

# Izveštaj

**Istraživanje 1000 preduzeća u Srbiji za  
2022/ 2023. godinu**

**Januar 2024.**

Kontakt:

**ANA ANTIĆ**, [ana.antic@ipsos.com](mailto:ana.antic@ipsos.com)

Ipsos

**Gavrila Principa 8, 11000 Beograd, Srbija**

© 2024 Ipsos

# SADRŽAJ

<b>SADRŽAJ</b> .....	<b>2</b>
<b>I. UVOD</b> .....	<b>4</b>
<b>II. METODOLOGIJA</b> .....	<b>5</b>
<b>III. LIČNA KARTA PRIVREDE U SRBIJI</b> .....	<b>8</b>
<b>STRUKTURA TRŽIŠNOG PLASMANA</b> .....	<b>9</b>
<b>IV. OČEKIVANJA OD BUDUĆEG POSLOVANJA</b> .....	<b>13</b>
<b>V. REGULATORNO OKRUŽENJE</b> .....	<b>19</b>
<b>VI. KONKURENTNOST PREDUZEĆA</b> .....	<b>24</b>
<b>VII. FINANSIRANJE POSLOVANJA</b> .....	<b>26</b>
<b>VIII. TRGOVINSKA POTRAŽIVANJA I UPRAVLJANJE NJIMA</b> .....	<b>40</b>
<b>IX. ALTERNATIVNI IZVORI FINANSIRANJA</b> .....	<b>44</b>
<b>FINANSIRANJE PUTEM KAPITALA</b> .....	<b>44</b>
<b>NOVA TEHNOLOŠKA REŠENJA</b> .....	<b>45</b>
<b>X. ELEKTRONSKA TRGOVINA (E-TRGOVINA)</b> .....	<b>47</b>
<b>UTICAJ I ZNAČAJ PRISUSTVA NA INTERNETU</b> .....	<b>52</b>
<b>XI. ISKUSTVO SA NOVIM TEHNOLOGIJAMA</b> .....	<b>56</b>
<b>XII. ZAKLJUČNA PITANJA I EFEKTI</b> .....	<b>62</b>

*NAPOMENA: Ova analiza je nastala u okviru projekta „EU4BE – EU za bolje poslovno okruženje”, koji sprovodi Svetska banka, u saradnji sa Republičkim sekretarijatom za javne politike, Ministarstvom privrede, Ministarstvom za evropske integracije, i drugim ministarstvima i organima državne uprave Republike Srbije, a uz podršku Evropske unije. Stavovi u ovoj analizi pripadaju isključivo autorima i autorkama, i ne predstavljaju nužno stavove Svetske banke, partnera na ovom programu i Evropske unije.*



## I. UVOD

Osnovni cilj projekta Svetske banke i Delegacije Evropske unije u Srbiji „EU za bolje poslovno okruženje – EU4BE“ je poboljšanje konkurentnosti srpske privrede i privatnog sektora kroz:

1. Kreiranje i implementaciju adekvatnih politika i modifikaciju postojećeg regulatornog okvira
2. Pomaganje privredi, naročito mikro, malim i srednjim preduzećima i preduzetnicima, da bolje razumeju okruženje u kome posluju, da donose relevantne odluke i prilagode svoje poslovanje aktuelnim indikatorima rasta

Brojne regulatorne barijere i komplikovane procedure mogu ograničiti ulazak novih firmi na tržište, ulaganja i otvaranje novih radnih mesta. Optimalno regulatorno okruženje trebalo bi da bude jednostavnije, transparentnije i doslednije od postojećeg, sa jednakim uslovima za sve firme. Ovo je posebno važno za mikro, mala i srednja preduzeća (MMSP) i preduzetnike koji su najbrojniji privredni subjekti u Srbiji i imaju vitalnu ulogu u ekonomskom razvoju zemlje. MMSP značajno doprinose zapošljavanju, inovacijama i privrednom rastu i ostvaruju značajan iznos prihoda.

Tokom 2023. godine, u okviru projekta „EU za bolje poslovno okruženje – EU4BE“, sprovedeno je istraživanje koje se fokusira upravo na mikro, mala i srednja preduzeća i preduzetnike, a sa ciljem sticanja uvida u probleme sa kojima se suočavaju, uključujući ne samo regulatorna opterećenja, već i ograničen pristup tržištu i finansijama.

Uzorak i upitnik za Istraživanje 1000 preduzeća u Srbiji za 2022. godinu osmišljeni su tako da daju rezultate koji su delimično uporedivi sa USAID istraživanjem u okviru projekta Saradnja za ekonomski razvoj, sprovedenim u periodu od 2018. do 2021. godine i USAID Projektom za bolje uslove poslovanja (BEP - Business Enabling Project), godišnjim poslovnim istraživanjem, koje je sprovedeno od 2011. do 2017. godine.

U okviru istraživanja 2023. godine, urađeno je 1047 intervjua. Uzorak je stratifikovan prema privrednim delatnostima, regionu, veličini i pravnoj formi privrednih subjekata, a uključio je mikro, mala i srednja preduzeća i preduzetnike (koji predaju završni račun) sa najmanje troje zaposlenih.

## II. METODOLOGIJA

Istraživanje je sprovedeno u periodu od 12. oktobra do 27. novembra 2023. godine.

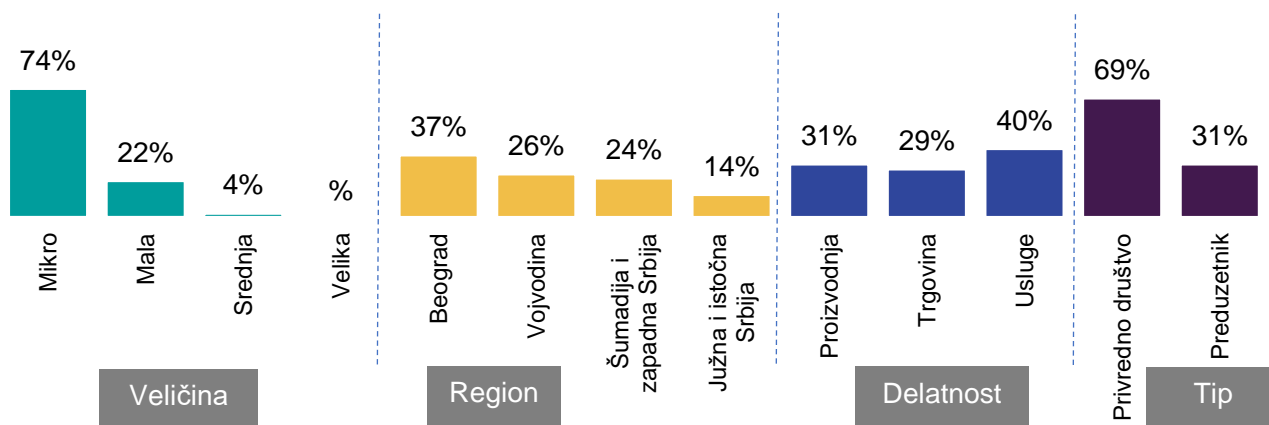
Predstavnici kompanija i poslovnih entiteta intervjuisani su metodom „licem u lice“. Prosečno trajanje intervjua bilo je 35 minuta. Intervjui su vođeni sa ljudima koji zauzimaju najviše položaje u kompaniji: vlasnicima, izvršnim direktorima ili finansijskim direktorima.

Za potrebe ovog istraživanja je konstruisan uzorak pravnih lica koji omogućava poređenje rezultata sa navedenim prethodno sprovedenim istraživanjima, a koji istovremeno tačno odražava trenutni poslovni pejzaž Srbije u smislu veličine preduzeća, delatnosti i regiona (Grafikon 2.1). Svi privatni aktivni poslovni subjekti (preduzeća i preduzetnici koji predaju završni račun) koji trenutno posluju u Srbiji i imaju tri ili više zaposlenih su definisani kao ciljna populacija. Uzorak je napravljen korišćenjem spiska svih poslovnih subjekata registrovanih u Agenciji za privredne registre Srbije (2022). Veličina uzorka je 1047 preduzeća i preduzetnika.

### Grafikon 2.1. Struktura uzorka (ponderisani podaci)

*Pitanja: Veličina? Sedište preduzeća? Delatnost? Da li ste registrovani kao privredno društvo ili kao preduzetnik?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



Instrument istraživanja je razvijen na osnovu upitnika korišćenih u pomenutim prethodnim istraživanjima, uz revizije i nova pitanja kreirana od strane Svetske banke i istraživačkog tima.

## ISTRAŽIVANJE 1000 PREDUZEĆA U SRBIJI ZA 2022. GODINU

Detaljna metodologija istraživanja je prikazana u tabeli koja sledi.

<i>Metod prikupljanja podataka</i>	Anketa licem-u-lice u prostorijama preduzeća
<i>Populacija</i>	Privatna preduzeća i preduzetnici (koji predaju završni račun) u Srbiji sa troje ili više zaposlenih
<i>Uzorački okvir</i>	<p>Spisak svih poslovnih subjekata (preduzeća i preduzetnika koji predaju završni račun) u Srbiji koji su registrovani u Agenciji za privredne registre (2022)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 108.157 aktivnih preduzeća</li><li>• 112.823 aktivnih preduzetnika</li></ul> <p>Veličina uzoračkog okvira:</p> <p>58.110 aktivnih poslovnih subjekata sa 3 ili više zaposlenih ukupno:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 39.541 aktivnih preduzeća</li><li>• 18.569 aktivnih preduzetnika</li></ul> <p>Informacije iz uzoračkog okvira: ime preduzeća, broj telefona, opština, region, privredna delatnost (NACE četvorocifrena klasifikacija), broj zaposlenih, finansijski podaci iz završnog računa, pravni status</p>
<i>Tip uzorka</i>	<p>Reprezentativni, jednoetapni stratifikovani uzorak</p> <p>Stratifikacija se vrši po:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Regionima (Beograd, Vojvodina, Šumadija i Zapadna Srbija, Južna i Istočna Srbija)</li><li>• Privrednoj delatnosti poslovnih subjekata (Proizvodnja; Trgovina; Usluge)</li><li>• Veličini prema zakonu o računovodstvu (Mikro, Male, Srednje i Velike)</li></ul>
<i>Procedura izbora</i>	SRSWR (Prosti slučajni uzorak sa zamenom) u okviru stratuma
<i>Izbor ispitanika</i>	U svakom izabranom poslovnom subjektu anketirani su vlasnici ili direktori datih poslovnih subjekata.
<i>Poststratifikacija</i>	Vršena po: regionu, privrednoj delatnosti i veličini poslovnog subjekta
<i>Veličina uzorka</i>	<p>1047 poslovnih subjekata:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 718 preduzeća</li><li>• 329 preduzetnika</li></ul>
<i>Uzoračka greška</i>	Margina greške n=1047 +/- 3.3%
<i>Teren</i>	12. oktobar – 27. novembar 2023.

Valja istaći da je u periodu između 2019. i 2022. došlo do povećanja broja preduzetnika u ukupnoj populaciji privrednih subjekata koji imaju najmanje troje zaposlenih i predaju završni račun, što se posledično odražava i na uzorak istraživanja. Ovu promenu treba imati na umu pri tumačenju pojedinih nalaza, naročito u kontekstu poređenja sa prethodnim istraživanjima.





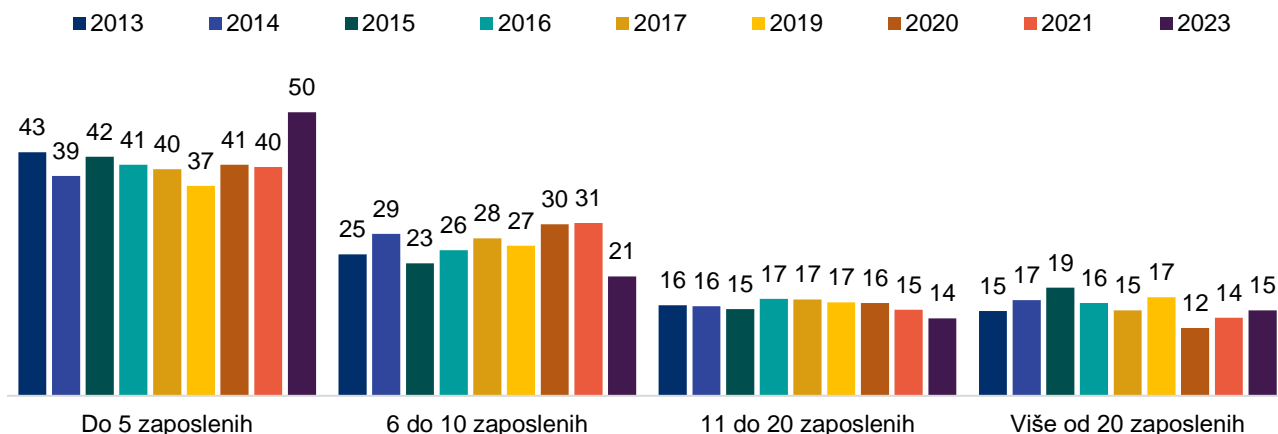
### III. Lična karta privrede u Srbiji

**Sedam od deset firmi ima do 10 zaposlenih (71%),** dok s druge strane, svega 15% navodi da zapošljava preko 20 ljudi. U odnosu na prethodna istraživanja, značajno više firmi zapošljava do pet radnika.

**Grafikon 3.1. Prosečan broj zaposlenih u preduzećima u Srbiji**

*Pitanja: Koliko ukupno u Vašem preduzeću ima zaposlenih? Podaci su prikazani u %.*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

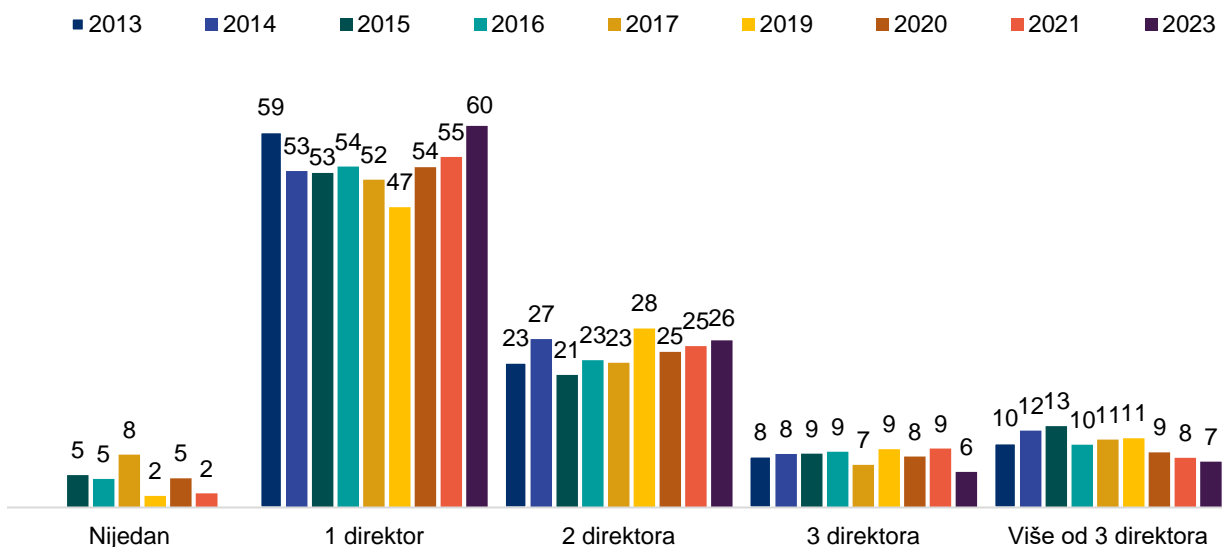


**Tri petine firmi u Srbiji ima samo jednog menadžera ili rukovodioca (60%),** dok svaka četvrta ima dva menadžera (26%). S druge strane, 13% prijavljuje da ima tri ili više menadžera. Slično kao i u prethodnim talasima, udeo firmi koje imaju samo jednog menadžera najveći je među mikro firmama (75%).

**Grafikon 3.2. Prosečan broj rukovodilaca po firmi**

*Pitanja: Koliko ukupno u Vašem preduzeću ima menadžera/rukovodilaca? Podaci su prikazani u %.*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

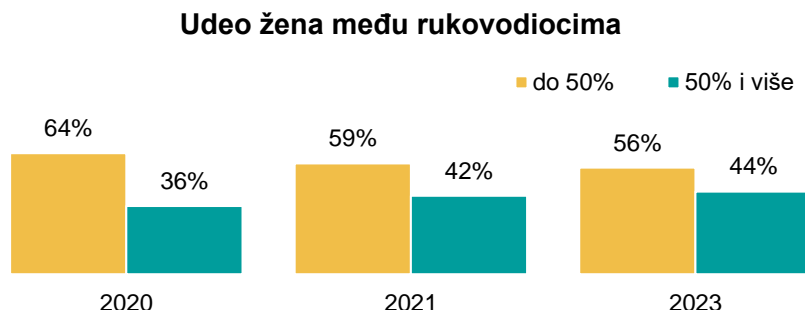


Nastavlja se **trend rasta** u udelu **žena menadžera**, pa sada **44% firmi** ističe da žene čine većinu menadžmenta.

### Grafikon 3.3. Udeo žena na rukovodećim pozicijama u preduzećima u Srbiji

*Pitanja: A koliko među menadžerima/rukovodiocima ima žena?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



### Struktura tržišnog plasmana

Najveći deo robe i usluga koje firme u Srbiji plasiraju na tržište se prodaje **u gradu gde je sedište firme (75%)**.

**Jedna od pet firmi se bavi izvozom (19%)**. Međutim, samo 7% ukupne prodaje ostvaruje se na inostranim tržištima. Izvozom se više od proseka bave kompanije u proizvodnoj delatnosti, kao i one koje su prisutne na internetu, koriste eksterne izvore finansiranja i razmišljaju o daljim ulaganjima u svoje poslovanje. **Izvoz je u direktnoj vezi sa veličinom firme**. Mikro firme su više od ostalih orijentisane na domaće, odnosno tržište Srbije i izvoze samo 6% svojih proizvoda, dok srednja i velika preduzeća izvoze preko 20% svojih proizvoda i usluga.

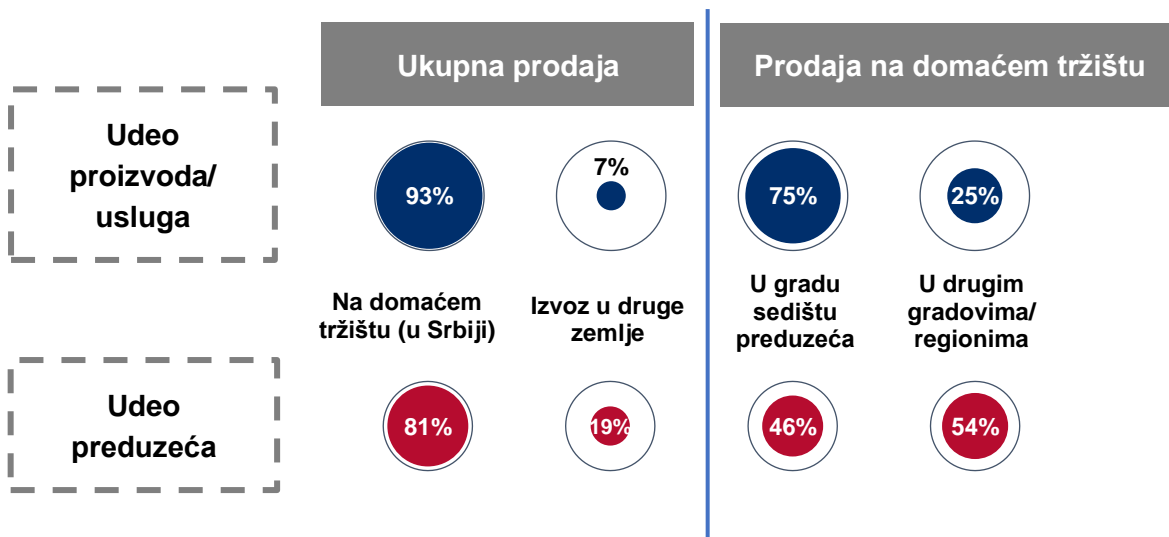
Sličan trend je primetan i kada je reč o **domaćem tržištu**. Naime, mikro firme u većoj meri od drugih robu i usluge plasiraju u neposrednom okruženju, odnosno u gradu u kome je sedište firme (79%). **Što je firma veća, to je spremnija da svoje proizvode prodaje i u drugim delovima zemlje**, te tako srednje kompanije prodaju 41% svojih proizvoda van grada-sedišta firme.

### Grafikon 3.4. Struktura tržišta

*Pitanja:* Koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022. godine prodavali na domaćem tržištu (na teritoriji Srbije), a koliko izvozili u druge zemlje?

Kada je reč o domaćem tržištu, odnosno o teritoriji Srbije, koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022 godine prodavali u gradu/mestu u kome se nalazi Vaša kompanija, a koliko u drugim mestima/regionima?

