog kupca dobara postoji odgovarajući prodavac. Konačni ishod tržišnog procesa za preduzeće i njegov proizvod zavisi od relativne moći kupaca i prodavaca na tržištu i koliko je proizvod koga preduzeće proizvodi pod uticajem suparništva unutar i između ove dve strane. Moć ili pregovaračka pozicija potrošača ili proizvođača na tržištu ograničena je preko tri izvora suparništva: rivalstva između potrošača i proizvođača; rivalstva između potrošača i potrošača; i rivalstva između proizvođača i proizvođača. Svaki oblik suparništva služi kao sredstvo za disciplinovanje u vođenju tržišnog procesa i svaki deluje na različitim tržištima različito. Suparništvo potrošač-proizvođač javlja se zbog konkurentnih interesa potrošača i proizvođača. Potrošači pokušavaju da pregovaraju ili odrede niske cene, dok proizvođači pokušavaju da odrede visoke cene. Suparništvo potrošač – potrošač smanjuje pregovaračku moć potrošača. Nastaje usled oskudnosti resursa. Kada je raspoloživa količina dobara i usluga ograničena potrošači konkurišu jedni drugima na pravo da kupe dobra. Suparništvo proizvođač – proizvođač karakteristika je konkurentnih tržišta na kojima se više proizvođača međusobno takmiči i bori za pravo da usluži raspoložive kupce. Pored toga treba razumeti da u savremenim privredama države imaju značajnu ulogu u disciplinovanju tržišta. Kada se učesnici na tržištu nađu u situaciji da trpe štetu oni često pokušavaju da podstaknu državu da interveniše u njihovu korist..
5. Uvažiti vremensku vrednost novca - Procena vremena kada (tajming) doneti odluku uključuje raskorak između vremena kada se troškovi prave i vremena kada se korist od uloženog prima. U ovom slučaju važno je prepoznati da dinar danas vredi više nego dinar u budućnosti. Razlog je jednostavan: oportunitetni trošak primanja 1 dinara u budućnosti je korist koja se mogla steći da je 1 dinar danas primljen. Ovaj oportunitetni trošak reflektuje vremensku vrednost novca.

6. Koristiti analizu marginalnih vrednosti ili kraće marginalnu analizu – Analiza marginalnih ili dodatnih vrednosti je najvažniji instrument u mikroekonomiji. Ova analiza obuhvata poređenje marginalnih (dodatnih) koristi sa marginalnim (dodatnim) troškovima. Na primer, optimalan iznos učenja za ovaj predmet određen je poređenjem 1) povećanjem vašeg znanja koje će rezultirati iz dodatnih časova učenja i 2) dodatnih troškova učenja dodatnog časa. Sve dok koristi od učenja dodatnog časa premašuju trošak učenja za dodatni čas profitabilno je nastaviti učenje. Međutim jednom kada dodatni čas učenja dodaje više troškova nego koristi trebalo bi prestati sa učenjem.

Uspešnost ostvarivanja profitabilnog poslovanja zavisi od navedenih ekonomskih principa. Međutim, na održivost profita deluju i drugi faktori Okvir koji uključuje pet faktora ili sila koje utiču na održivost profita promovisao je Majkl Porter. Ovaj okvir uključuje: 1. ulazak u privrednu granu; 2. moć dobavljača inputa; 3. moć kupaca; 4. rivalitet unutar privredne grane i 5. faktor substituta i komplementarnih proizvoda.

Tabela: <b>OKVIR PET SILA</b>		
<b>ULAZAK U PRIVREDNU GRANU</b> Ulazni troškovi Prethodni troškovi Efekti mreže Troškovi menjanja brenda, proizvoda, dobavljača Brzina prilagođavanja Ekonomija obima Reputacija Ograničenja države	→	<b>O D R Ž I V I  P R O F I T</b>
<b>MOĆ DOBAVLJAČA INPUTA</b> Koncentracija dobavljača Cena/produktivnost alternativnih inputa Povezanost sa specifičnim investicijama; Troškovi dobavljača po osnovu menjanja brenda, proizvoda Ograničenja države	→	
<b>RIVALITET UNUTAR PRIVREDNE GRANE</b> Koncentracija Konkurencija cenama, kvalitetom, obimom ili uslugom Stepen diferencijacije proizvoda Troškovi menjanja brenda i proizvoda Vreme donošenja odluke Informacije Ograničenja države	→	
<b>MOĆ KUPACA</b> Koncentracija kupaca Cena/vrednost substituta dobara ili usluga Povezanost sa specifičnim investicijama Troškovi kupaca po osnovu menjanja brenda,	→	