*Baza:* Ukupna ciljna populacija

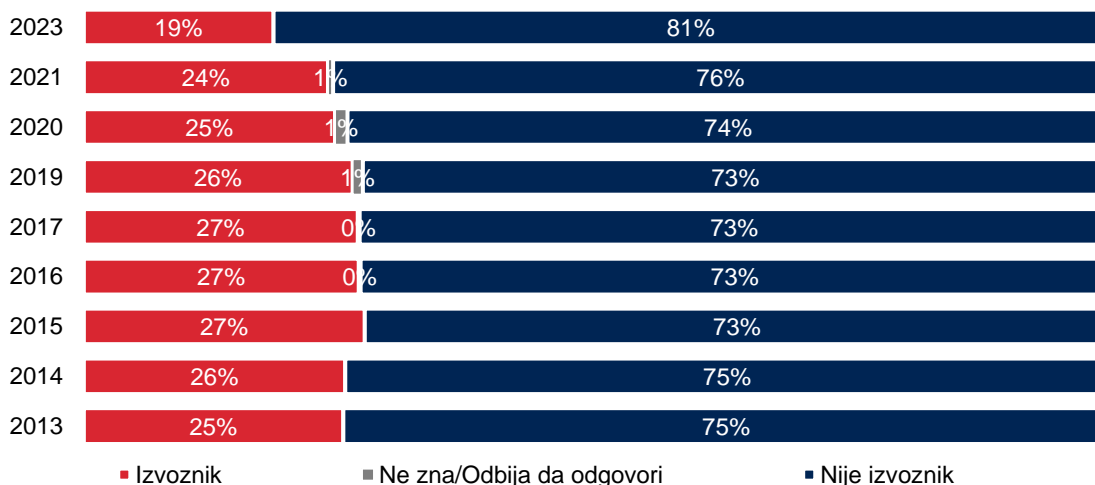


U odnosu na prethodne godine, podaci ukazuju na **pad broja firmi** koje se bave **izvozom**. Međutim, važno je podsetiti da je u ukupnoj populaciji ciljanih privrednih subjekata došlo do značajnog povećanja broja preduzetnika koji su većinski fokusirani na domaće tržište.

### Grafikon 3.5. Izvozna aktivnost u odnosu na prethodne godine

*Pitanja:* Koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022. godine prodavali na domaćem tržištu (na teritoriji Srbije), a koliko izvozili u druge zemlje?

*Baza:* Ukupna ciljna populacija



Gledajući ukupnu izvoznu aktivnost, srpske firme i dalje **najviše izvoze na tržišta Zapadnog Balkana** iako se beleži **blagi pad** izvoza u susedne zemlje u odnosu na 2021. godinu. Za razliku

od prethodnih istraživanja, sada se **tržišta EU i Rusije posmatraju odvojeno**, ali se uslovnim poređenjem može zaključiti da je zbirna izvozna aktivnost ka ovim zemljama **porasla**. Takođe, zabeležen je i **veći plasman na tržište sedišta firme, a manji u druge gradove**, što je ponovo posledica većeg udela preduzetnika koji su u 86% slučajeva fokusirani na tržište grada u kome su registrovani.

**Tabela 3.1. Plasman proizvoda na različita tržišta (kroz talase)**

*Pitanja: Koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022. godine prodavali na domaćem tržištu (na teritoriji Srbije), a koliko izvezili u druge zemlje?*

*Kada je reč o domaćem tržištu, odnosno o teritoriji Srbije, koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022 godine prodavali u gradu/mestu u kome se nalazi Vaša kompanija, a koliko u drugim mestima/regionima?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

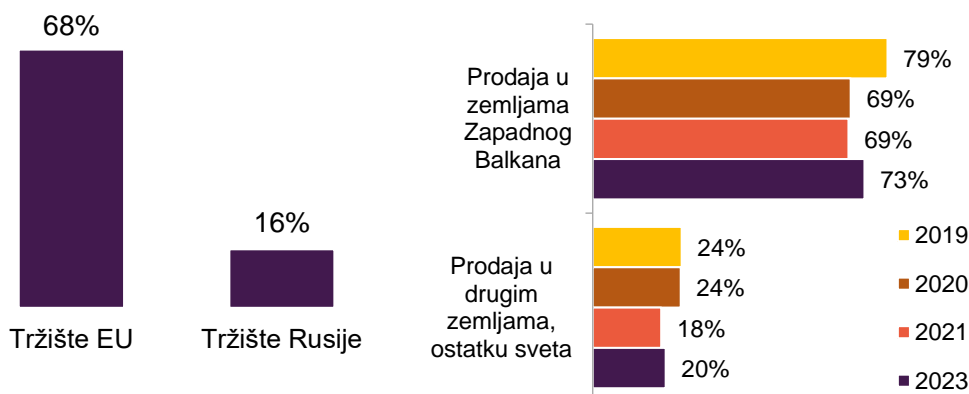
Prodaja u %	2013	2014	2015	2016	2017	2019	2020	2021	2023
<b>Domaće tržište (teritorija Srbije)</b>	93%	92%	91%	91%	91%	90%	90%	92%	<b>93%</b>
<b>Izvoz</b>	7%	8%	9%	9%	9%	10%	10%	8%	<b>7%</b>
<b>Sedište firme</b>	70%	67%	69%	68%	70%	68%	67%	69%	<b>75%</b>
<b>Drugi gradovi/regioni</b>	30%	33%	31%	32%	30%	32%	33%	31%	<b>25%</b>
<b>Bivše jugoslovenske zemlje / zemlje Zapadnog Balkana</b>	-	-	-	-	-	52%	46%	54%	<b>49%</b>
<b>Tržište EU i Rusije</b>	-	-	-	-	-	40%	45%	38%	-
<b>Tržište EU</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	<b>41%</b>
<b>Tržište Rusije</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	<b>4%</b>
<b>Druge zemlje / ostatak sveta</b>	-	-	-	-	-	8%	9%	8%	<b>6%</b>

Tri četvrtine srpskih izvoznika je prisutno na **tržištima Zapadnog Balkana**, dve trećine izvozi robu i usluge u **Evrosppku uniju**, a **16%** u **Rusiju**.

**Grafikon 3.6. Prisustvo izvoznika na različitim tržištima**

*Pitanja: Kada je reč o izvozu u druge zemlje, koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022. godine prodavali u zemljama Zapadnog Balkana, a koliko u ostalim zemljama (EU, Rusija, itd.)?*

*Baza: Oni koji izvoze proizvode u druge zemlje (n=193)*



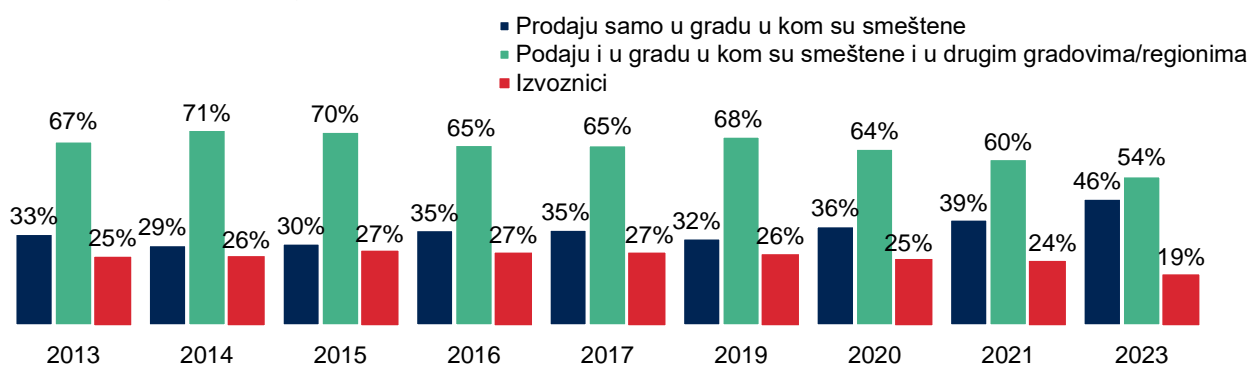
*\* Pre 2023. godine, odgovor „Ekonomije Zapadnog Balkana“ glasio je „Zemlje bivše Jugoslavije (bez Slovenije i Hrvatske)“.*

Posmatrajući ukupnu ciljnu populaciju, **46% firmi posluje isključivo u gradu u kome im je sedište**. Posledično, u odnosu na prethodne talase smanjen je broj onih koji su pored lokalnog okrenuti i tržištima u drugim gradovima i regionima (54%). Među onima koji se oslanjaju **mahom na lokalno tržište**, ističu se mikro firme (78% prodaje obavljaju u mestu u kome su registrovane), zatim one koji u poslovanju koriste pretežno sopstvena sredstva (81%), nemaju potrebu za investicijama (81%), ne planiraju proširenje poslovanja (80%), nemaju veb sajt (80%), ne bave se internet prodajom (76%) i aktivne su u sektoru usluga (82%) i trgovine (79%).

### Grafikon 3.7. Struktura privrednih aktera prema tržišnom plasmanu kroz talase (procenat firmi)

*Pitanja: Kada je reč o domaćem tržištu, odnosno o teritoriji Srbije, koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022 godine prodavali u gradu/mestu u kome se nalazi Vaša kompanija, a koliko u drugim mestima/regionima?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



**Prema vrstama proizvoda/usluga koje primarno plasiraju na tržište**, kao i u prethodnom talasu, **najviše je onih firmi koje se bave trgovinom raznovrsnim neprehrambenim proizvodima** (17%), stručnim i profesionalnim uslugama (15%), kao i različitim industrijskim proizvodima (11%).

### Grafikon 3.9. Vrsta proizvoda/usluge koju firme plasiraju

*Pitanja: Koju vrstu proizvoda/usluga vaša firma primarno plasira tržištu?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



## IV. Očekivanja od budućeg poslovanja

Iako je, generalno gledano, najveći broj privrednika zadržao **isti obim poslovanja** kao u 2021. godini, zabeležene su određene **pozitivne promene**. Naročito **ohrabruju** nalazi koji se odnose na **ukupan prihod i profit** ostvaren u 2022. godini jer je broj firmi koje beleže **rast** u ova dva segmenta (36%, odnosno 34%) **dostigao nivo iz 2019. godine**, dakle pre krize izazvane pandemijom virusa COVID-19.

U pogledu ostalih aspekata, ističe se značajno **povećanje broja privrednika** koji navode da je **potražnja** za njihovim proizvodima tokom 2022. godine **porasla**. Tri četvrtine ih je zadržalo isti broj zaposlenih, ali je prisutan **trend rasta** u pogledu **zapošljavanja novih radnika** iako je to još uvek manje nego u godini pre krize.

**Unapređenje poslovanja** češće od ostalih prijavljuju firme koje **imaju razvijen investicioni plan, koriste eksterne izvore finansiranja, veruju u dalji razvoj svog biznisa** i čije je sedište u **Beogradu**.

S obzirom na to da je fokus ovog projekta na manjim tržišnim igračima, posebno treba istaći da predstavnici **malih preduzeća u većoj meri od drugih** ističu **porast ukupnih prihoda, dobiti i potražnje**. Zanimljivo je, međutim, da **češće od proseka navode smanjenje broja zaposlenih**.

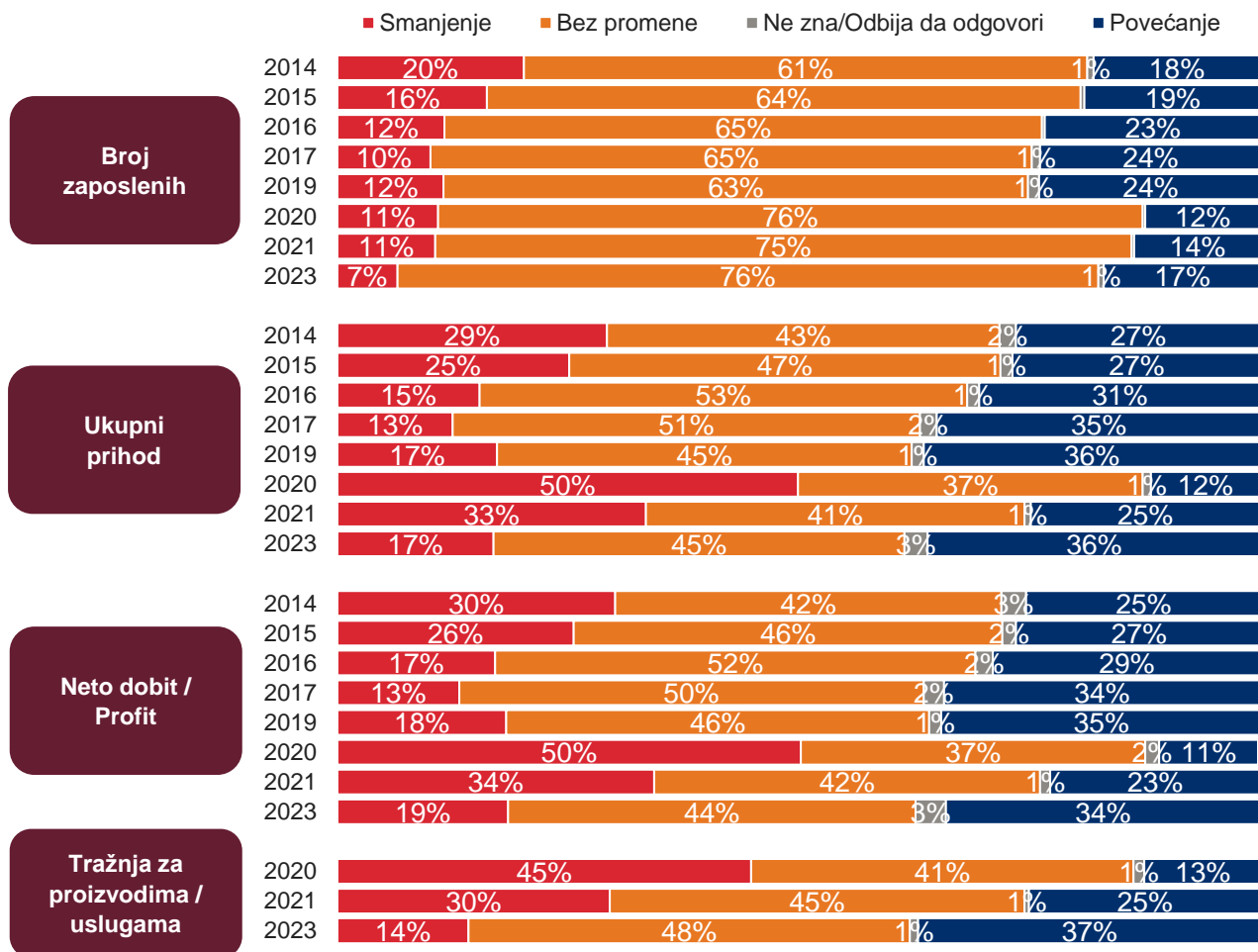
Čini se da **internet prodaja** dobija na značaju jer privrednici koji je imaju **češće od ostalih** navode **rast potražnje**, a shodno tome i **porast profita**.

### **Grafikon 4.1. Percepcija promene različitih aspekata poslovanja u odnosu na prethodnu godinu (poređenje talasa)**

*Pitanje: Sada ću Vam postaviti nekoliko pitanja o promenama u poređenju sa istim periodom prošle godine. Da li biste rekli da su se sledeći aspekti poslovanja smanjili, povećali ili ostali isti?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

## ISTRAŽIVANJE 1000 PREDUZEĆA U SRBIJI ZA 2022. GODINU



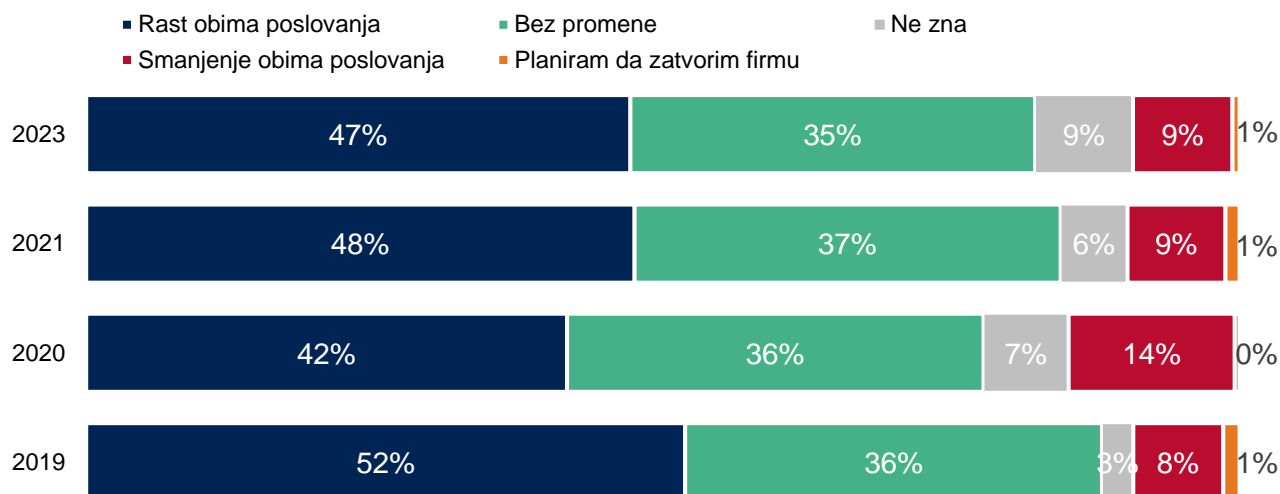
Što se tiče očekivanja u pogledu budućeg poslovanja, primetna je **konzistentnost sa prethodnom godinom** u predviđanju da li će se obim aktivnosti povećati ili smanjiti. Generalno, privrednici su prilično **optimistični**, te oko polovine **predviđa rast poslovne aktivnosti u narednom periodu, što je pet puta više od onih koji očekuju pad.**

**Pozitivne promene** u poslovanju posebno očekuju **oni koji su ih već iskusili u prethodnoj godini** – **mala preduzeća**, izvoznici, oni koji planiraju dodatna ulaganja, oslanjaju se i na eksterno finansiranje, spremniji su za bankarske pozajmice i prisutni na internetu. S druge strane, pad u većoj meri od proseka očekuju firme u sektoru trgovine.

**Grafikon 4.2. Očekivanja u pogledu obima poslovanja u narednoj godini (poređenje talasa)**

*Pitanje: Kako vidite Vaše poslovanje u narednih godinu dana, u odnosu na danas?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

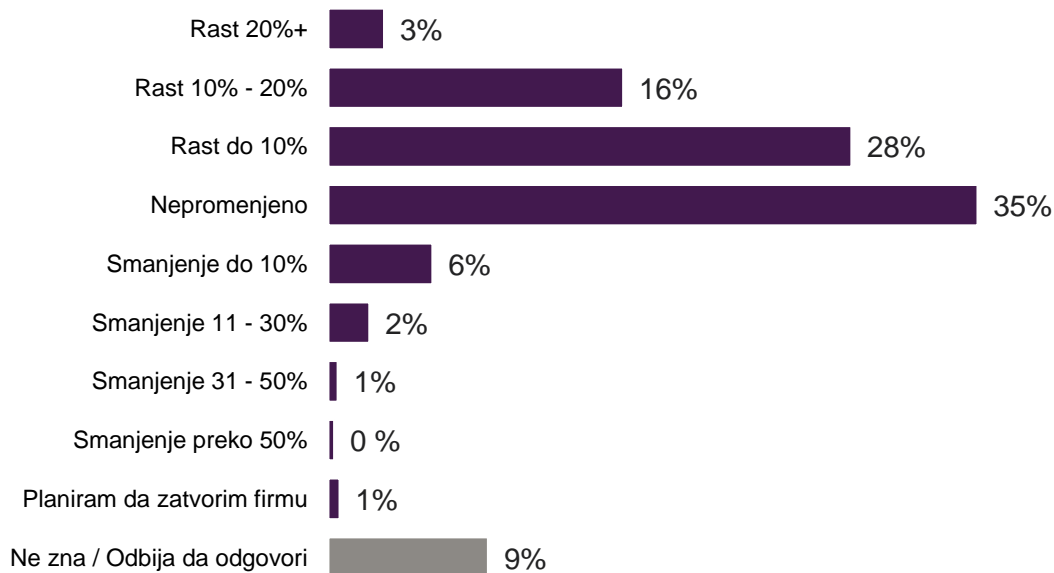


Oni koji očekuju **rast** u narednoj godini, najčešće predviđaju **povećanje do 10%**. Oko trećine firmi veruje da neće biti promena u obimu poslovanja.

**Grafikon 4.3. Procena obima rasta u narednoj godini**

*Pitanje: Kako vidite Vaše poslovanje u narednih godinu dana, u odnosu na danas?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



Kompanije imaju **slična očekivanja** kao i 2021. godine u vezi sa **gotovo svim aspektima** svog poslovanja, s tim što se **nastavlja rastući trend** u pogledu **obima i raznovrsnosti ponude** (25% u 2020, 27% u 2021, 32% u 2023).

**Skoro polovina firmi** predviđa **rast neto dobiti, ukupnog prihoda i potražnje**, a **opreznije** su u pogledu **povećanja broja zaposlenih**, pa **četrvtina** očekuje da će u narednih godinu dana doći do toga.

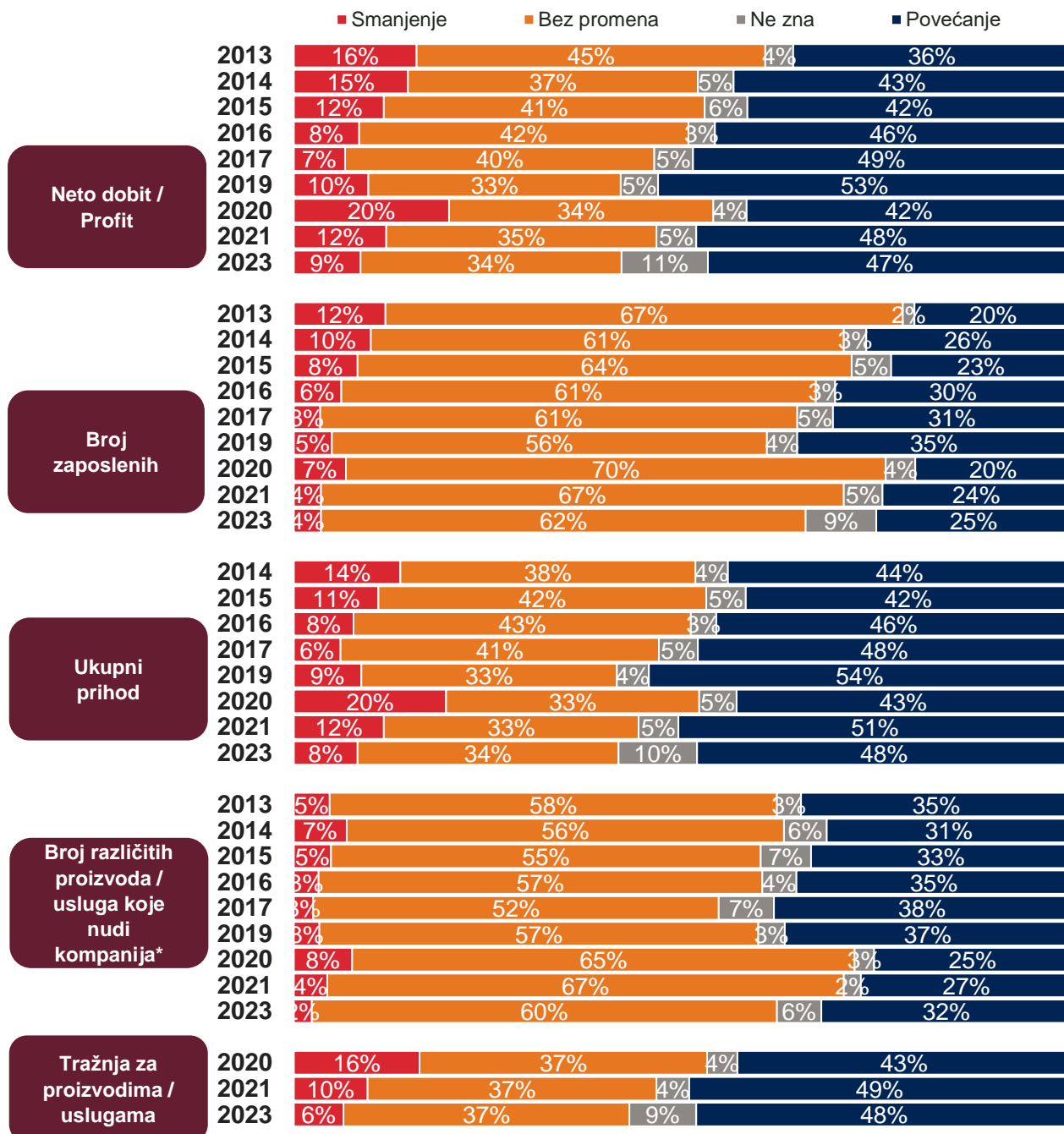


Ponovo su **mala preduzeća**, uz ostale pomenute kategorije, optimističnija u pogledu svih aspekata svog poslovanja.

**Grafikon 4.4. Očekivane promene u različitim aspektima poslovanja u narednoj godini (poređenje talasa)**

*Pitanje:* A sada ću Vam postaviti nekoliko dodatnih pitanja o Vašim očekivanjima u narednih 12 meseci kada su u pitanju određeni aspekti poslovanja, a Vi treba da mi kažete da li u tom pogledu očekujete smanjenje, povećanje ili ne očekujete nikakvu promenu. Kakva su Vaša očekivanja za narednih 12 meseci kada je u pitanju...

*Baza:* Oni koji ne planiraju zatvaranje firme (n=1040)



\*formulacija pre 2021. godine glasila je "Uvođenje novih proizvoda / usluga"

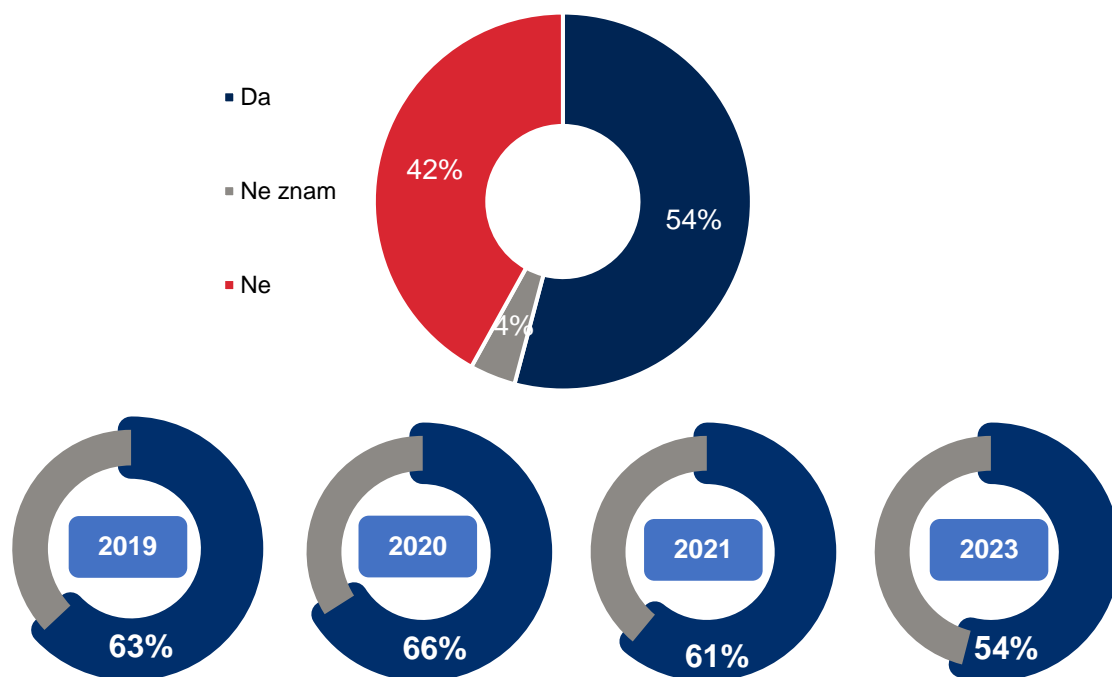
**Više od polovine** firmi ističe **potrebu za investicijama**, mala i srednja preduzeća **češće** nego ostali. **Preduzetnici** i oni koji nisu imali iskustva sa **bankarskim pozajmicama** u prethodnom periodu **češće** od proseka zauzimaju **suprotan stav**.

Broj privrednika spremnih za dalja ulaganja je nešto manji nego ranijih godina, što se ponovo može dovesti u vezu s povećanjem broja preduzetnika.

### Grafikon 4.5. Potreba za investicionim ulaganjima

*Pitanje: Da li danas imate potrebu da uložite u Vaše preduzeće?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



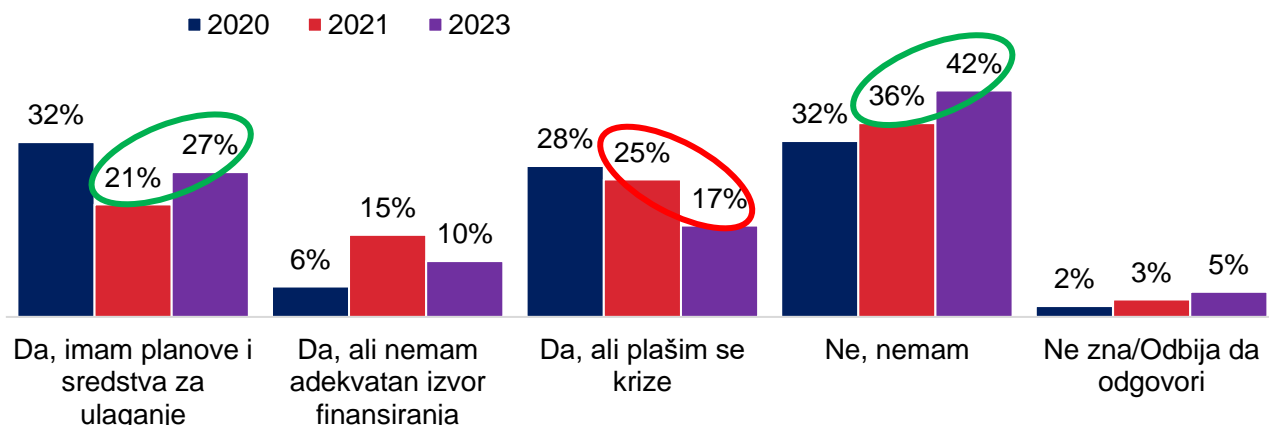
**Oko četvrtine privrednika** već ima **investicione planove i obezbeđena sredstva (27%)**, što je **povećanje** u odnosu na 2021. godinu (21%). Takođe, u poređenju sa prethodnim talasom, **manje preduzeća** okleva da investira zbog **straha od krize** (17% prema 25%).

Mala i srednja preduzeća, kao i izvoznici, optimisti u pogledu rasta poslovanja i oni koji se bave internet prodajom, češće od ostalih navode da već imaju razrađene investicione planove i sredstva za njihovu realizaciju. Preduzeća koja se bave proizvodnjom u većoj meri od drugih nailaze na probleme u obezbeđivanju sredstava za ulaganje.

**Grafikon 4.6. Potreba za investicionim ulaganjima (poređenje talasa)**

*Pitanje: Da li danas imate potrebu da uložite u Vaše preduzeće?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



*\*Prvi odgovor u 2020. godini glasilo je „Da, imam planove za investicije“*

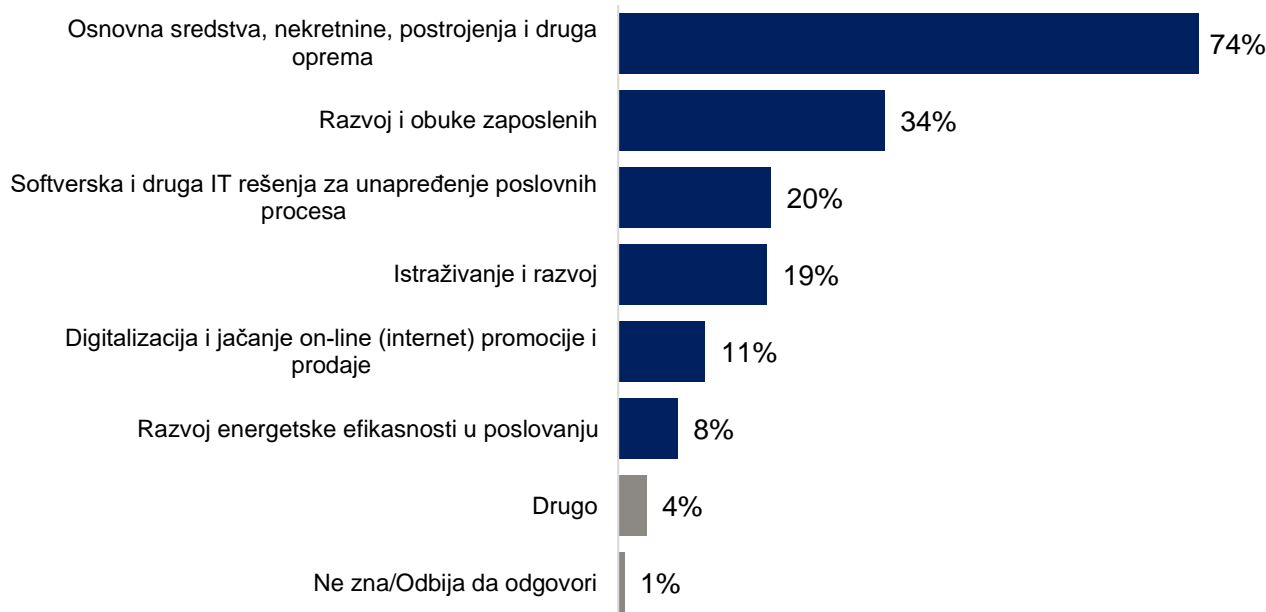
Većina kompanija sa aktuelnim investicionim potrebama planira da investira u **osnovna sredstva kao što su nekretnine, objekti i druga oprema (74%)**. Pored toga, **jedna trećina** namerava da investira u **ljudske resurse**.

Srednja preduzeća, ona koja se bave internet prodajom i ona sa sedištem u Beogradu, u većem broju u odnosu na druge planiraju investicije u razvoj softverskih rešenja, dok **mala preduzeća češće** od drugih planiraju **ulaganja u zaposlene**.

**Grafikon 4.7. Aspekti poslovanja na koje su usmerena investiciona ulaganja**

*Pitanje: U šta biste uložili?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



## V. Regulatorno okruženje

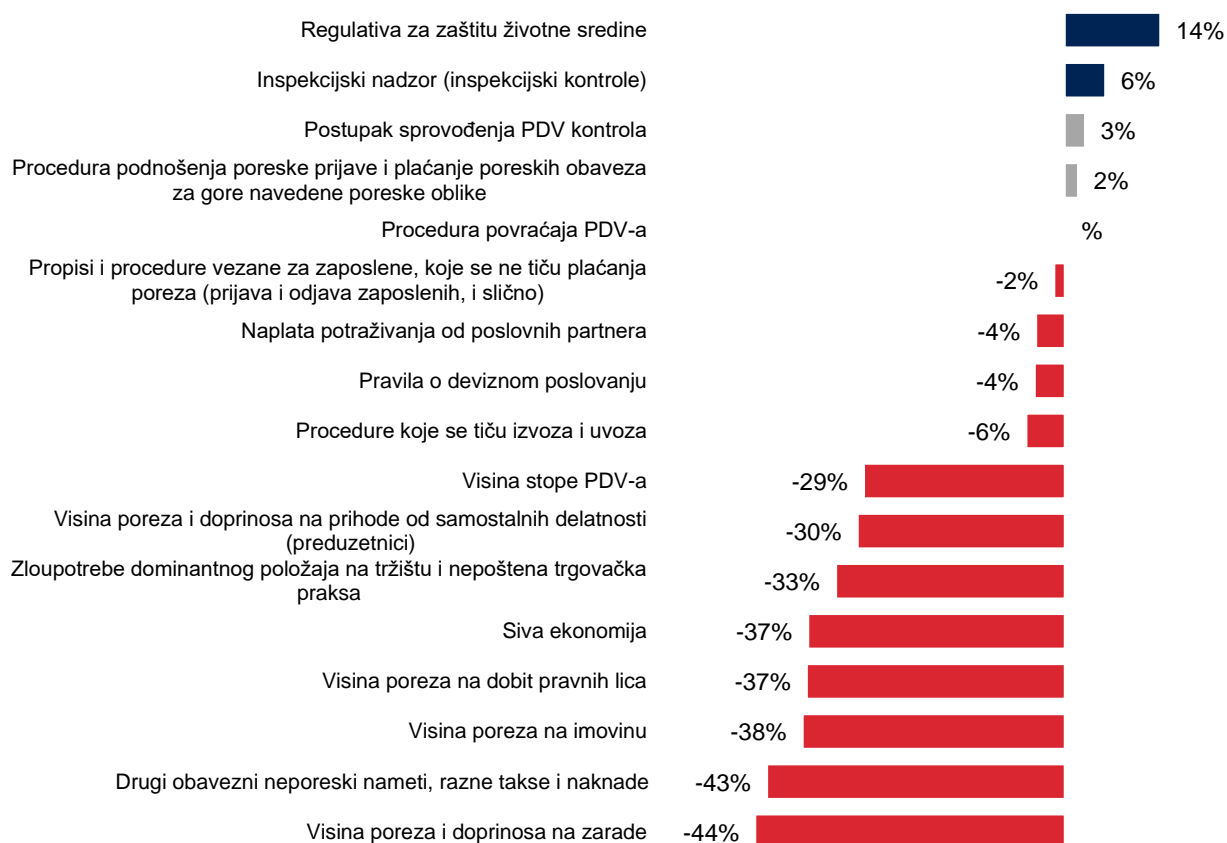
**Pozitivno ocenjeni aspekti regulatornog okruženja su propisi iz oblasti zaštite životne sredine i inspeksijskog nadzora, mada i postupci za sprovođenje kontrole PDV-a i popunjavanje poreske prijave blago naginju na pozitivnu stranu.** Procedura za povraćaj PDV-a je neutralno ocenjena. Iz ugla privrede, **najnepovoljniji aspekti regulatornog okruženja su porezi i doprinosi na zarade i neporeski nameti poput taksi i dažbina.**

Zanimljivo je da **izvoznici češće** nego ostali **pozitivno ocenjuju** procedure koje često koriste u poslovanju – **povraćaj PDV-a (35%) i pravila o deviznom poslovanju (31%)**, dok su **podeljeni** kada je reč o **procedurama u vezi sa uvozom i izvozom** proizvoda i usluga (24% pozitivnih i 26% negativnih ocena). Preduzeća iz Šumadije i Zapadne Srbije češće daju pozitivne ocene za većinu navedenih regulatornih stavki od firmi iz drugih regiona. Preduzetnici, takođe, gotovo sve aspekte ocenjuju manje negativno u odnosu na prosek, osim segmenta koji ih se direktno tiče – porezi i doprinosi za samozaposlene i preduzetničke firme.

### Grafikon 5.1. Uticaj regulatornog okruženja na poslovanje preduzeća u Srbiji\*

*Pitanje: Molim Vas da ocenite uticaj sledećih parametara na poslovanje Vašeg preduzeća, na osnovu Vašeg iskustva u poslednje 2 godine, ocenama od 1 do 5, gde 1 znači da je uticaj veoma negativan, a 5 da je veoma pozitivan*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



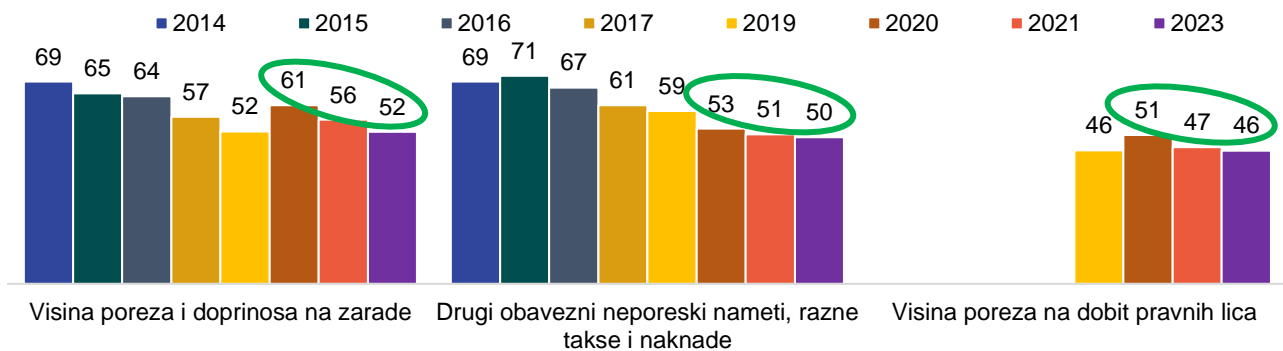
\*Ocena uticaja parametara na poslovanje preduzeća je pružana na petostepenoj skali od 1 do 5, gde 1 znači da je uticaj veoma negativan, a 5 da je veoma pozitivan. Sumarna ocena je dobijena tako što je od zbira pozitivnih ocena (4 i 5) oduzet zbir negativnih ocena (1 i 2). Na ovaj način je utvrđeno da li je ocena određenog parametra pretežno pozitivna ili pretežno negativna.

Iako su porezi i doprinosi na zarade, neporeski nameti i porez na prihod najnegativnije ocenjeni, u poređenju sa prethodnim talasima, broj preduzeća sa **negativnom percepcijom** ovih aspekata je neznatno  **smanjen** i beleži blagi **kontinuirani pad** od 2020. godine.

### Grafikon 5.2. Aspekti sa najnegativnijim uticajem na poslovanje u Srbiji (poređenje talasa) (ocene 1+2; veoma negativan + negativan)

*Pitanje:* Molim Vas da ocenite uticaj sledećih parametara na poslovanje Vašeg preduzeća, na osnovu Vašeg iskustva u poslednje 2 godine, ocenama od 1 do 5, gde 1 znači da je uticaj veoma negativan, a 5 da je veoma pozitivan. Podaci su prikazani u %.

*Baza:* Ukupna ciljna populacija



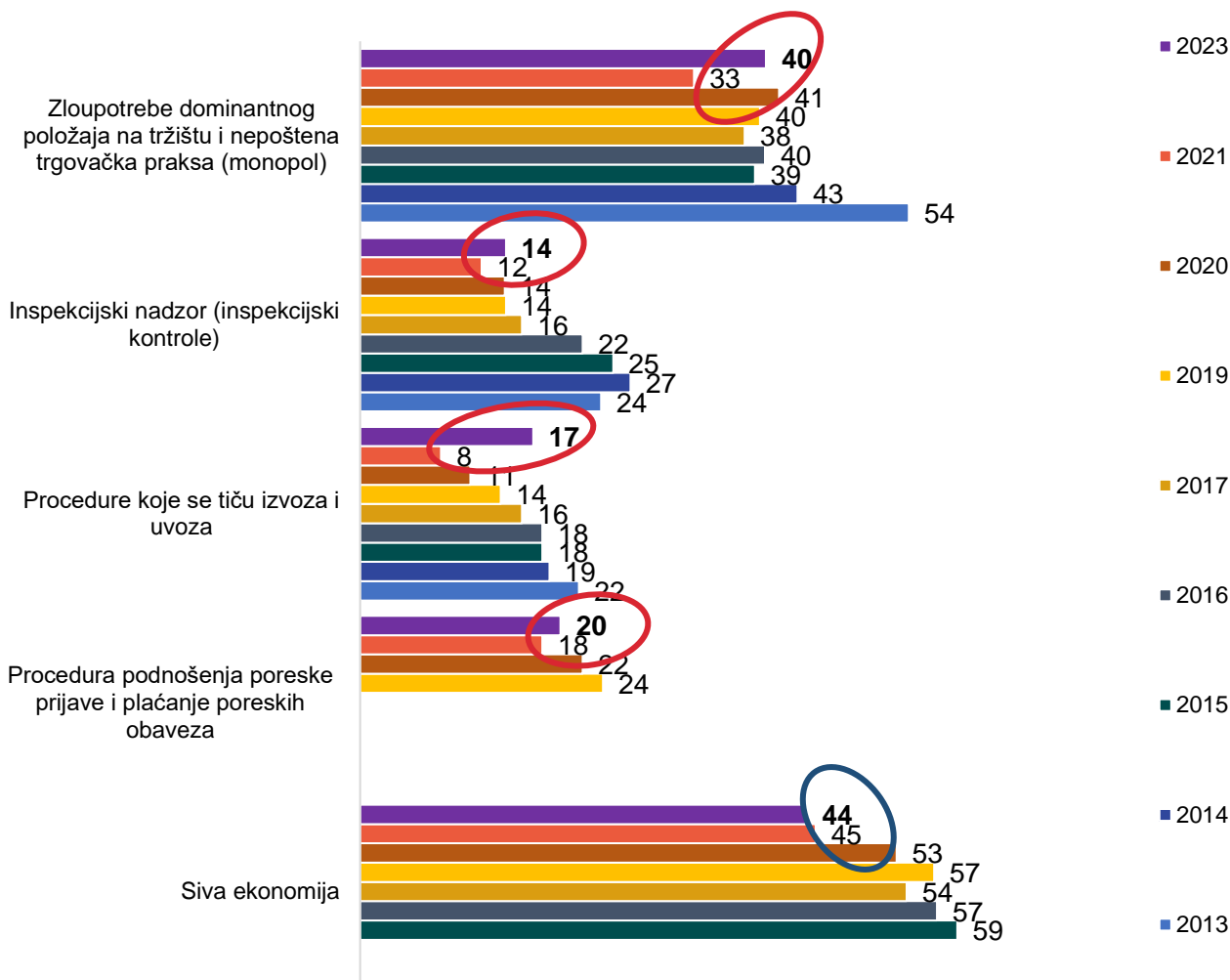
U odnosu na 2021. godinu, **značajnije negativno** se ocenjuju **zloupotreba tržišnog položaja i procedure koje se tiču uvoza i izvoza**, dok se **blago pogoršanje** beleži za **inspekcijski nadzor i podnošenje poreske prijave** i paćanje poreskih obaveza. Percepcija uticaja **sive ekonomije** je gotovo **na istom nivou** kao u prethodnom talasu.