dobavljača, proizvoda Ograničenja države		
<b>SUBSTITUTI I KOMPLEMENTARNI PROIZVODI</b> Cena/vrednost surogata proizvoda ili usluga Cena/vrednost komplementarnih proizvoda ili usluga Efekti poslovne mreže Ograničenja države	→	
Izvor: Michael Porter (1980) <i>Competitive Strategy</i> ( New York: Free Press) prema Baye, M.R.(2010) <i>Managerial economics and business strategy 7th ed.</i> (New York, McGraw-Hill Irwin) str. 8 <a href="https://mnaemiqbal.files.wordpress.com/2014/03/managerial-economics-michael-baye.pdf">https://mnaemiqbal.files.wordpress.com/2014/03/managerial-economics-michael-baye.pdf</a> 15.07.2016		

1. Ulazak u privrednu granu i na tržište - Sposobnost postojećih firmi za održanje profit zavisi od toga kako barijere za ulazak deluju na lakoću sa kojom ostala preduzeća mogu ući u privrednu granu. Ulazak na tržište može poteci iz brojnih pravaca uključujući: osnivanje novih preduzeća; preko stranih firmi na osnovu strategije globalizovanja preduzeća; uvođenjem novih proizvodnih linija postojećih firmi. Međutim verovatno je da ulaskom u privredu granu, nove firme neće brzo ostvariti značajnije tržišno učešće koje bi opravdalo troškove ulaska ako okruženje nameće velike prethodne i nepovratne troškove, ako je značajna ekonomija obima, ili značajan efekat poslovne mreže, ili gde su postojeće firme investirale u snažnu reputaciju da bi bezbedile veliku bazu lojalnih kupaca ili vode agresivnu borbu protiv ulaska novih preduzeća u granu. Pored toga bolja procena uloge države može se sagledati preko njene uloge u oblikovanju ulaska u privrednu granu preko regulisanja prava na patente i licence i trgovinske i ekološke regulative. U vezi sa ulaskom u privrednu granu potrebna je i identifikacija različitih strategija za povećanje troškova potrošača od prelaska na proizvode novih preduzeća i koje snižavaju pretnju od umanjavanja profita već postojećih firmi .
2. Moć dobavljača inputa – Profit ima tendenciju da se smanjuje ako dobavljači imaju moć da pregovaraju o povoljnim uslovima za svoje inpute. Moć dobavljača ima tendenciju da je mala kada su inputi relativno standardizovani i povezane posebne investicije minimalne, kada tržište inputa nije visoko koncentrovano ili su alternativni inputi raspoloživi sa sličnom marginalnom produktivnosti po potrošenoj novčanoj jedinici. U mnogim državama država ograničava cene inputa preko plafoniranja cena i ostalim kontrolama koje ograničavaju sposobnost dobavljača da preuzme profit preduzeća.
3. Moć kupaca –Slično dobavljačima, kada kupci imaju moć da pregovaraju o povoljnijim uslovima za proizvode i usluge, profit preduzeća ima tendenciju pada. Na mnogim tržištima roba potrošači su fragmentirani tako da je koncentracija kupaca niska. Koncentracija kupaca i potrošačka moć je velika u privrednim granama koje služe maloj grupi potrošača velikog obima. Moć kupaca ima tendenciju da je mala u privrednim granama gde su troškovi prelaska na druge proizvode visoki - što je obično slučaj kada postoji povezanost sa specifičnim investicijama i problemima održavanja,

nesavršenost informacija koja dovodi do visokih troškova istraživanja za potrošače, ili malo bliskih substituta za proizvod. Državna regulativa, kao što su minimalne cene ili plafoniranje cena može takođe da deluje na sposobnost kupaca da obezbede povoljnije uslove.

4. Rivalitet u privrednoj grani – Održivost profita zavisi od prirode i intenziteta rivaliteta između konkurentskih preduzeća u privrednoj grani. Rivalitet ima tendenciju da je manje intenzivan (i stoga je održivost profita veća) u privrednim granama sa jakom koncentracijom, a to su one sa relativno malo preduzeća. Rivalitet je intenzivniji u privrednoj grani u kojoj postoji mala proizvodna diferencijacija i gde dominira cenovna konkurencija. Nesavršene informacije i vreme potrebno da se do potrebnih informacija za donošenje odluka dođe ima značajan uticaj na rivalitet između preduzeća.
5. Substituti i komplementarnost – Nivo održivosti profita takođe zavisi od cene i vrednosti međupovezanih proizvoda i usluga. Porterov originalni okvir sa pet faktora ističe da je postojanje bliskih substituta faktor koji erodira profitabilnost za šta je od presudnog značaja korišćenje analize elastičnosti i modela ponašanja potrošača.