**Grafikon 5.3. Negativne ocene za različite aspekte regulatornog okruženja koji utiču na poslovanje u Srbiji (poređenje talasa)**

(ocene 1+2; veoma negativan + negativan)

*Pitanje: Molim Vas da ocenite uticaj sledećih parametara na poslovanje Vašeg preduzeća, na osnovu Vašeg iskustva u poslednje 2 godine, ocenama od 1 do 5, gde 1 znači da je uticaj veoma negativan, a 5 da je veoma pozitivan. Podaci su prikazani u %.*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

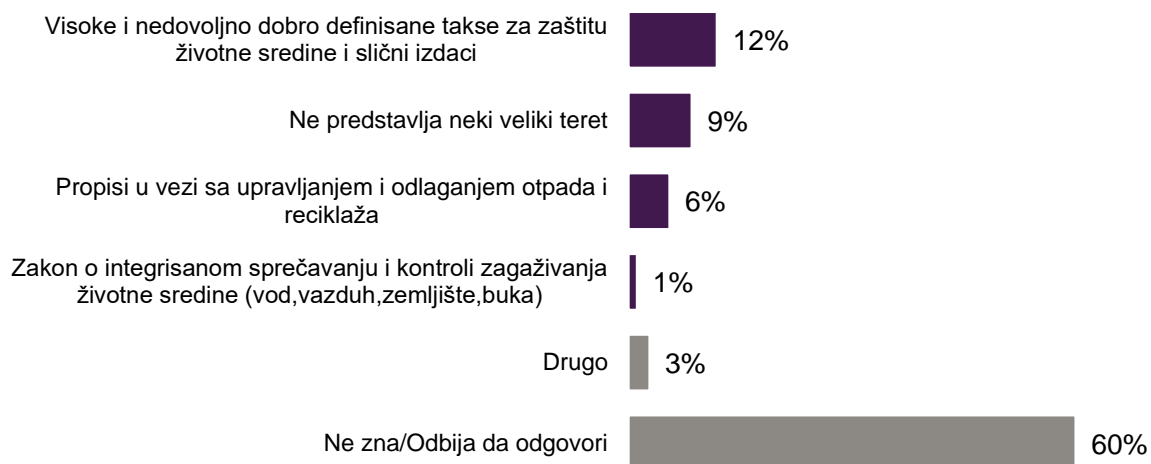


Privrednici koji navode da njihovo poslovanje bar donekle opterećuju regulative iz oblasti zaštite životne sredine mahom ne znaju da navedu o kojim propisima se tačno radi (60%). Ostali najpre ističu **visoke i nedovoljno dobro definisane ekološke takse (12%)**.

**Grafikon 5.4. Uticaj regulativa u vezi sa zaštitom životne sredine**

*Pitanje: Koja regulativa vezana za zaštitu životne sredine Vam predstavlja najveće opterećenje?*

*Baza: Oni koji smatraju da regulativa u oblasti zaštite životne sredine bar donekle predstavlja teret za poslovanje (n=531)*



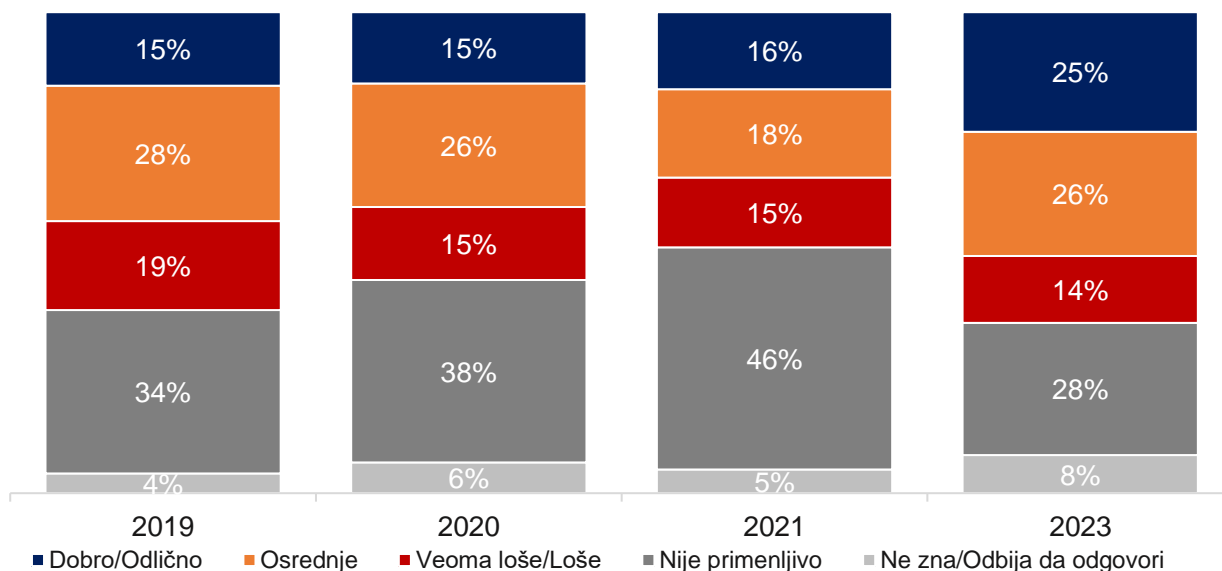
**Mišljenja o efikasnosti sistema izvršenja sudskih odluka su podeljena**, ali je u ovom talasu znatno **veći** udeo onih koji ga **pozitivno ocenjuju** u odnosu na prethodne godine. Male firme i one koje očekuju pad svojih aktivnosti češće nego ostali vide sistem izvršenja kao neefikasan. Uočavaju se i regionalne razlike, firme iz Beograda su zadovoljnije od proseka, dok su one iz Vojvodine posebno kritične u pogledu efikasnosti sistema izvršenja.

**Grafikon 5.5. Efikasnost sistema izvršenja sudskih odluka (poslednja četiri talasa)**

*Pitanje: Kako ocenjujete efikasnost sistema izvršenja sudskih odluka (poput naplate potraživanja, itd.)?*

*Odgovori: Veoma loše: potpuna pravna i ekonomska nesigurnost; sudske odluke se ne izvršavaju; Loše: pravna i ekonomska nesigurnost; neke odluke se izvrše, ali većina ne; Osrednje: istovremeno vlada pravna i ekonomska sigurnost i nesigurnost; neke odluke se izvršavaju, a neke ne; Dobro: preovladava pravna i ekonomska sigurnost; sudske odluke se u većini slučajeva izvršavaju, ali bi situacija mogla da se unapredi: Odlično: savršena pravna i ekonomska sigurnost; sudske odluke se efikasno izvršavaju*

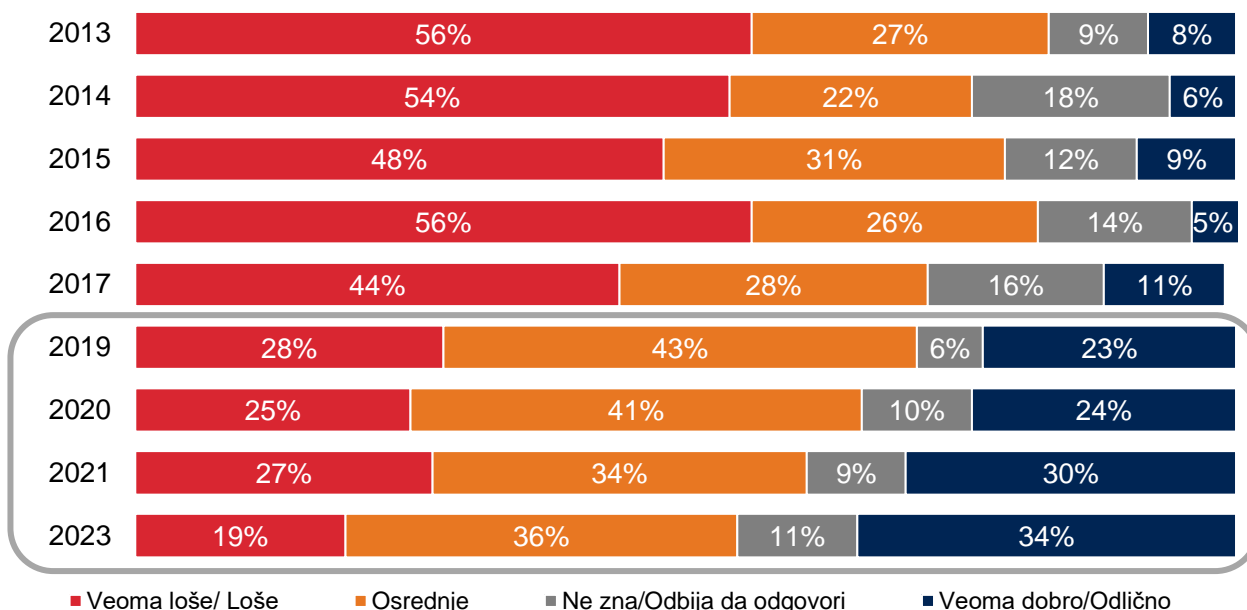
*Baza: Ukupna ciljna populacija*



**Grafikon 5.6. Efikasnost sistema izvršenja sudskih odluka (poređenje talasa)**

*Pitanje: Kako ocenjujete efikasnost sistema izvršenja sudskih odluka (poput naplate potraživanja, itd.)?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



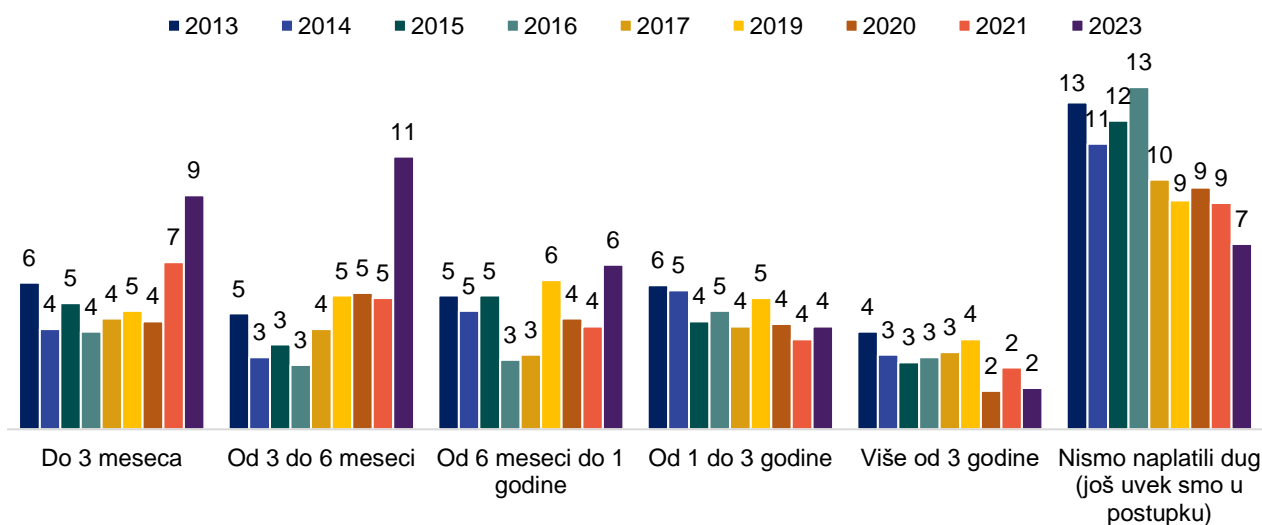
*Skala u periodu 2019-2023 je malo drugačija nego u prethodnim talasima, sa odgovorima: veoma loša, loša, srednja, dobra, odlična, tako da treba biti oprezan prilikom poređenja (Grafikon 5.7.); \*preračunato bez odgovora „Nije primenljivo“*

U pogledu naplate dugovanja, **petina privrednika** je uspela da okonča izvršne postupke **u roku od šest meseci**, što je značajno **poboljšanje** u odnosu na prethodne godine. Iskustva sa procesima koji traju duže od šest meseci, češće od ostalih su imala mala preduzeća i izvoznici.

**Grafikon 5.7. Efikasnost naplate dugovanja kroz izvršne postupke**

*Pitanje: Koliko Vam je vremena bilo potrebno da biste naplatili dug u izvršnom postupku? Podaci su prikazani u %.*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*





## VI. Konkurentnost preduzeća

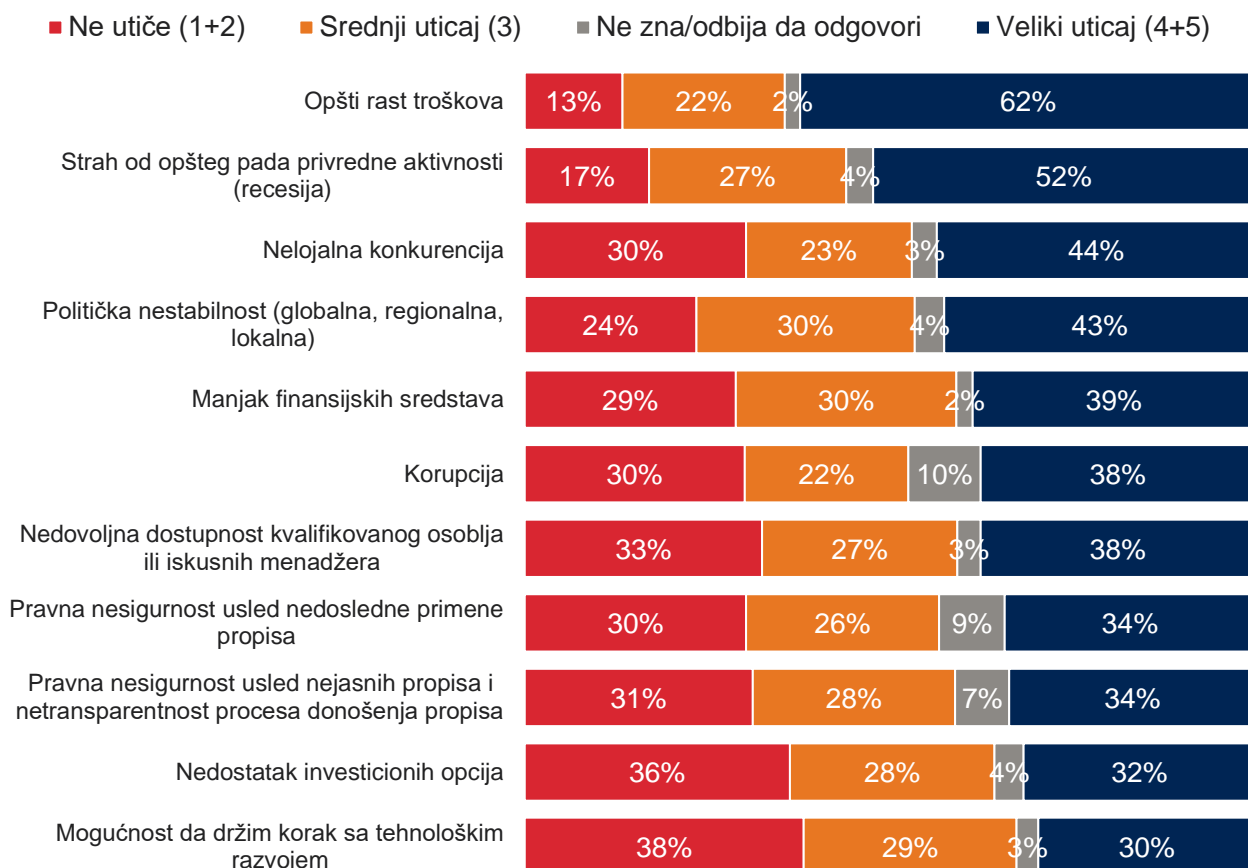
Iz ugla privrednika, **inflacija** i **strah od recesije** su u ovom trenutku **najveće barijere uspešnom poslovanju**. Ove izazove blisko prate **nelojalna konkurencija** i **politička neizvesnost**. S druge strane, kompanije **najmanje strepe** od **tehnološkog razvoja** i **praćenja inovacija**.

**Mala preduzeća, firme iz Beograda** i one koje se finansiraju **isključivo sopstvenim sredstvima** većinu faktora percipiraju **problematičnijim** od proseka. Štaviše, čini se da konkurentnost **malih preduzeća** posebno ugrožavaju **nedostatak investicionih opcija** i **pravna nesigurnost** usled netransparentnosti i nedosledne primene propisa. Oni koji **imaju potrebu za investicijama, ali i probleme da ih realizuju**, takođe češće od ostalih podvlače uticaj većine faktora, naročito **nedostatak finansijskih sredstava** i **investicionih opcija**.

### Grafikon 6.1. Procena uticaja različitih faktora na konkurentnost preduzeća

*Pitanje: Molim Vas da ocenite kako sledeći faktori utiču na konkurentnost Vašeg poslovanja, koristeći ocene od 1 do 5, gde 1 znači „Nimalo ne utiču“, dok 5 znači „Veoma utiču“.*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

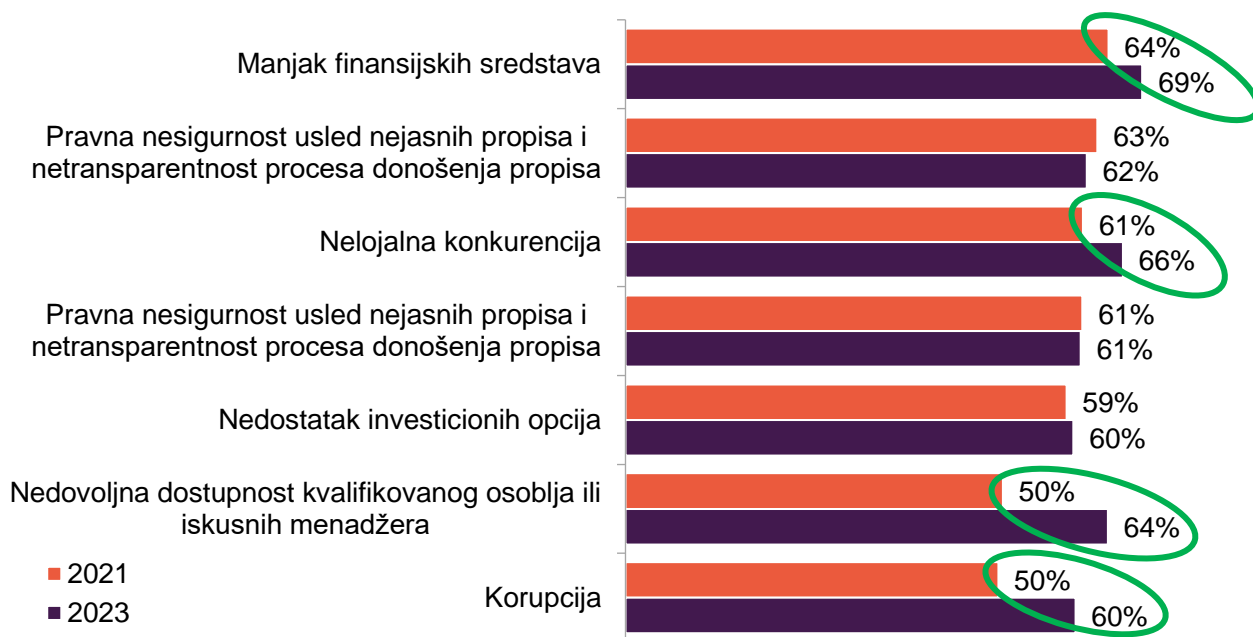


U poređenju sa 2021. godinom, kao problemi koji utiču na konkurentnost poslovanja se češće prepoznaju **manjak kvalifikovane radne snage** i **finansijskih sredstava**, ali i **korupcija** i **nelojalna konkurencija**.

**Grafikon 6.2. Procena uticaja različitih faktora na konkurentnost preduzeća i poslovanje (poslednja dva talasa)**

*Pitanje: Molim Vas da ocenite kako sledeći faktori utiču na konkurentnost Vašeg poslovanja, koristeći ocene od 1 do 5, gde 1 znači „Nimalo ne utiču“, dok 5 znači „Veoma utiču“ (ocene 3+4+5)*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



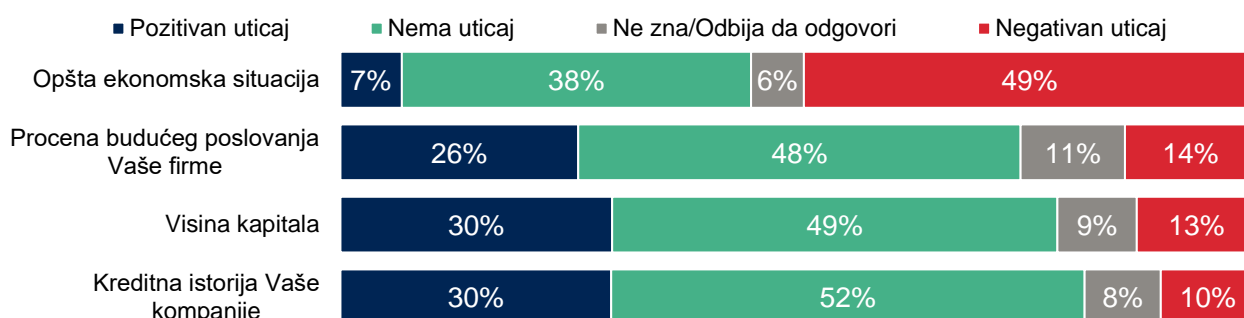
## VII. Finansiranje poslovanja

Imajući u vidu da je ovo stav **svake druge firme**, nije iznenađenje da se **trenutna ekonomska situacija** doživljava kao ubedljivo **najveća prepreka** za obezbeđivanje finansijskih sredstava. Ovo još češće od ostalih navode privrednici koji planiraju dalja ulaganja, ali ih određeni problemi sprečavaju u tome (68%). Za ostale faktore, poput procene budućeg poslovanja, visine kapitala i kreditne istorije firme se mahom procenjuje da nemaju uticaja.

### Grafikon 7.1. Uticaj različitih faktora na obezbeđivanje finansija

*Pitanje: Na koji način sledeći faktori trenutno utiču na mogućnost da dođete do novca za finansiranje Vašeg biznisa?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



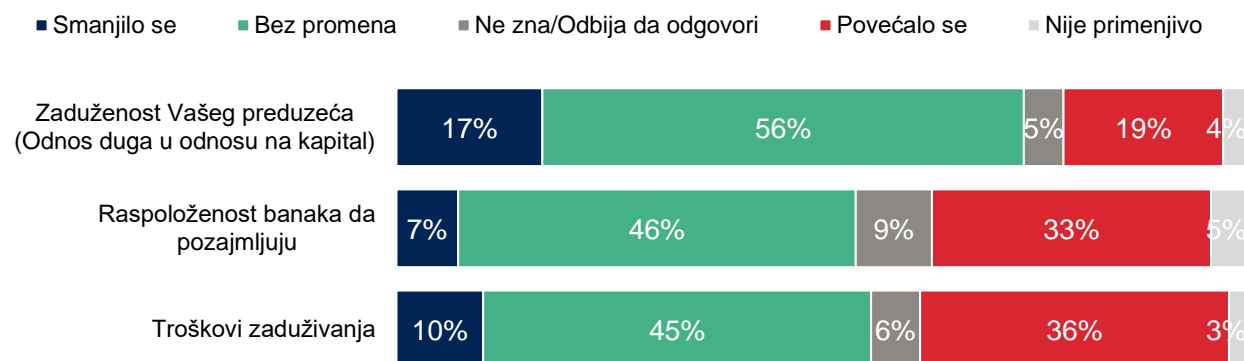
Generalno gledano, privrednici u Srbiji uglavnom **ne vide bitne promene** u pogledu zaduženosti svog preduzeća, spremnosti banaka da pozajmljuju i troškova zaduživanja u odnosu na period od pre tri godine. Ipak, trećina smatra da je danas **lakše dobiti kredit** od banke, ali i da su **prateći troškovi viši** nego 2020. godine.

**Izvoznici i firme sa sedištem u Beogradu** su u **većoj meri** u odnosu na druge uspeli da  **smanje svoja dugovanja** u protekle tri godine. Slično tvrde i predstavnici **malih preduzeća** (25%), ali isto tako češće od proseka ističu da su troškovi zaduživanja **porasli** (47%).

### Grafikon 7.2. Stanje različitih parametara u odnosu na period od pre tri godine

*Pitanje: Kako ocenjujete stanje sledećih parametara, od 2020. godine do danas?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

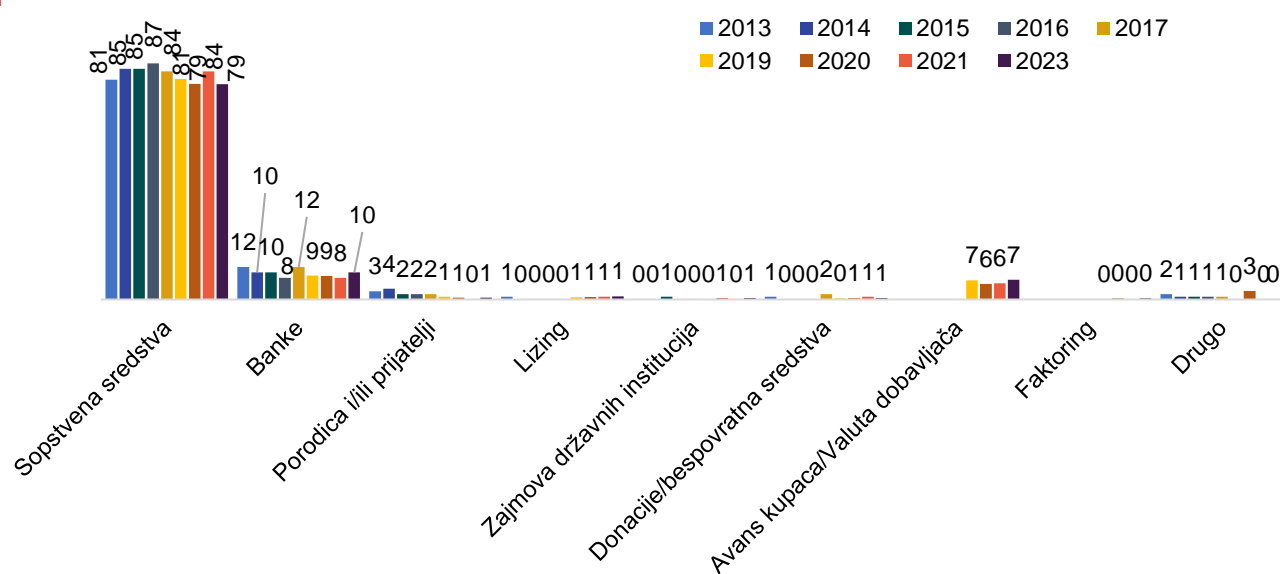


Među firmama u Srbiji, kao i ranijih godina, primetan je **nizak nivo** primene „**finansijske poluge**“. Većina se prvenstveno finansira iz **sopstvenih izvora**, dok bankarski krediti i avansi klijenata i dobavljača predstavljaju drugi i treći izvor podrške poslovanju. Na **sopstvena sredstva** se najviše oslanjaju **mikro preduzeća**, koja i ređe od ostalih posežu za kreditima, kao i privredni subjekti u sektoru **usluga** i oni koji **nemaju izvozne aktivnosti**.

S druge strane, **mala i srednja preduzeća**, izvoznici, firme u proizvodnoj delatnosti, one optimistične po pitanju svog rasta i prisutne na internetu otvorenije su za finansijske aranžmane sa bankama.

### Grafikon 7.3. Izvori finansiranja

*Pitanje: Koliki procenat finansiranja Vašeg poslovanja u ovom trenutku dolazi iz sledećih izvora? Podaci su prikazani u %.*  
*Baza: Oni koji su odgovorili na pitanje (n=996)*



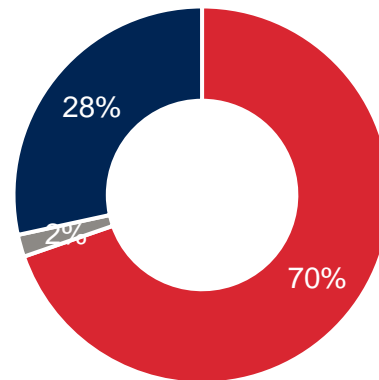
**Nešto više od četvrtine** privrednika je u poslednjih godinu dana **pozajmilo novac od banke** za potrebe svog poslovanja (**28%**). To su značajno češće od ostalih činile **male firme (41%)**, **izvoznici (41%)**, oni koji se bave **proizvodnjom (37%)**, naspram 27% u trgovinskim i 23% u uslužnim delatnostima), očekuju **rast** svog biznisa (**36%**) i **imaju uslove za realizaciju investicija (39%)**.

### Grafikon 7.4. Korišćenje kredita

*Pitanje: Da li ste uzimali kredite u poslednjih 12 meseci?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

- Ne, nismo uzimali kredit(e) u poslednjih 12 meseci
- Odbija da odgovori
- Da, uzimali smo kredit(e) u poslednjih 12 meseci



**Glavni razlog** za nezaduživanje je **korišćenje sopstvenih sredstava**, a na drugom mestu je **odsustvo potrebe** za pozajmicom. U poređenju sa prosekom, čini se da preduzeća u sektoru **trgovine češće** izbegavaju kredite **zbog nepoverenja** u finansijske institucije.

### Grafikon 7.5. Glavni razlozi za neuzimanje kredita

*Pitanje: Koji je glavni razlog zašto niste uzimali kredite?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

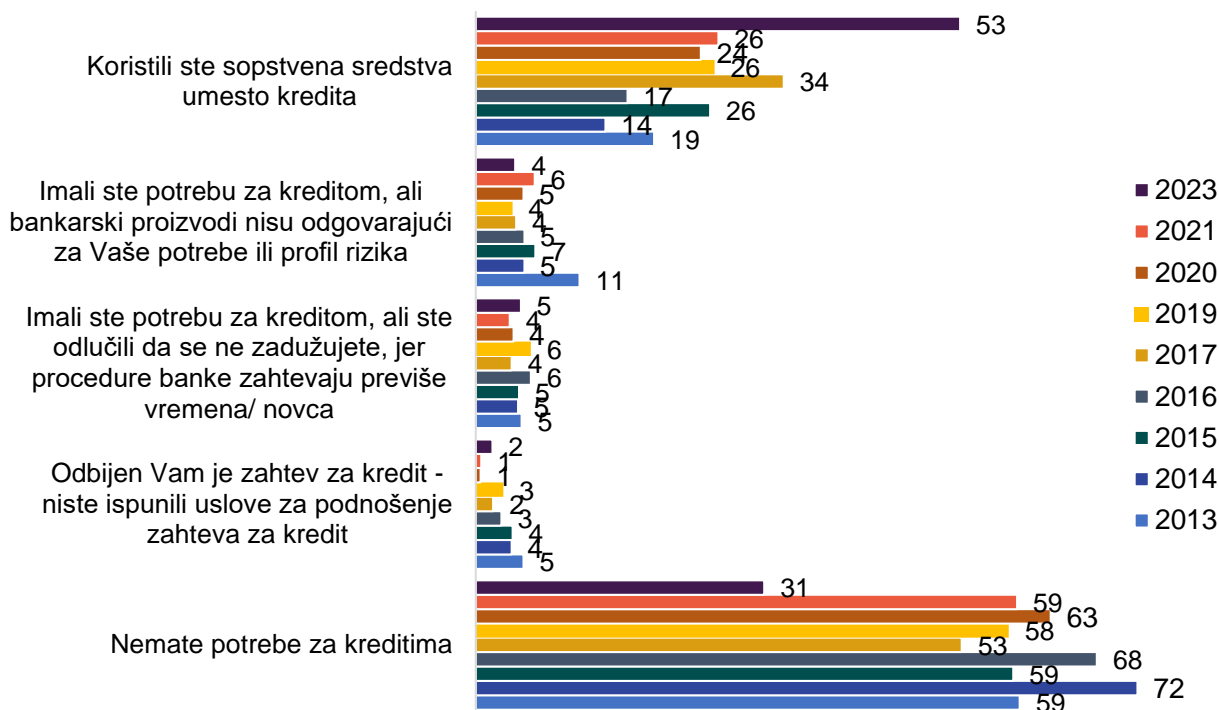


Iako glavni razlozi za nezaduživanje ostaju **isti**, primetna su određena **odstupanja** u odnosu na prethodne godine. Tako se broj onih koji se oslanjaju na **sopstvena sredstva udvostručio**, dok se udeo privrednika koji **nemaju potrebe za kreditima prepолоvio** u odnosu na prethodne godine.

**Grafikon 7.6. Glavni razlozi za neuzimanje kredita (poređenje talasa)**

*Pitanje: Koji je glavni razlog zašto niste uzimali kredite? Podaci su prikazani u %.*

*Baza: Oni koji nisu uzimali kredit(e) u poslednjih 12 meseci (n=730)*

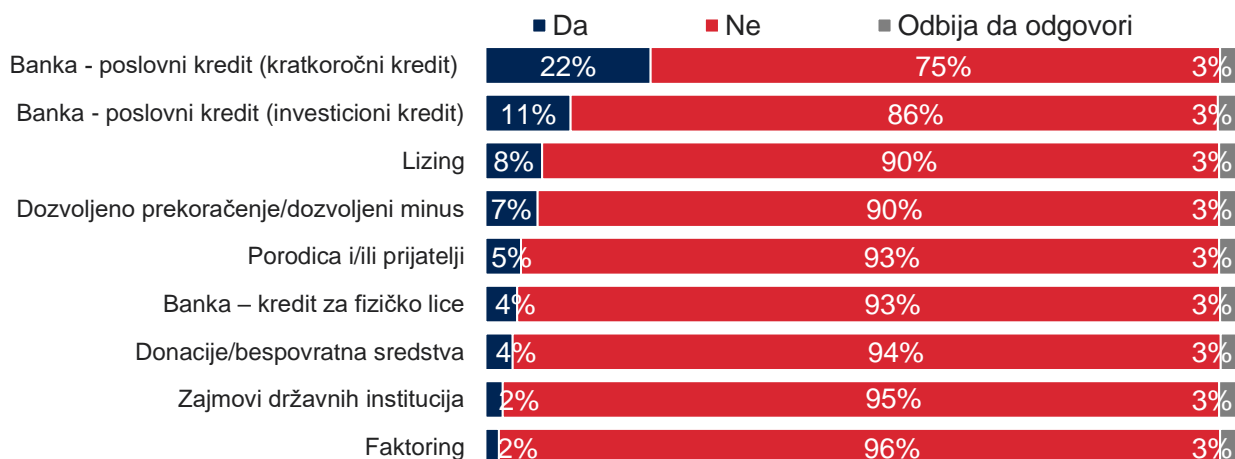


Kada se zadužuju, srpski privrednici se najpre **okreću bankama** i odlučuju za **kratkoročne poslovne kredite**, a **dvostruko ređe za investicione kredite**. Lizing je **treći najčešći model** zaduživanja. I za kratkoročne i za investicione kredite se **češće** u odnosu na ostale odlučuju **mala preduzeća** i **izvoznici**. Dodatno, **izvoznici** se i dvostruko više od onih koji se ne bave izvozom odlučuju za **lizing**, koji i **višestruko češće** koriste **beogradske** u odnosu na firme iz drugih regiona.

**Grafikon 7.7. Tip pozajmice**

*Pitanje: Kome ste se obratili za pozajmicu za finansiranje poslovanja u prethodnih 12 meseci?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

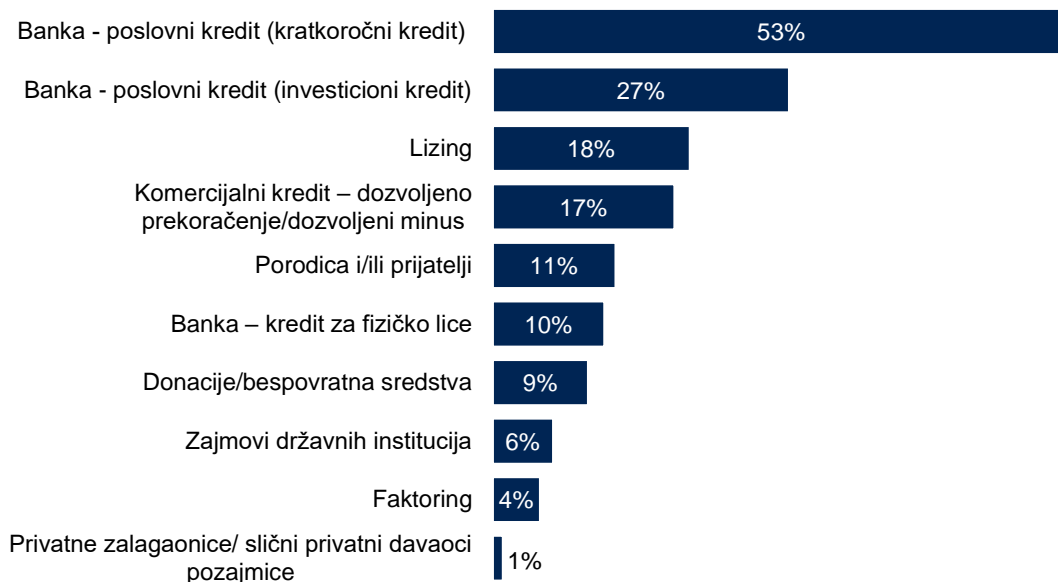


Kada se sagledaju samo oni koji su se zadužili u poslednjih godinu dana, **više od polovine** ih je uzelo **kratkoročni bankarski kredit**, a **27%** se odlučilo za **investicioni kredit**. Investicione kredite češće uzimaju firme koje se bave proizvodnjom (19%) u odnosu na aktivne u sektoru trgovine (9%), a posebno usluga (7%).

**Grafikon 7.8. Tip pozajmice**

*Pitanje: Kome ste se obratili za pozajmicu za finansiranje poslovanja u prethodnih 12 meseci?*

*Baza: Oni koji su uzimali pozajmice/kredite u poslednjih 12 meseci (n=435)*

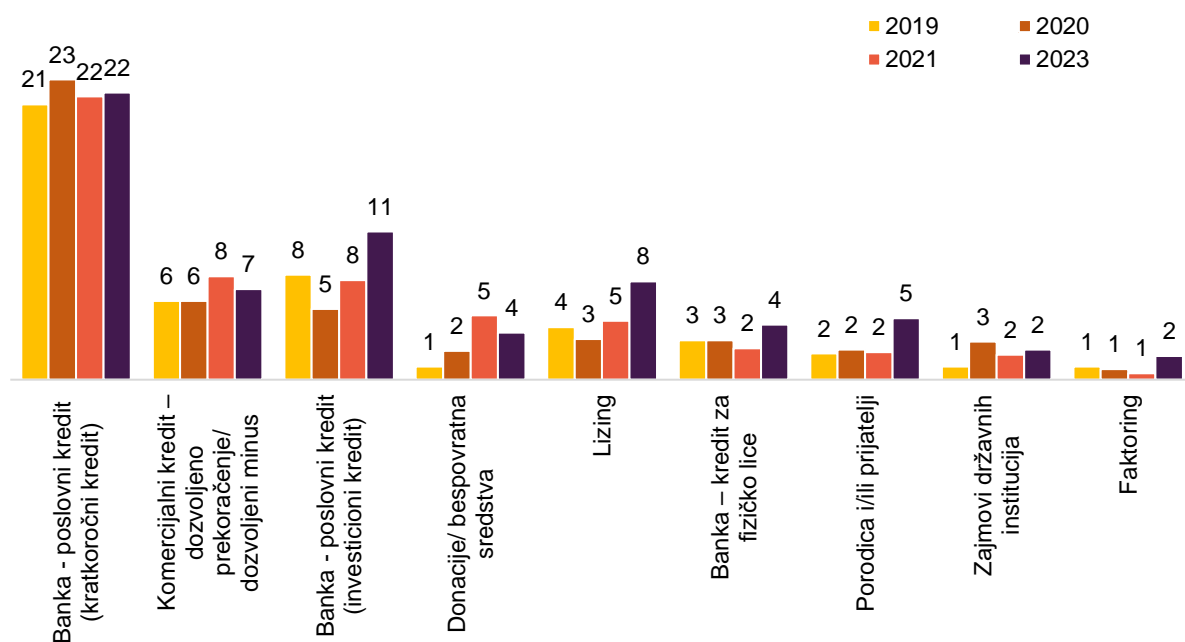


Investicioni bankarski kredit, kao i kredit za fizička lica, lizing i neformalne pozajmice od bliskih ljudi se koriste češće nego ranije.

**Grafikon 7.9. Tip pozajmice (poređenje talasa)**

*Pitanje: Kome ste se obratili za pozajmicu za finansiranje poslovanja u prethodnih 12 meseci? Podaci su prikazani u %.*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

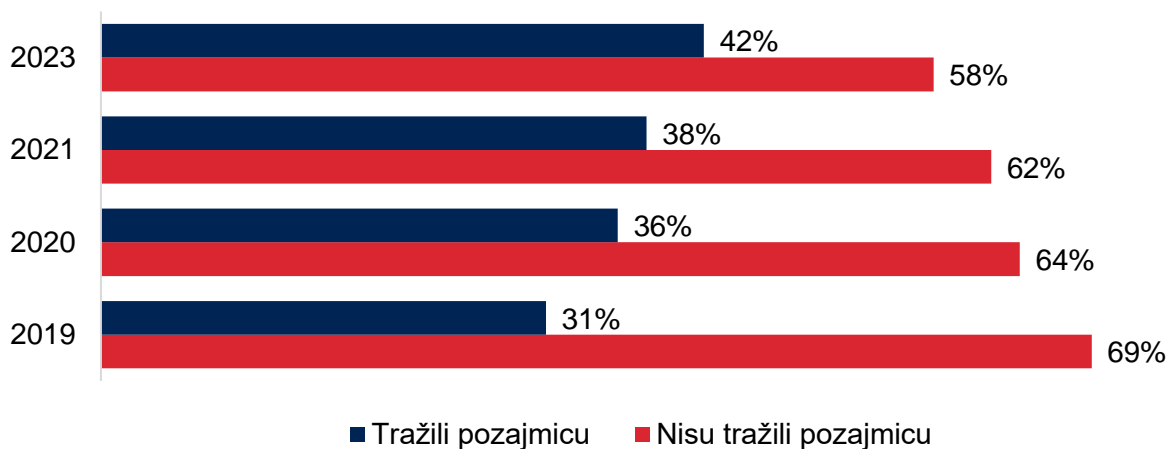


Broj privrednika koji se obraćaju za pozajmicu neke vrste kontinuirano **raste**.