Na održivost profita dejstvo navedenih faktora je međupovezano, a njihovo razumevanje ne može da zameni razumevanje ekonomskih principa koji stoje iza uspešnih poslovnih odluka.

## **2. ODRŽIVI RAZVOJ I DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE PREDUZEĆA**

Do pre tri decenije predmet rasprava nikada nije bilo pitanje šta je cilj poslovanja preduzeća. Do tada se nikada nije dovodilo u pitanje pravo vlasnika da maksimira profit i ostvari što veću tržišnu cenu akcija. Istovremeno finansijski pokazatelji poslovanja bili su i osnovni pokazatelji kojima se merila uspešnost privređivanja. Međutim, poslednje tri decenije preispituje se poslovna filozofija čije osnove je postavio davne 1776. godine Adam Smit u knjizi Bogatstva naroda. Model privređivanja i razvoja zasnovan isključivo na zadovoljavanju sebičnog interesa maksimiranja profita ubrzano je iscrpljivao resurse i zagađivao životnu sredinu.

### **2.1. Održivi razvoj**

Ekološke krize iz druge polovine 20 veka podstakle su na razmišljanja o načinima na koji se može u budućnosti prevazići problem s jedne strane potrebe za daljim privrednim rastom i razvojem, a sa druge strane potreba da se dalje ne narušava ravnoteža ekosistema, iscrpljuju prirodni resursi i zagađuje životna sredina. Na prvoj konferenciji Ujedinjenih nacija (UN) o životnoj sredini, koja je održana u Stokholmu 1972. godine, ukazano je na veoma loše stanje životne sredine i potrebu da se prati njen kvalitet i posledice njenog zagađivanja na ljudsko zdravlje, biljke i životinje, kao i trošenje prirodnih izvora. Generalna skupština UN na Konferenciji u Najrobiju, 1983. godine, usvojila je Rezoluciju kojom je pokrenuta inicijativa za formiranje Svetske komisije za okruženje i razvoj. Ova Komisija podnela je Izveštaj 1987. godine, koga je potpisao Gro Harlem Brundtland i koji je po njemu nazvan Brundtlandov izveštaj. U 1987. godini

Komisija UN za životnu sredinu i razvoj definisala je koncept održivog razvoja kao razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjih generacija bez da dovede u pitanje sposobnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe. Održivi razvoj uključuje dva suštinska koncepta: a) koncept potreba (sa akcentom na potrebe siromašnog sveta); i b) ideju da se ograniči primena tehnologije i uticaj društva na sposobnost okruženja da zadovolji sadašnje i buduće potrebe.

U 1992. godini na Konferenciji UN o zaštiti živote sredine i razvoju koja je održana u Rio de Žaneiru, na kojoj su bile prisutne bezmalo sve države sveta, usvojena su dokumenta čija aktuelnost, s obzirom da se problemi nisu rešavali, do danas nisu izgubili aktuelnost i to su konvencije o klimatskim promenama, biloškom devirzitetu i borbi protiv degradacije zemljišta i Deklaracija o životnoj sredini i razvoju - Rio deklaracija i Akcioni plan održivog razvoja za 21. vek. Akcioni plan održivog razvoja nazvan Agenda 21 je plan aktivnosti za primenu politika održivog razvoja na globalnom, nacionalnom i lokalnim nivoima, za organizacije UN, vlade država i glavnih grupa – stejkholdera.

Od tog vremena pod privrednim razvojem može se podrazumevati samo održivi razvoj koji uključuje tri komponente: ekonomsku, socijalnu i ekološku. Održivi razvoj usmeren je na tri cilja: privredni rast, uključenost svih socijalnih grupa i poštovanje ograničenja koja nameće Planeta Zemlja. Ideja je da se privredni rast ostvaruje uz izbor tehnologije, ponašanja i politika tako da se ne prekorače ograničenja Zemlje i svori kriza od klimatskih promena, gubitka biodiverziteta i kiselosti okeana i da takav razvoj treba da služi svim ljudima, odnosno da koristi od ekonomskog prosperiteta budu široko raspodeljene.

U 2012. godini održana je nova Konferencije UN o održivom razvoju u Rio de Žaneiru i simbolično je nazvana Rio+20. Na toj Konferenciji istaknuto je da problemi koji proističu iz kombinovanja privrednog rasta, socijalne uključenosti i ekološke održivosti nisu rešeni nego su produbljeni i da nije sprovedeno ono što je na prethodnoj konferenciji dogovoreno. U završnom dokumentu pod nazivom Budućnost koju želimo ponovljeno je nepodeljeno opredeljenje da se održivi razvoj zasniva na balansiranoj integraciji, ekonomske, socijalne i ekološke komponente održivog i istaknut značaj ozelenjavanja privrede odnosno utvrđeno da je zelena privreda instrument za realizaciju održivog razvoja.

U 2015. godini Generalna skupština UN usvojila je Rezoluciju pod nazivom Transformacija našeg sveta: Agenda za održivi razvoj 2030. godina sa 17 ciljeva održivog razvoja. U skladu sa ovom rezolucijom u narednih petanest godina preduzimaće se akcije i aktivnosti na realizaciji postavljenih ciljeva koji su iz oblasti od najvećeg značaja za čovečanstvo i zemlju i na taj način izvršiti transformacija na zelenu privredu.

Prema Programu UN za ekologiju (UNEP – United Nations Environment Program) zelena privreda može se definisati kao privreda koja rezultira u unapređenju ljudskog blagostanja i smanjenju nejednakosti u dužem vremenskom periodu, a da time istovremeno ne izlaže buduće generacije značajnim ekološkim rizicima i oskudnosti u resursima životne sredine. Zelenu privredu karakteriše veliko povećanje investicija u privredne sektore koji grade i unapređuju zemljin prirodni kapital ili umanjuju oskudnost

životne sredine i ekološke rizike. U ove sektore se uključuju: obnovljiva energija, transport sa malom emisijom štetnih gasova, energetski efikasno građevinarstvo, čiste tehnologije, unapređenje upravljanja otpadom, snabdevanja pijaćom vodom, održiva poljoprivreda i upravljanje šumom i održivo ribarstvo. Ove investicije su podržane reformama nacionalne politike i razvojem međunarodne politike i tržišne infrastrukture. UNEP ističe da je vreme da se izvrši tranzicija na zelenu privredu širom sveta od međunarodnog nivoa do lokalnih zajednica i na taj način ponudi moguća alternativa za neodrživo stanje status quo. Ključni cilj prelaska na zelenu privredu je da se omogući privredni rast i investiranje uz istovremeno poboljšanje kvaliteta životne sredine i veću uključenost celog društva.

Sistem prelaska na zeleniju privredu ima mnogo delova koji su u međusobnoj interakciji i uključuje različite aktere: potrošače, firme, gradove, državu. Oni svojim individualnim izborima, izabranim strategijama, načinom uređenja i razvoja, kreiranim politikama, mogu da doprinosu zelenijoj privredi i ostvarivanju ciljeva održivog razvoja.

Neodrživi obim i obrazac proizvodnje i potrošnje nameću potrebu da se nađe rešenje za uspostavljanje održivog trošenja resursa po čoveku. Iz tog razloga održivost postaje ključni prioritet ovog veka. Međutim, problem je što održivost, kako kaže Hofman: "nije samo definisanje i merenje korišćenja prirodnih resursa, energetskih zahteva i biodiverziteta. Održivost predstavlja izazov za našu kulturu i naše institucije. Prvo, izazov za naše vrednosti: Kako ćemo živeti naše živote? Redefinisanje nije lako i stvorice sukob vrednosti. Drugo, održivost uključuje redefinisane uloge preduzeća u društvu, ulogu države, ulogu organizovanja širokih socijalnih slojeva (grassroots movements), ulogu potrošača.

Kada su preduzeća u pitanju model održivog razvoja pretpostavlja promenu u načinu poslovanja i merenju uspešnosti privređivanja u smislu da se performanse izražavaju i mere i nefinansijskim pokazateljima. Nefinansijskim pokazateljima preduzeća bi trebala da obezbede informacije o društveno odgovornom upravljanju i poslovanju.