### Grafikon 7.10. Upućen zahtev za pozajmicu/kredit (poređenje talasa)

*Pitanje: Da li ste uputili zahtev za pozajmicu/kredit?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



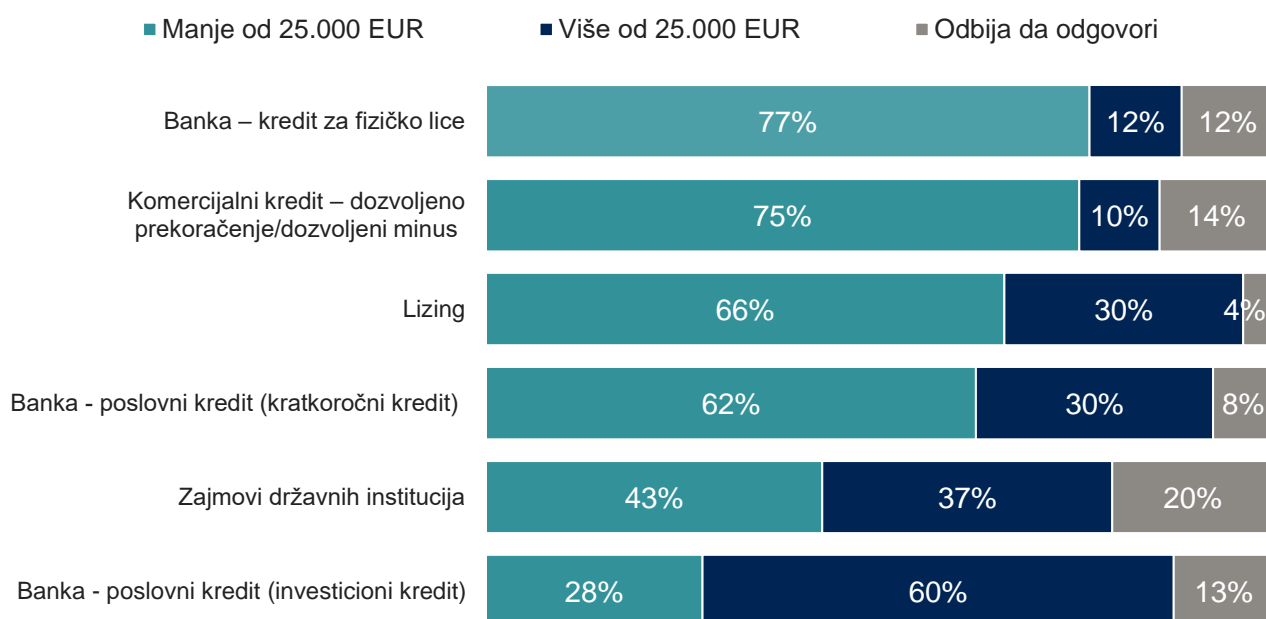
**Tri od četiri lična i komercijalna kredita** (dozvoljeni minus) su bile **mikro pozajmice**, do 25.000 evra, dok **investicioni krediti** najvećim delom **prelaze** ovaj iznos.

Kratkoročni poslovni krediti su takođe uglavnom iznosili do 25.000 evra, ali su se **mala preduzeća** (47%), **izvoznici** (53%) i **firme u sektoru proizvodnje** (42%) češće od ostalih zaduživali **iznad** ovog iznosa.

### Grafikon 7.11. Vrednost pozajmice

*Pitanje: Od koga ste pozajmili sredstva kako biste uložili u poslovanje (prema traženom iznosu)?*

*Baza: Oni koji su pozajmili novac iz konkretnog izvora*





Većina bespovratnih sredstava, poput grantova, zatim različita bankarska finansiranja i krediti od bliskih ljudi, nisu prelazili 25.000 evra. S druge strane, samo četvrtina investicionih kredita je bila ispod ovog iznosa.

**Grafikon 7.12. Izvori finansiranja za mikro kredite**

*Pitanje:* Od koga ste pozajmili sredstva kako biste uložili u poslovanje u poslednjih 12 meseci?

*Baza:* Oni koji su se obratili za pozajmicu konkretnom izvoru

*n=4\* (mala baza za validno zaključivanje)*



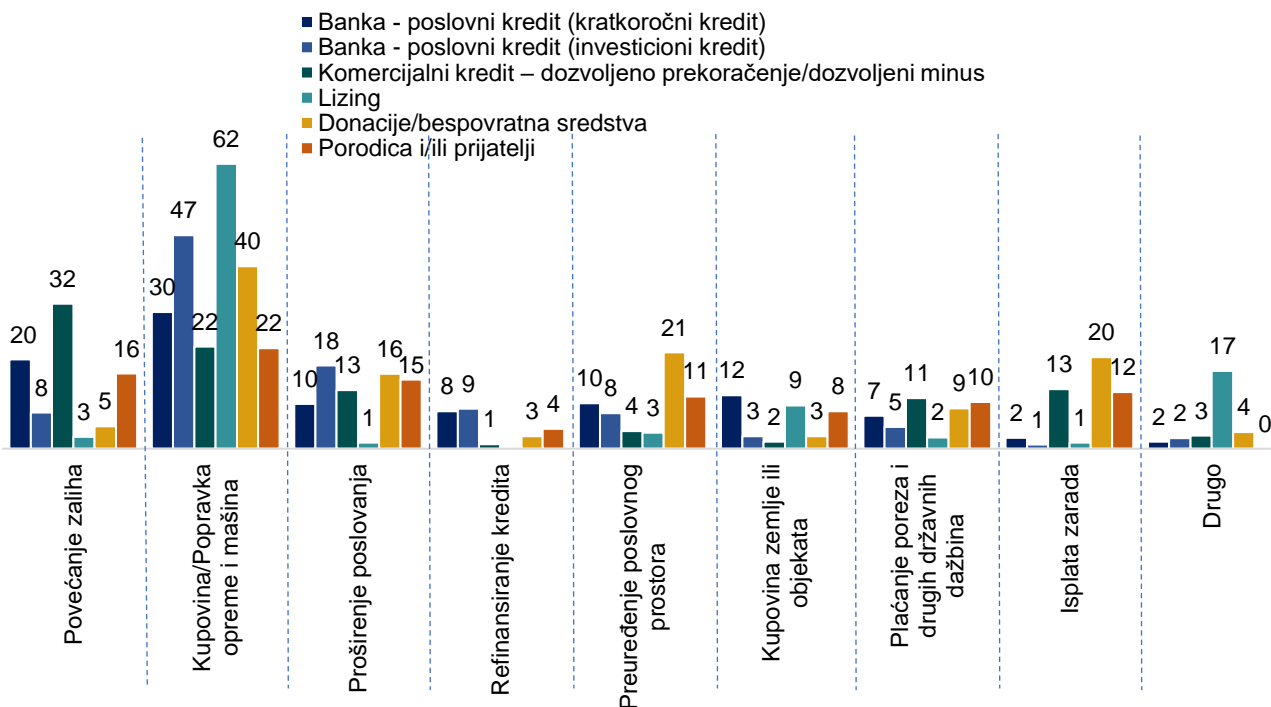
Procenat firmi koje su tražile iznos do 25.000

**Grafikon 7.13. Svrha pozajmice**

*Pitanje:* Koja je bila glavna svrha pozajmice? Podaci su prikazani u %.

*Baza:* Oni koji su se obratili za pozajmicu konkretnom izvoru

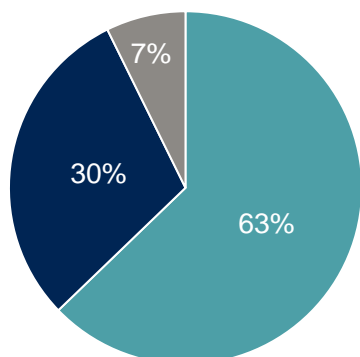
Pozajmice su prvenstveno korišćene za kupovinu ili održavanje opreme i povećanje zaliha. Za održavanje postojeće ili kupovinu nove opreme, privrednici su mahom uzimali lizing, a potom investicione kredite. S druge strane, kada su putem pozajmica povećavali zalihe, najčešće je to bilo kroz dozvoljeni minus.



**Grafikon 7.14. Svrha pozajmice – kratkoročni poslovni krediti**

*Pitanje: Koja je bila glavna svrha pozajmice*

*Baza: Oni koji su se obratili za pozajmicu konkretnom izvoru*



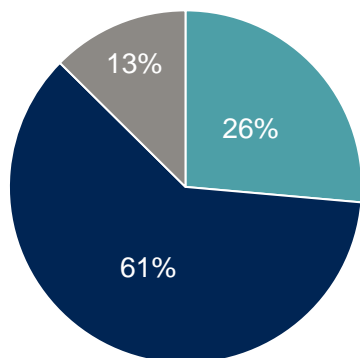
- Manje od 25.000 EUR
- Više od 25.000 EUR
- Odbija da odgovori



**Grafikon 7.15. Svrha pozajmice – investicioni krediti**

*Pitanje: Koja je bila glavna svrha pozajmice*

*Baza: Oni koji su se obratili za pozajmicu konkretnom izvoru*



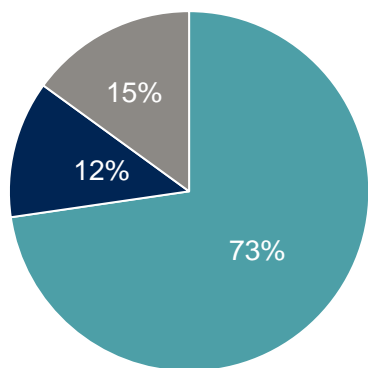
- Manje od 25.000 EUR
- Više od 25.000 EUR
- Odbija da odgovori



**Grafikon 7.16. Svrha pozajmice – dozvoljeno prekoračenje**

*Pitanje: Koja je bila glavna svrha pozajmice*

*Baza: Oni koji su se obratili za pozajmicu konkretnom izvoru*



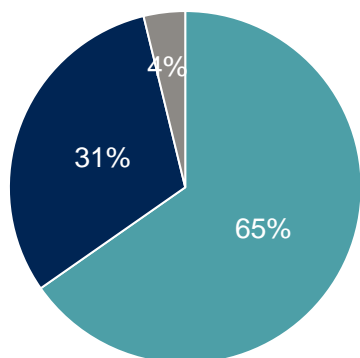
- Manje od 25.000 EUR
- Više od 25.000 EUR
- Odbija da odgovori



**Grafikon 7.17. Svrha pozajmice – lizing**

*Pitanje: Koja je bila glavna svrha pozajmice*

*Baza: Oni koji su se obratili za pozajmicu konkretnom izvoru*



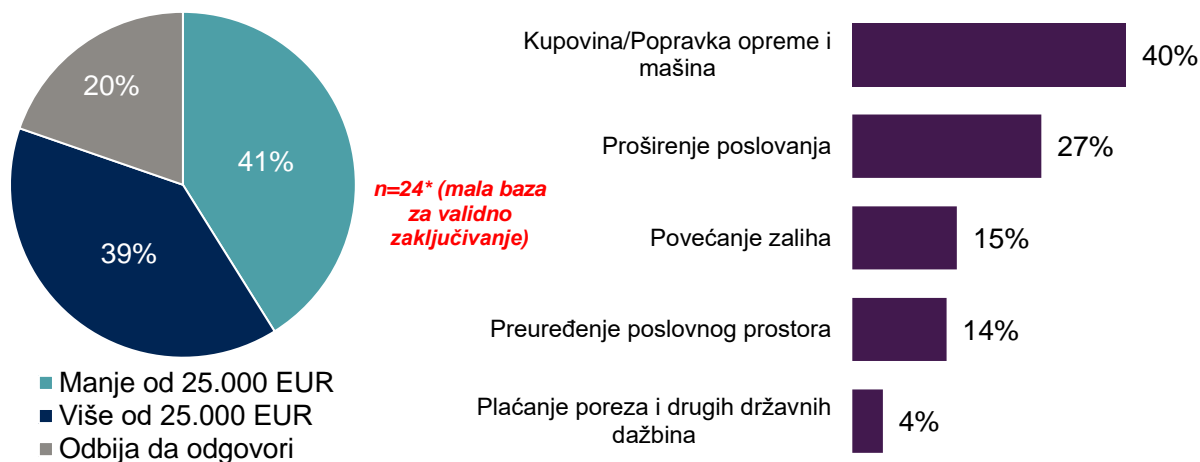
- Manje od 25.000 EUR
- Više od 25.000 EUR
- Odbija da odgovori



**Grafikon 7.18. Svrha pozajmice – zajmovi državnih institucija**

*Pitanje: Koja je bila glavna svrha pozajmice*

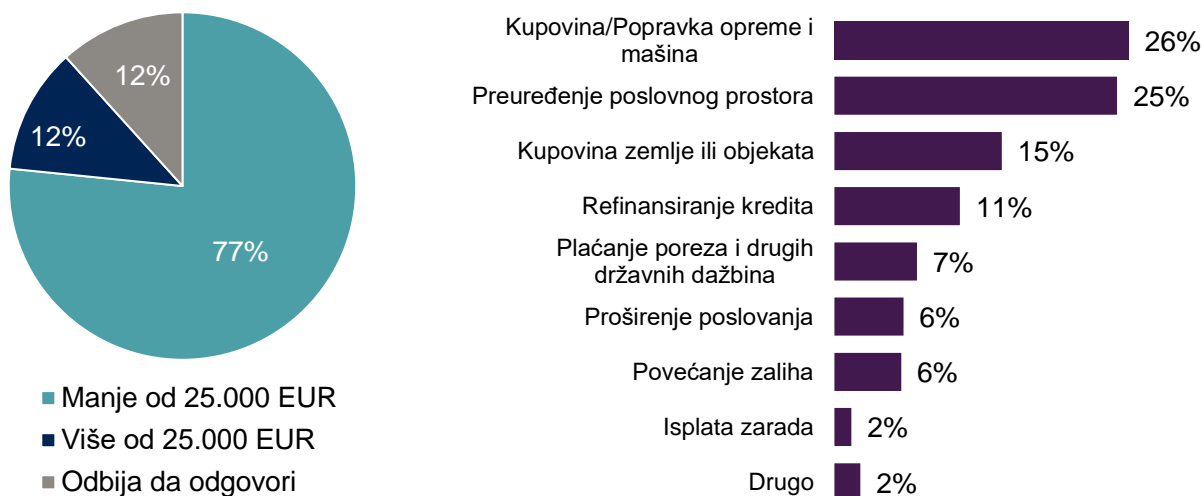
*Baza: Oni koji su se obratili za pozajmicu konkretnom izvoru*



**Grafikon 7.19. Svrha pozajmice – krediti za fizička lica**

*Pitanje: Koja je bila glavna svrha pozajmice*

*Baza: Oni koji su se obratili za pozajmicu konkretnom izvoru*

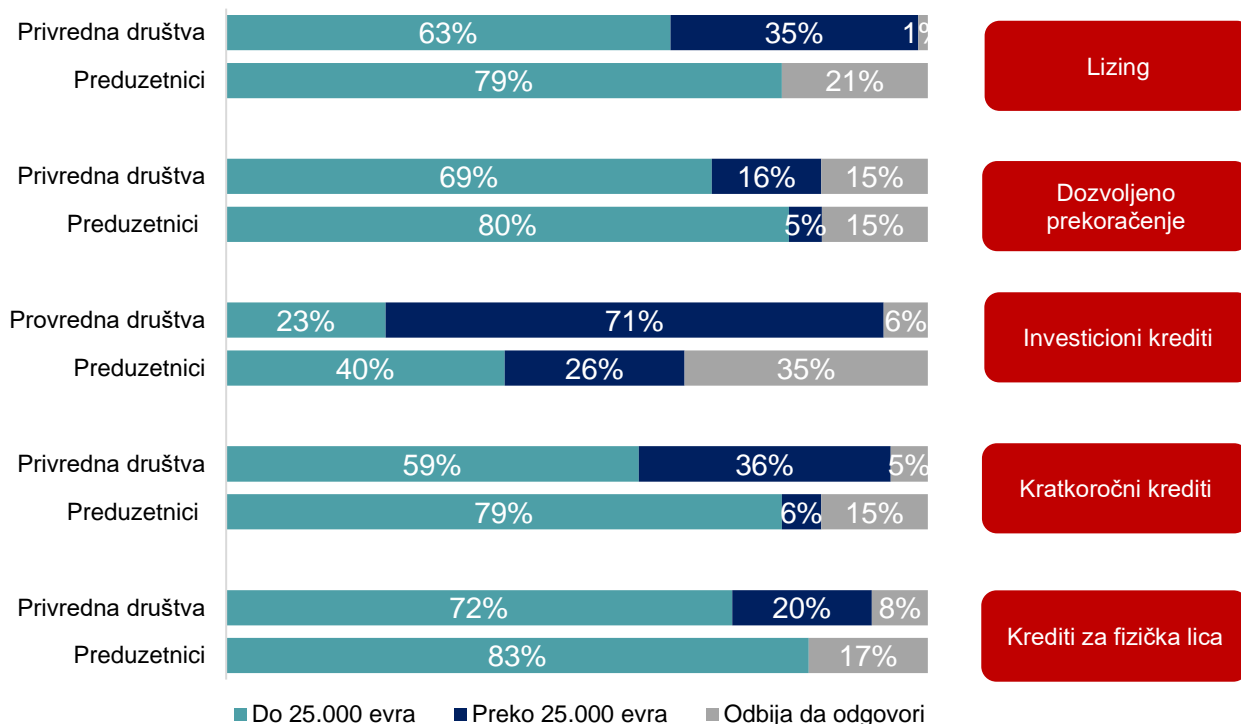


**Prosečan iznos potraživanih sredstava je niži u odnosu na prethodne godine.** Kao što je više puta istaknuto, ciljna populacija u 2023. godini uključuje više preduzetnika (31% prema 14% u 2021. godini), koji obično koriste mikro kredite, što objašnjava smanjenje prosečnog iznosa bankarskih pozajmica.

**Grafikon 7.20. Iznos potraživanih pozajmica prema obliku privrednog subjekta**

*Pitanje:* Koliko prosečno pozajmljujete od banaka, na godišnjem nivou, radi finansiranja Vašeg poslovanja? Molim vas za iznos pozajmice u evrima.

*Baza:* Oni koji su se obratili za pozajmicu konkretnom izvoru



**Tabela 7.1. Iznos kredita (kroz talase)**

*Pitanje:* Koliko prosečno pozajmljujete od banaka, na godišnjem nivou, radi finansiranja Vašeg poslovanja? Molim vas za iznos pozajmice u evrima.

*Baza:* Ukupna ciljna populacija

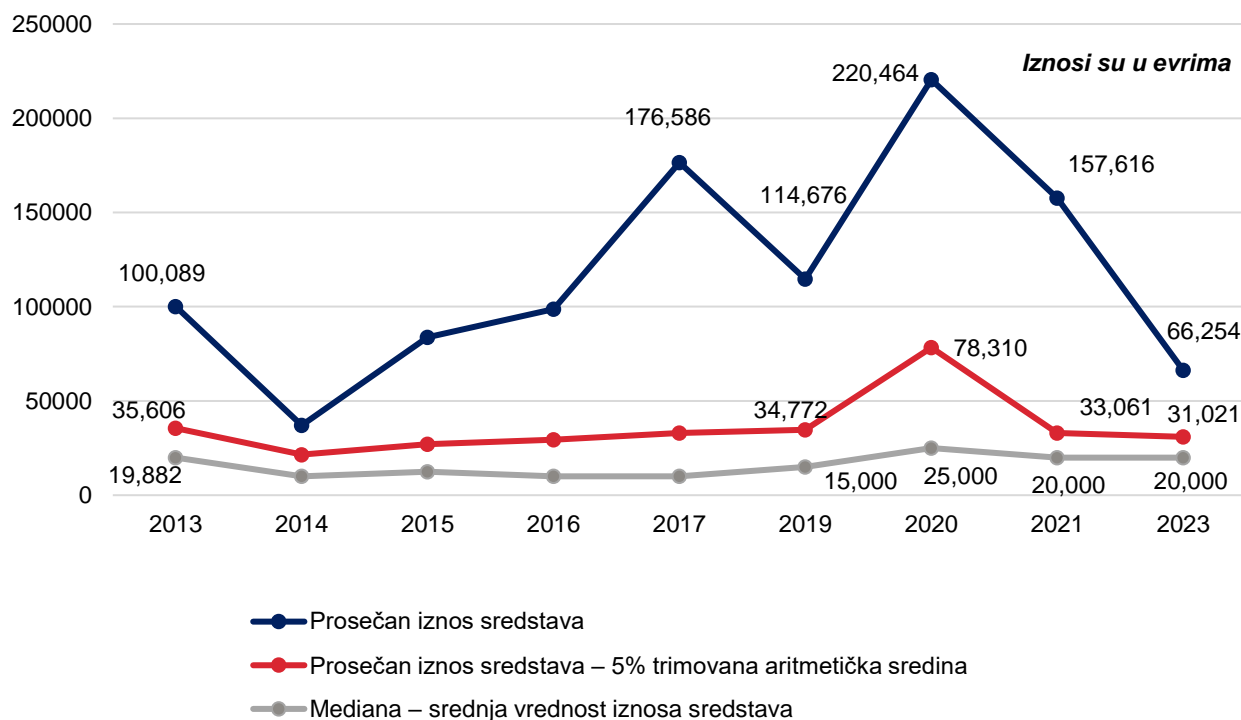
Iznosi su u EUR	2013	2014	2015	2016	2017	2019	2020	2021	2023
Prosečan iznos sredstava	100.089	37.070	83.771	98.738	176.586	114.676	220.464	157.616	66.254
Prosečan iznos sredstava – 5% trimovana aritmetička sredina	35.606	21.531	27.046	29.427	33.034	34.772	78.310	33.061	31.021
Medijana – iznos sredstava	19.882	10.000	12.500	10.000	10.000	15.000	25.000	20.000	20.000

Iako je prosečan iznos kredita u 2023. godini niži u odnosu na prethodne talase, **medijalna vrednost** pokazuje relativno **stabilan trend** tokom godina.