## **2.2. Društveno odgovorno poslovanje (DOP)**

Međunarodna organizacija za standarde lansirala je u 2010. godini međunarodni standard ISO 26000 – Smernice o društvenoj odgovornosti<sup>22</sup>. ISO 26000 nije standard sistema upravljanja i nije predviđen za sertifikaciju. On ima zadatak da promoviše značaj društvene odgovornost i pomogne svim vrstama organizacija i institucija da pruže svoj doprinos održivom razvoju. Ovaj standard praktično je rezultat konsenzusa da održivi razvoj nije samo pitanje od značaja za države i narode, nego i za preduzeća i sve druge vrste organizacija.

ISO 26000 definiše društvenu odgovornost polazeći od stava da se održivi razvoj tiče integracije ciljeva visokog kvaliteta života i napretka sa društvenom pravdom i održavanjem kapaciteta Zemlje da podrži život u svoj njegovoj različitosti. Prema ISO

---

<sup>22</sup> Institut za standardizaciju R Srbije, SRPS ISO 26000:2011, Sl. glasnik R Srbije 30/11

26000 društvena odgovornost je odgovornost organizacije za uticaje sopstvenih odluka i aktivnosti na društvo i životnu sredinu preko transparentnog i etičkog ponašanja što: 1. doprinosi održivom razvoju uključujući zdravlje i blagostanje društva, 2. uzima u obzir očekivanja stejkholdera, 3. u skladu je sa relevantnim zakonodavstvom i konzistentno je sa međunarodnim normama ponašanja 4. integrisano je širom organizacije i primenjuje se na sve odluke.

ISO 26000 je konačno strukturirao DOP time što je utvrdio smernice o principima, ključnim temama i pitanjima društvene odgovornosti i načinu kako da se društvena odgovornost integriše u organizacije. Namera je da pomogne organizacijama da doprinesu održivom razvoju.

On pruža jedinstvenu terminologiju za društvenu odgovornost i praktično upustvo za njegovu operacionalizaciju: razvija teme na koje se treba usmeriti, smernice za transformaciju principa u efektivno delovanje i najbolje prakse.

Društvena odgovornost zasniva se na sedam principa: 1. odgovornost za sopstveni uticaj na društvo i životnu sredinu; 2. transparentnost u donošenju odluka i aktivnostima koje utiču na društvo i životnu sredinu; 3. etičko ponašanje; 4. poštovanje interesa zainteresovanih strana, razmatranje istih i odgovaranje na njih; 5. poštovanje pravne države; 6. poštovanje međunarodnih normi ponašanja; 7. poštovanje ljudskih prava.

ISO 26000 utvrđuje sledeće ključne teme i pitanja društvene odgovornosti organizacije: 1. upravljanje organizacijom, 2. ljudska prava, 3. radna praksa, 4. životna sredina, 5. fer poslovnu praksu, 6. pitanja potrošača, 7. uključivanje zajednice u razvoj. Svaka od tema uključuje opseg prioriternih pitanja i praksi društvene odgovornosti. Mada su teme međupovezane i komplementarne organizacije mogu da preduzmu aktivnosti na različite načine. Takođe se ističe da je društvena odgovornost dinamička kategorija i da standard reflektuje evoluciju društvenih, ekonomskih i ekoloških tema, ali da je moguće da se u budućnosti pojave i neke druge.

Kada je u pitanju tema životne sredine ISO 26000 uključuje sledeća pitanja: zaštitu od zagađenja, održivu upotrebu resursa, ublažavanje klimatskih promena i prilagođavanje, zaštitu okruženja, biodiverziteta i obnovu prirodnih staništa. Ekološka odgovornost je preduslov za preživljavanje i prosperitet čovečanstva i zato je važan aspekt društvene odgovornosti. Standard postavlja navedena četiri pitanja kod teme životne sredine zato što organizacije svojim odlukama i aktivnostima mogu da vrše uticaj na životnu sredinu koji je u vezi sa upotrebom resursa, lokacijom, stvaranjem zagađenja i otpada i prirodnim staništem. Da bi smanjile ekološki uticaj organizacijama se preporučuje da usvoje integrisani pristup koji uzima u obzir pitanja direktnih i indirektnih ekonomskih, društvenih, zdravstvenih i ekoloških implikacija. Kada organizacije procenjuju ekološke performanse, kvantifikuju i izveštavaju o emisiji gasova sa efektom staklene bašte, životnom ciklusu, ekološkom obeležavanju preporuka je da koriste seriju standarda ISO 14000 koji su relevantni tehnički instrumenti za tu namenu.

Organizacija bi trebala da sledi sledeće ekološke principe: 1. princip ekološke odgovornosti; 2. princip predostrožnosti i opreznog pristupa; 3. princip upravljanja

ekološkim rizikom; 4. princip zagađivač plaća. Princip ekološke odgovornosti uključuje obavezu da unutar postavljenih granica organizacija unapredi i sopstvene ali i performanse ostalih u sferi njenog uticaja (Sfera uticaja organizacije je opseg u kome organizacija svojim odlukama može da deluje na odluke i aktivnost pojedinaca ili drugih organizacija). Princip predostrožnosti obavezuje organizaciju da kada razmatra troškovnu efikasnost treba da razmotri dugoročne troškove i koristi, a ne samo kratkoročne troškove po organizaciju. Princip upravljanja ekološkim rizikom podrazumeva da organizacija implementira program za procenu, izbegavanje, smanjenje i ublažavanje ekoloških rizika i uticaja od sopstvenih aktivnosti. Princip zagađivač plaća podrazumeva da organizacija internalizuje trošak zagađenja, a ako ga eksternalizuje treba da plati za napravljenu štetu.

Kod ekološkog upravljanja organizacija treba da proceni životni ciklus proizvoda, ekološki uticaj, stepen čistoće proizvodnje i eko efikasnosti te proceni potrebu za uvođenjem novih tehnologija ili procesa, smanjenjem materijala i upotrebe energije, upotrebom obnovljivih energija, racionalnijom upotrebom vode, eliminisanjem ili bezbednijim upravljanjem otrovnim i opasnim materijalima i otpadom, unapređenjem dizajna proizvoda i usluga. Da bi ekološko upravljanje moglo uspešno da se realizuje potrebno je učenje i jačanje svesti da se podrže ekološki napori unutar organizacije i njene sfere uticaja.

Generalno u implementaciji ISO 26000 organizacija treba da prvo prepozna svoju društvenu odgovornost u okviru sfere uticaja i identifikuje i uključi zainteresovane strane. Standard daje uputstva vezana za odnos između organizacije, njenih stejkholdera i društva, prepoznavanje ključnih tema i pitanja društvene odgovornosti i o sferi uticaja organizacije. Nakon toga organizacija treba da sledi uputstva o integraciji društvene odgovornosti u sopstvene odluke i aktivnosti koje uključuje prakse: kako društvenu odgovornost učiniti sastavnim delom politike, strategije, poslovanja, organizacione kulture, kako izgraditi unutrašnje kompetencije za društvenu odgovornost, komunicirati o društvenoj odgovornosti unutar organizacije i van nje i preispitivati preduzete akcije i uspostavljene prakse.

Na osnovu uspešne integracije i implementacije društvene odgovornosti, organizacija može ostvariti sledeće koristi:

- donošenje odluka na bazi veće informisanosti i boljem razumevanju očekivanja društva, što uključuje bolje upravljanje pravnim rizikom i rizikom da se ne bude društveno odgovoran;
- unapređenje upravljanja svim rizicima kojima je organizacija izložena;
- unapređenje ugleda i jačanja poverenja javnosti;
- podrška za dobijanje licenci za rad;
- unapređenje inovacija;
- unapređenje konkurentnosti organizacije i partnerskog statusa kao i dostupnosti finansijskim sredstvima;
- unapređenje postojećih odnosa sa zainteresovanim stranama i izgleda za nove kontakte;
- jačanje lojalnosti, morala i uključenosti zaposlenih;
- poboljšanje zdravlja i bezbednosti na radu;
- jačanje sposobnosti organizacije da zaposli, motiviše i zadrži zaposlene;

- povećá produktivnost i efikasnost, a smanji potrošnju energije i vode, rasipanje i otpad;
- poboljša pouzdanost i pravičnost transakcija preko odgovorne političke uključenosti, fer konkurencije i odsustva korupcije;
- spreči ili smanji potencijalne konflikte sa kupcima oko proizvoda i usluga.

R Srbija je učestvovala u izradi i usvajanju standard ISO 26000 i društveno odgovorno poslovanje u R Srbiji definisala u Strategiji razvoja i promocije DOP za period 2010-2015. Privredna komora R Srbije od 2007. godine, svake druge godine dodeljuje nagradu za društveno najodgovornija preduzeća. U 2014. godini ovu nagradu dobili su Telekom Srbija u kategoriji velikih i srednjih preduzeća i KOSMOS d.o.o. u kategoriji malih i mikro preduzeća.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> <http://www.pks.rs/Vesti.aspx?IDVestiDogadjaji=17009> 1. 10.2016