**Grafikon 7.21. Trend kretanja iznosa kredita (2013 – 2023)**

*Pitanje: Koliko prosečno pozajmljujete od banaka, na godišnjem nivou, radi finansiranja Vašeg poslovanja? Molim vas za iznos pozajmice u evrima.*

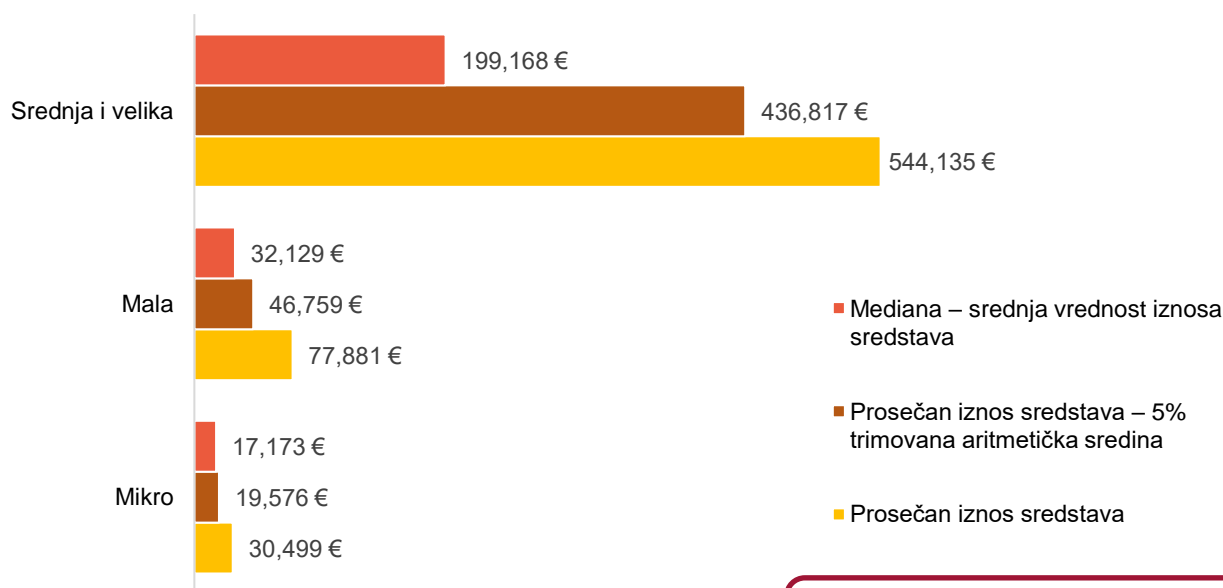
*Baza: Ukupna ciljna populacija*



**Grafikon 7.22. Iznos kredita prema veličini preduzeća**

*Pitanje: Koliko prosečno pozajmljujete od banaka, na godišnjem nivou, radi finansiranja Vašeg poslovanja? Molim vas za iznos pozajmice u evrima.*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



*\*Srednja i velika preduzeća su prikazana zajedno zbog male baze velikih kompanija.*

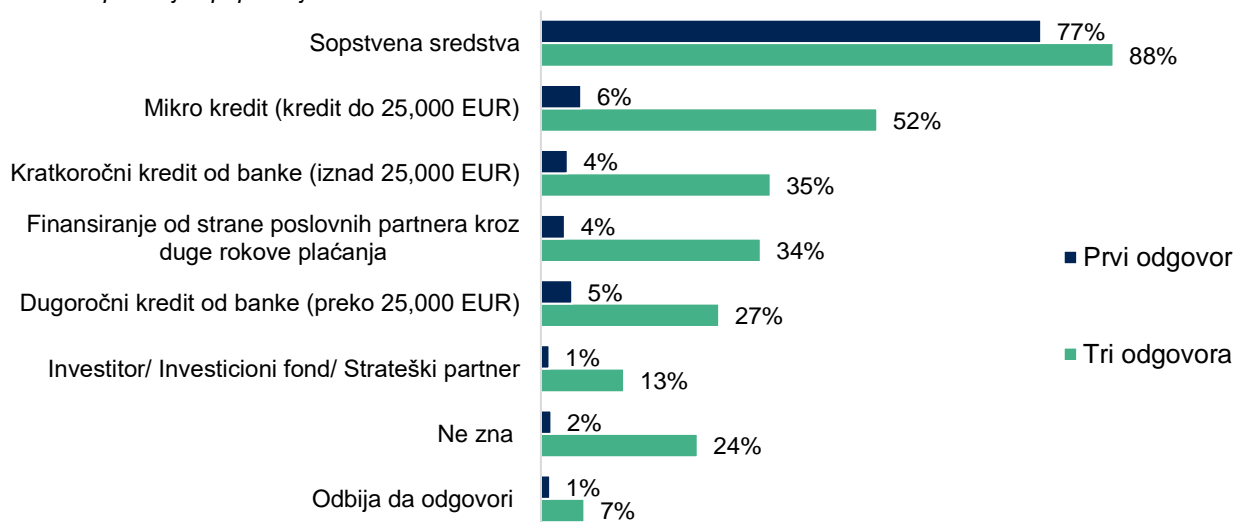
Ukoliko bi im za potrebe **proširenja poslovanja** bio potreban novac u narednom periodu, firme u Srbiji bi se najpre oslonile na **sopstvena sredstva**, zatim na **mikro kredite**.

**Mala preduzeća** bi se češće od proseka odlučila za **dugoročne kredite preko 25.000 evra** (10%), a zajedno sa **izvoznicima**, i za **kratkoročne kredite u istom iznosu** (oba, mala preduzeća i izvoznici 8%). Slično razmišljaju i oni koji se već finansiraju putem bankarskih pozajmica.

### Grafikon 7.23. Preferirani način finansiranja proširenja poslovanja

*Pitanje:* Kad bi Vam bio potreban novac kako biste proširili svoje poslovanje u bliskoj budućnosti, koju vrstu finansiranja biste najradije odabrali? Molimo Vas odaberite tri vrste finansiranja, i rangirajte ih od 1 do 3, prema prioritetu.

*Baza:* Ukupna ciljna populacija

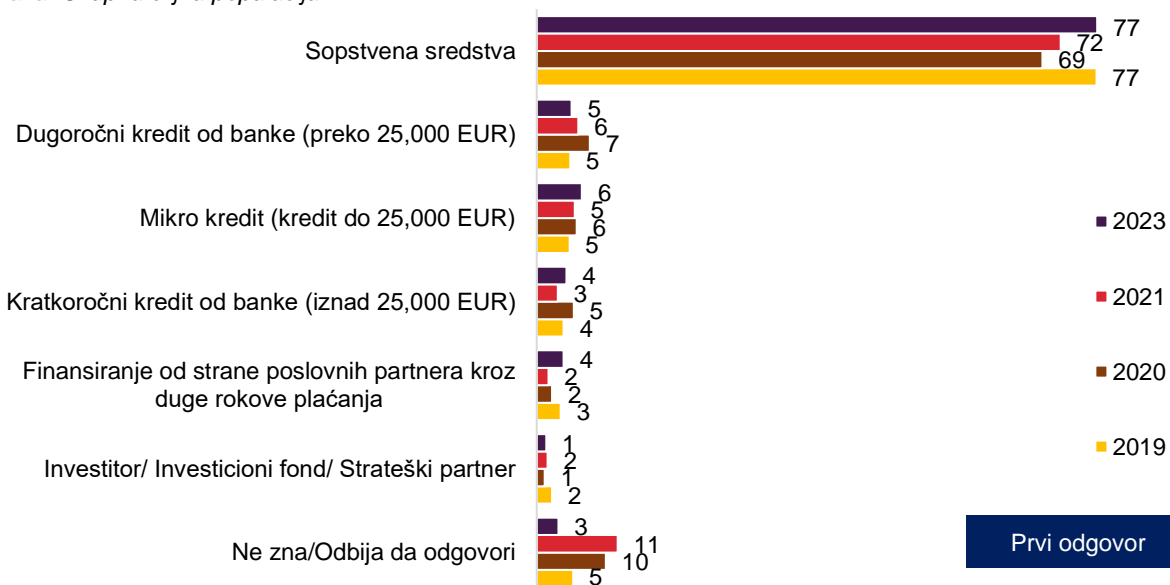


**Sopstvena sredstva** ostaju **najpoželjniji način finansiranja** koji, slično prethodnim godinama, bira **oko tri četvrtine** privrednika. Popularnost **dugoročnih kredita** je u **blagom padu** u odnosu na prethodna dva talasa, dok su **mikro krediti** na **sličnom nivou** kao ranije.

### Grafikon 7.24. Preferirani način finansiranja proširenja poslovanja (2019 – 2023)

*Pitanje:* Kad bi Vam bio potreban novac kako biste proširili svoje poslovanje u bliskoj budućnosti, koju vrstu finansiranja biste najradije odabrali? Molimo Vas odaberite tri vrste finansiranja, i rangirajte ih od 1 do 3, prema prioritetu. Podaci su prikazani u %.

*Baza:* Ukupna ciljna populacija



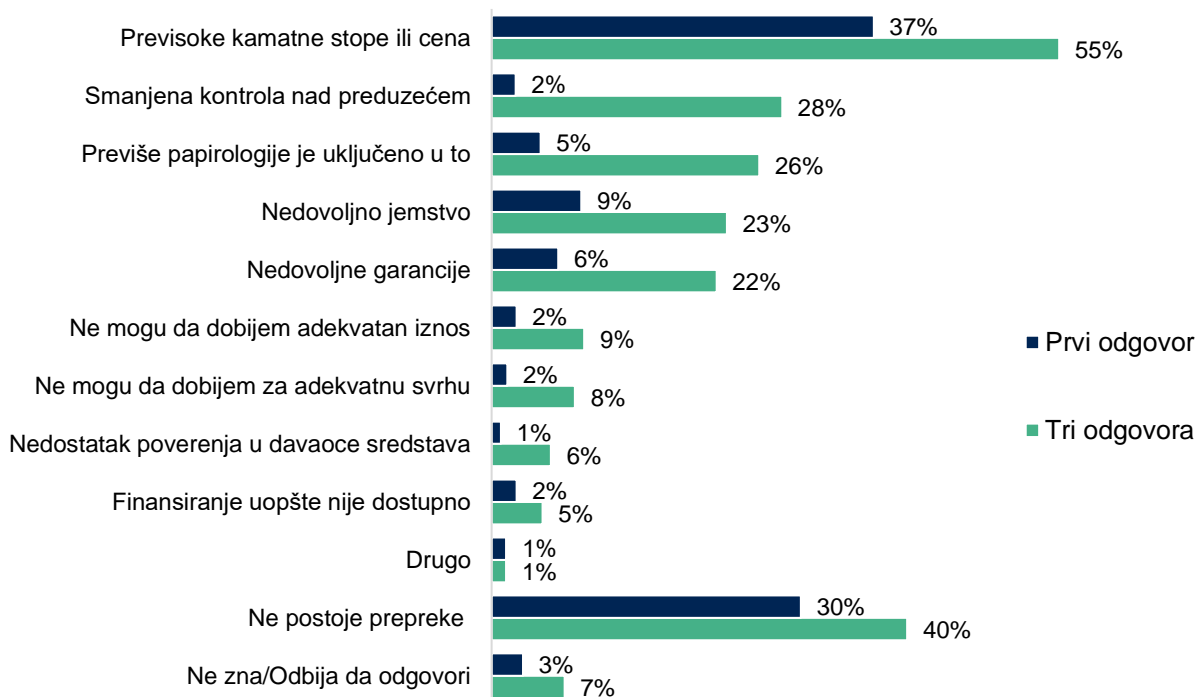
Među onima koji su otvoreni za eksterno finansiranje u narednom periodu, **najveća prepreka su visoke kamatne stope**, koje kao glavni problem vidi više od trećine firmi, znatno češće od ostalih one iz Šumadije i Zapadne Srbije.

Kada se sagledaju svi odgovori, **drugi najčešći razlog je smanjenje kontrole nad firmom**, a potom **administracija** u vezi sa realizacijom pozajmice. **Nedovoljno jemstvo** je prepreka za više od petine preduzeća generalno, a za čak trećinu **malih biznisa**.

**Grafikon 7.25. Najveće prepreke za zaduživanje**

*Pitanje: Šta smatrate najvažnijim ograničavajućim faktorima za dobijanje ovog, najradije odabranog, finansiranja? Molim vas odaberite tri najznačajnija, i rangirajte ih od 1 do 3, prema prioritetu.*

*Baza: Oni koji bi se u budućnosti opredelili za eksterno finansiranje (n=211)*

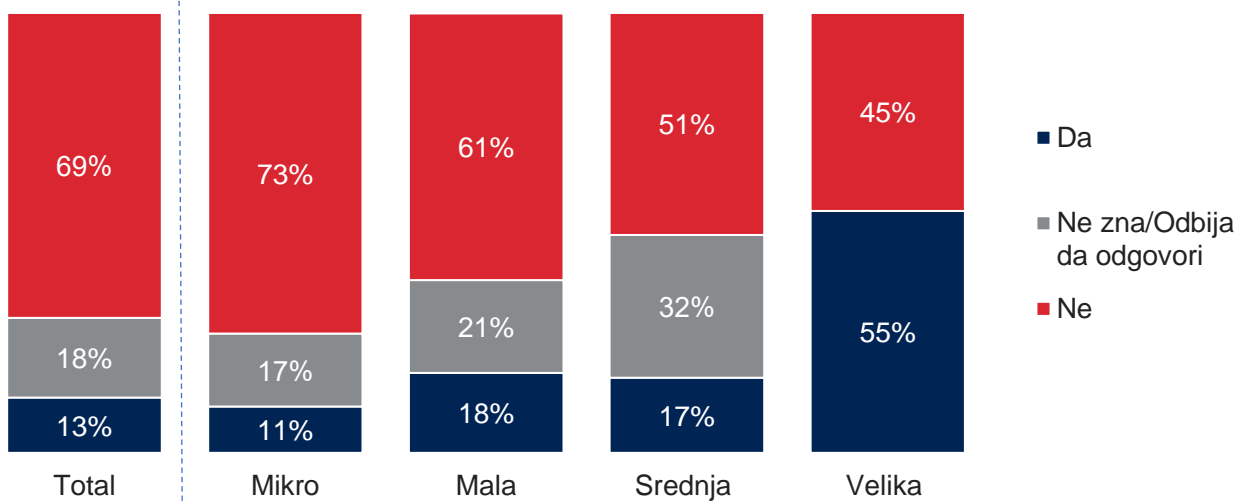


**Mali broj privrednika planira da se zaduži** u narednom periodu – **tek 13%**. U poređenju sa ostalima, **mala preduzeća su otvorenija za pozajmicu** u narednih godinu dana.

**Grafikon 7.26. Plan za zaduživanje u narednih godinu dana**

*Pitanje: Da li nameravate da se zadužite u narednih 12 meseci?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*





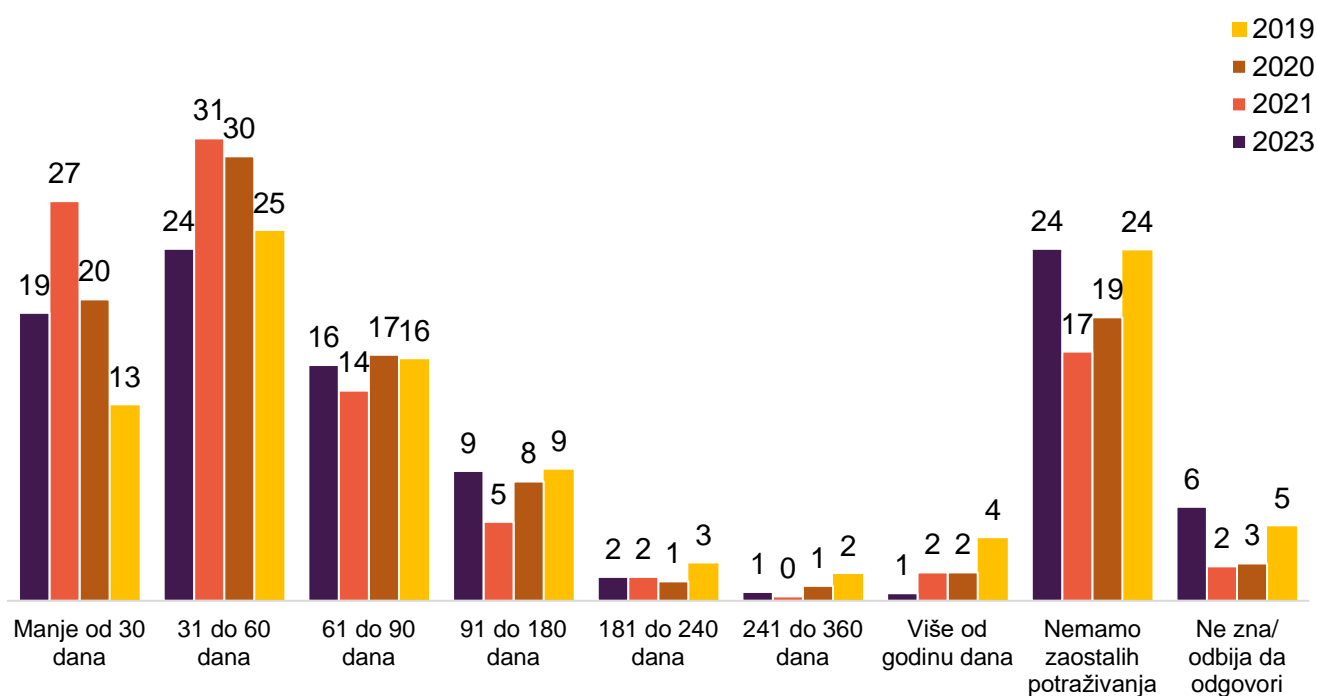
## VIII. Trgovinska potraživanja i upravljanje njima

Četvrtina kompanija ističe da **nema zaostala potraživanja (24%)**, mala preduzeća značajno **ređe** od ostalih (12%). Najveći broj navodi da dugovanja uspeva da naplati **u roku od 60 dana (43%)**. Tri meseca ili duže od toga na naplatu čeka 13% preduzeća.

### Grafikon 8.1. Uobičajena dužina zaostalog potraživanja

*Pitanja: Koja je uobičajena dužina zaostalog potraživanja (od datuma dospeća do datuma plaćanja)? Podaci su prikazani u %.*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



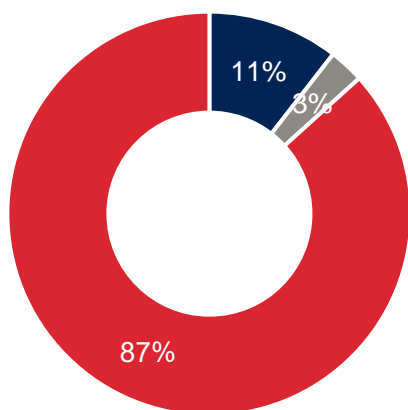
Iako **tek svaka deseta** firma vrši **kategorizaciju potraživanja** prema njihovoj naplativosti (11%), svega **petina** smatra da bi bilo korisno imati **priručnik** ili **onlajn aplikaciju** za **upravljanje potraživanjima**.

Za korišćenje ovakvog priručnika su posebno zainteresovana **mala preduzeća** (28%), **oni koji veruju u dalji razvoj svog biznisa** (27%), **žele da investiraju uprkos teškoćama** (27%), kao i **firme koje imaju internet prodaju** (32%).

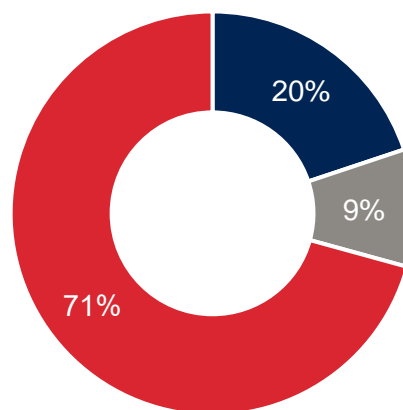
### Grafikon 8.2. Kategorizacija i upravljanje potraživanjima

Baza: Ukupna ciljna populacija

Da li u vašoj kompaniji postoji bilo kakav oblik razdvajanja potraživanja u različite kategorije u odnosu na njihovu naplativost („nenaplativo potraživanje“ i „sumnjivo potraživanje“)?



Da li bi Vam pomoglo da imate priručnik/ onlajn aplikaciju koja Vam daje smernice o tome kako da upravljate svojim potraživanjima, ili kako da lakše i jeftinije vršite naplatu?



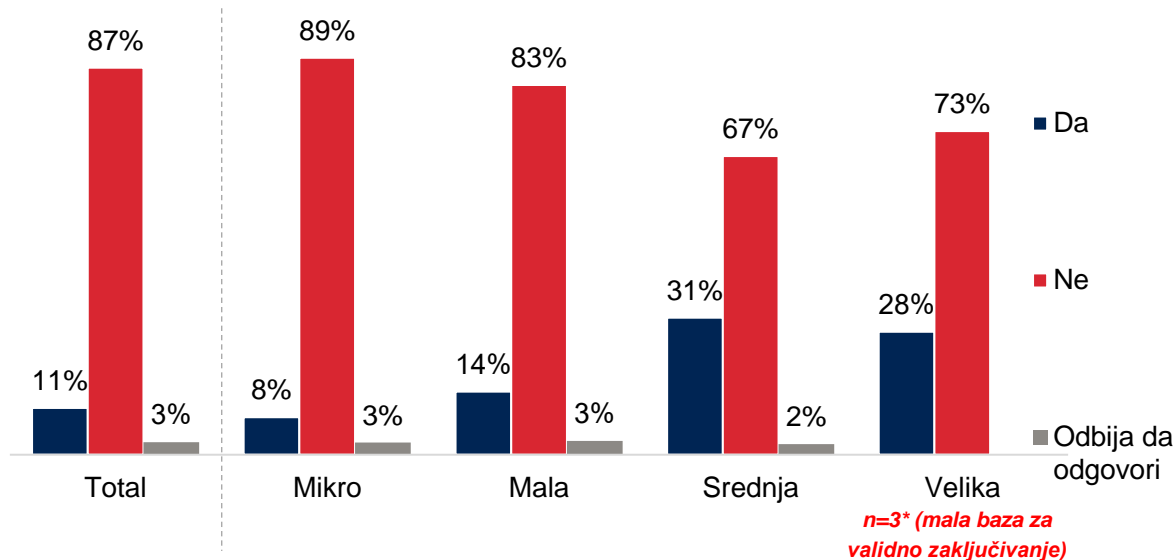
- Da
- Ne zna/Odbija da odgovori
- Ne

Moglo bi se zaključiti da što je **firma veća**, grupisanje potraživanja je **uobičajenije**.

### Grafikon 8.3. Kategorizacija potraživanja među privrednim subjektima različite veličine

*Pitanje:* Da li u vašoj kompaniji postoji bilo kakav oblik razdvajanja potraživanja u različite kategorije u odnosu na njihovu naplativost („nenaplativo potraživanje“ i „sumnjivo potraživanje“)?

*Baza:* Ukupna ciljna populacija



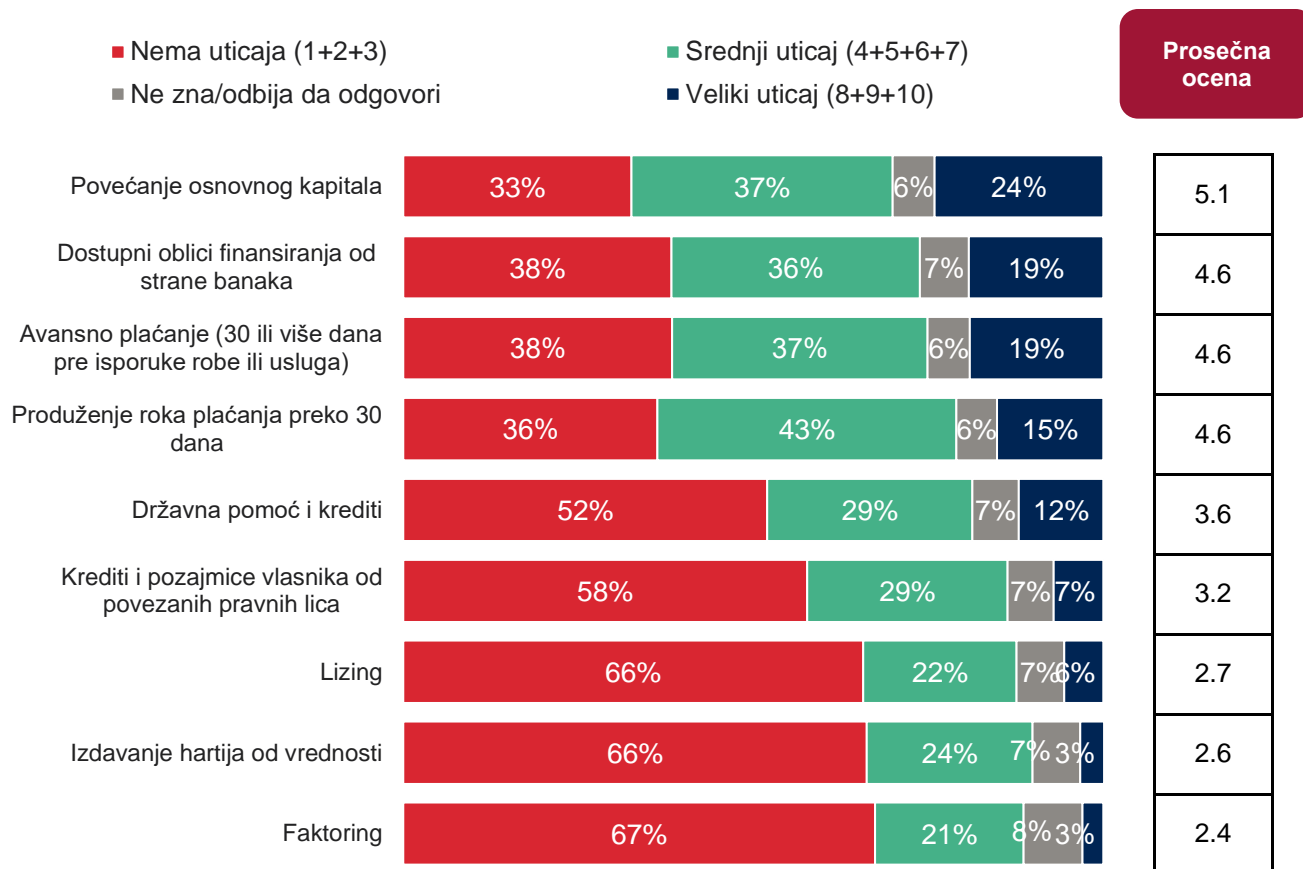
**Najefikasniji** vid eksternog finansiranja je **povećanje osnovog kapitala**, a slede **finansiranje preko banaka, avansno plaćanje i produženje roka za plaćanje**. Faktoring i izdavanje hartija od vrednosti se doživljavaju kao najmanje efikasne metode za dodatna sredstva.

**Mala preduzeća (26%) i izvoznici (28%) češće** od proseka naglašavaju **pozitivan uticaj bankarskih kredita i zajmova**. Isto važi za izvoznike i u pogledu **avansnog plaćanja (29%)**.

**Grafikon 8.4. Uticaj različitih oblika eksternog finansiranja**

*Pitanja:* U nastavku se nalazi lista oblika eksternog finansiranja. Molim Vas ocenite ove oblike na skali od 1 do 10, gde 1 znači „uopšte ne utiče na Vaše poslovanje“, a 10 znači „ima veliki uticaj na Vaše poslovanje“.

*Baza:* Ukupna ciljna populacija



## IX. Alternativni izvori finansiranja

### Finansiranje putem kapitala

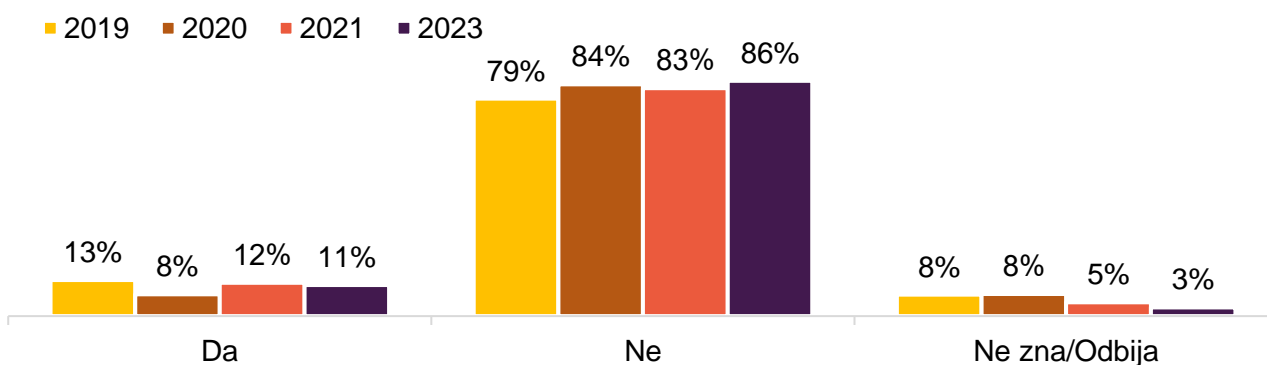
Kao i prethodnih godina, mali broj firmi, **tek svaka deseta**, je spreman da **proda deo vlasništva kompanije**, i to mahom manji deo (6%). Samo 1% preduzeća spremno je da razmisli o prodaji većinskog udela.

Za finansiranje putem kapitala zainteresovaniji su **izvoznici (17%)** i **firme koje su otvorenije prema kreditima, tj. već koriste neki vid pozajmice (18%)**.

#### Grafikon 9.1. Spremnost na finansiranje putem kapitala (poređenje talasa)

*Pitanja: Da li biste bili otvoreni da prodate relevantnom partneru deo vlasništva kompanije?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

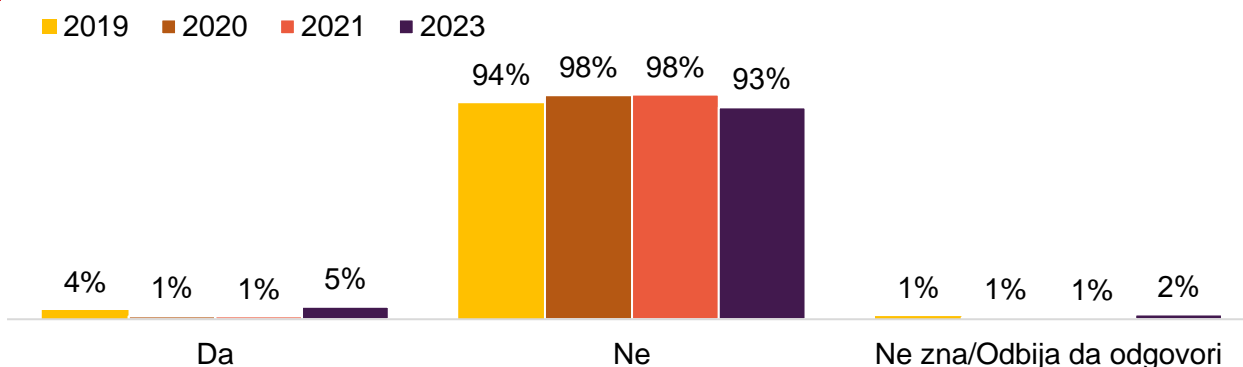


U poređenju sa prethodnim talasima, **veći broj privrednika** navodi da **ima iskustvo** s finansiranjem putem kapitala (**5%**, u odnosu na **1%** u prethodna dva talasa). Ovo češće od ostalih potvrđuju oni koji veruju u dalji razvoj svog poslovanja, imaju i planove i sredstva za buduće investicije, već koriste eksterne oblike finansiranja, prisutni na internetu i predstavnici beogradskih kompanija.

#### Grafikon 9.2. Iskustvo u finansiranju putem kapitala (poređenje talasa)

*Pitanja: Da li ste do sada imali iskustva sa finansiranjem putem kapitala, tj. prodajom udela u Vašem vlasništvu?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



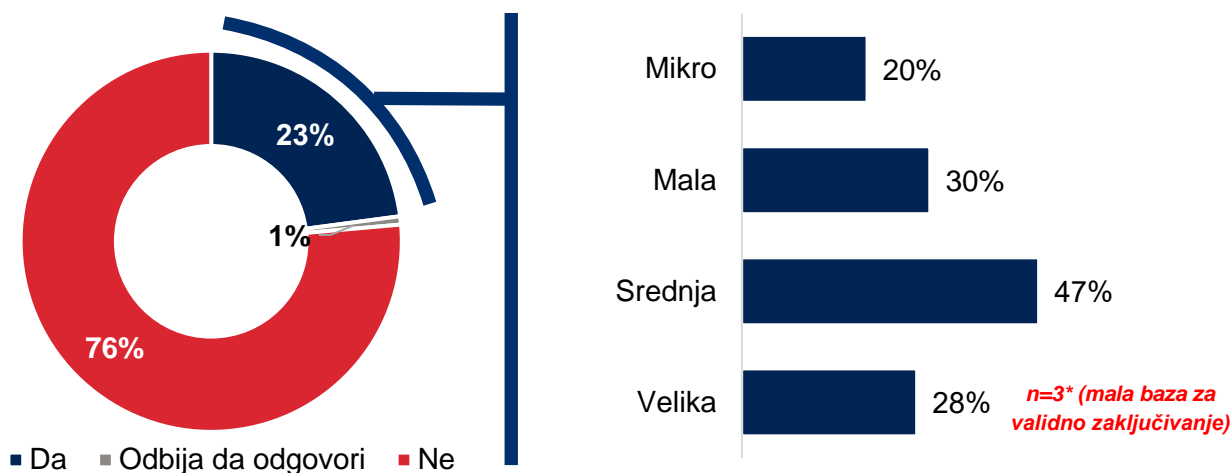
## Nova tehnološka rešenja

Gotovo je **svaka četvrta** kompanija **upoznata sa crowdfunding-om** kao oblikom finansiranja (**23%**), što je značajno više u odnosu na raniji period. Sudeći po stepenu informisanosti, čini se da je ovaj model **naročito popularan** među **malim (30%)** i **srednjim preduzećima (47%)**, optimistima po pitanju rasta njihovog biznisa, onima koji imaju potrebu i mogućnost da dalje ulažu, dolaze iz Beograda, korisnicima kredita i firmama sa razvijenom internet prodajom.

### Grafikon 9.3. Upoznatost sa crowdfunding-om

*Pitanja: Da li ste ikada čuli/znate li šta je Crowdfunding ili Crowdfunding (proces finansiranja projekata ili poduhvata prikupljanjem novca od velikog broja ljudi od kojih svaki doprinosi relativno malom količinom novca, obično putem interneta)?*

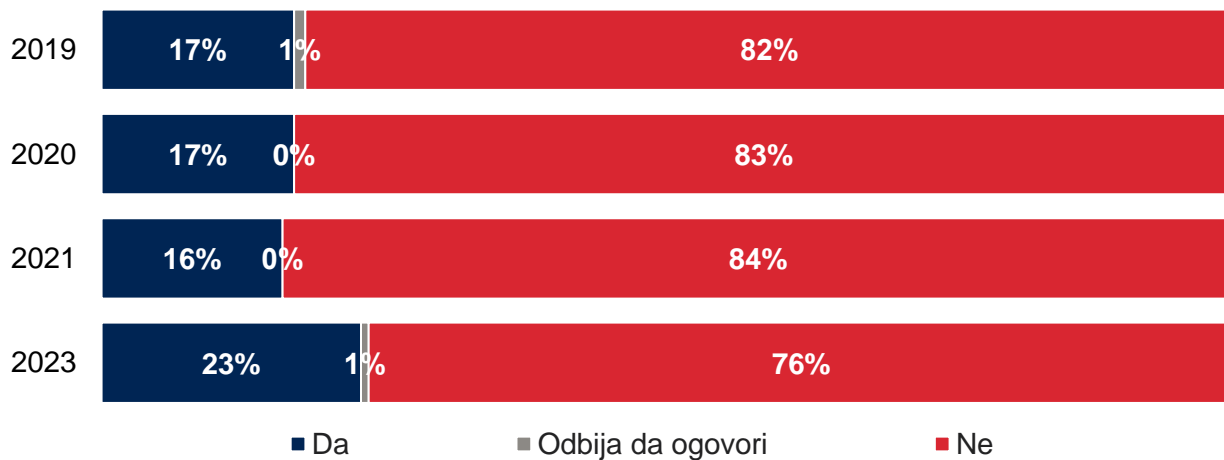
*Baza: Ukupna ciljna populacija*



### Grafikon 9.4. Upoznatost sa crowdfunding-om (poređenje talasa)

*Pitanja: Da li ste ikada čuli/znate li šta je Crowdfunding ili Crowdfunding (proces finansiranja projekata ili poduhvata prikupljanjem novca od velikog broja ljudi od kojih svaki doprinosi relativno malom količinom novca, obično putem interneta)?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

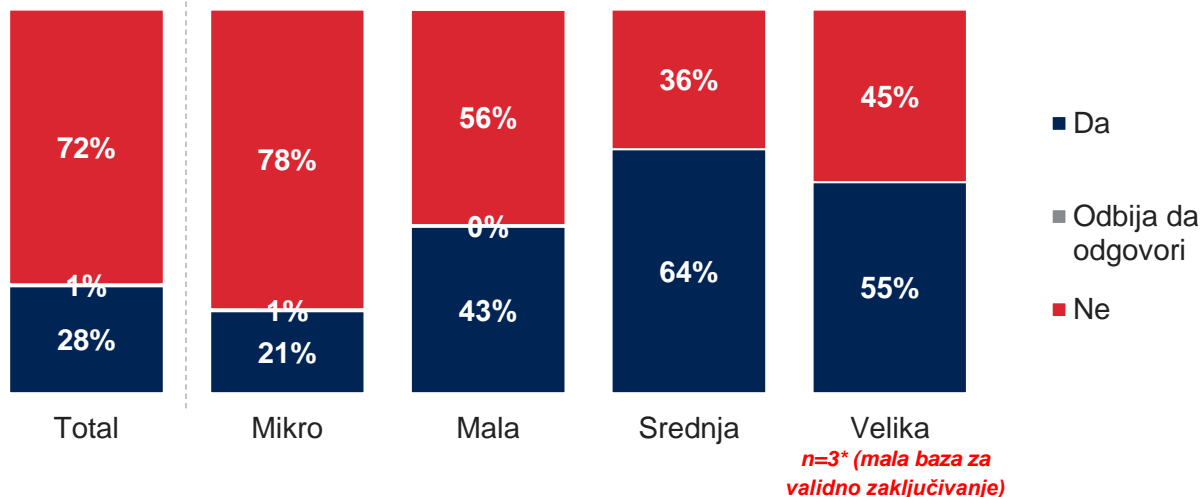


Više od četvrtine srpskih privrednika navodi da **zna** kako funkcionišu **onlajn platforme za faktoring (28%)**. Slično prethodnom, **bolje od proseka** su informisana **mala (43%)** i **srednja preduzeća (64%)**, izvoznici, oni koji su spremni da investiraju, prisutni na internetu, korisnici kredita i registrovani u Beogradu.

**Grafikon 9.5. Upoznatost sa onlajn faktoringom**

*Pitanja: Da li ste upoznati sa radom onlajn platformi za faktoring u Srbiji, preko kojih možete da prodate svoje nedospеле fakture i do odmah dođete do neophodnog novca?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

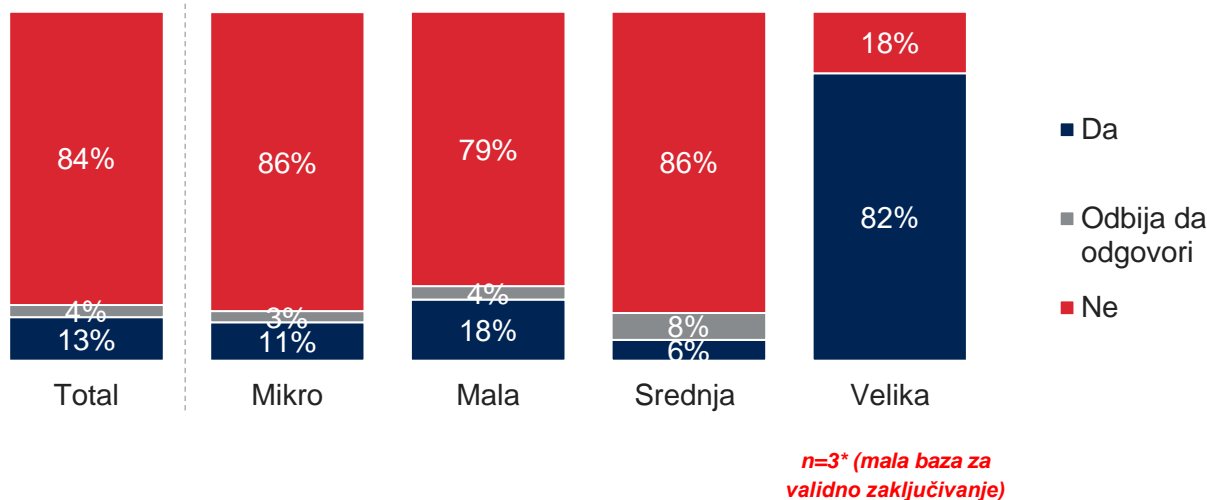


Mali broj privrednika bi se odlučio za **kratkoročne pozajmice** preko **internet platformi i poslovnih softvera (13%)**. U poređenju s prosekom, otvoreniji za ovaj inovativni način obezbeđivanja sredstava su **mala preduzeća (17%)**, oni koji žele da investiraju, ali imaju poteškoće da to i učine, firme koje imaju sajt i onlajn prodaju, kao i korisnici kredita.

**Grafikon 9.6. Korišćenje kratkoročnih pozajmica putem onlajn platformi i poslovnih softvera**

*Pitanja: Da li biste koristili opcije za kratkoročno pozajmljivanje novca ukoliko bi Vam bile lako dostupne preko različitih onlajn platformi ili poslovnih softvera koje koristite (e-commerce platformi, platformi za plaćanje, itd.)?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



## X. Elektronska trgovina (e-trgovina)

Procenat firmi koje predviđaju **veći uticaj e-trgovine** u budućnosti je **u skladu** sa brojkama iz **2019. i 2020. godine**, ali je **niži** od zabeleženog **2021. godine**. Ovaj pad se može pripisati činjenici da je 2021. bila **post-COVID godina** kada je e-trgovina dobila na značaju zbog mera i preporuka povezanih sa pandemijom.

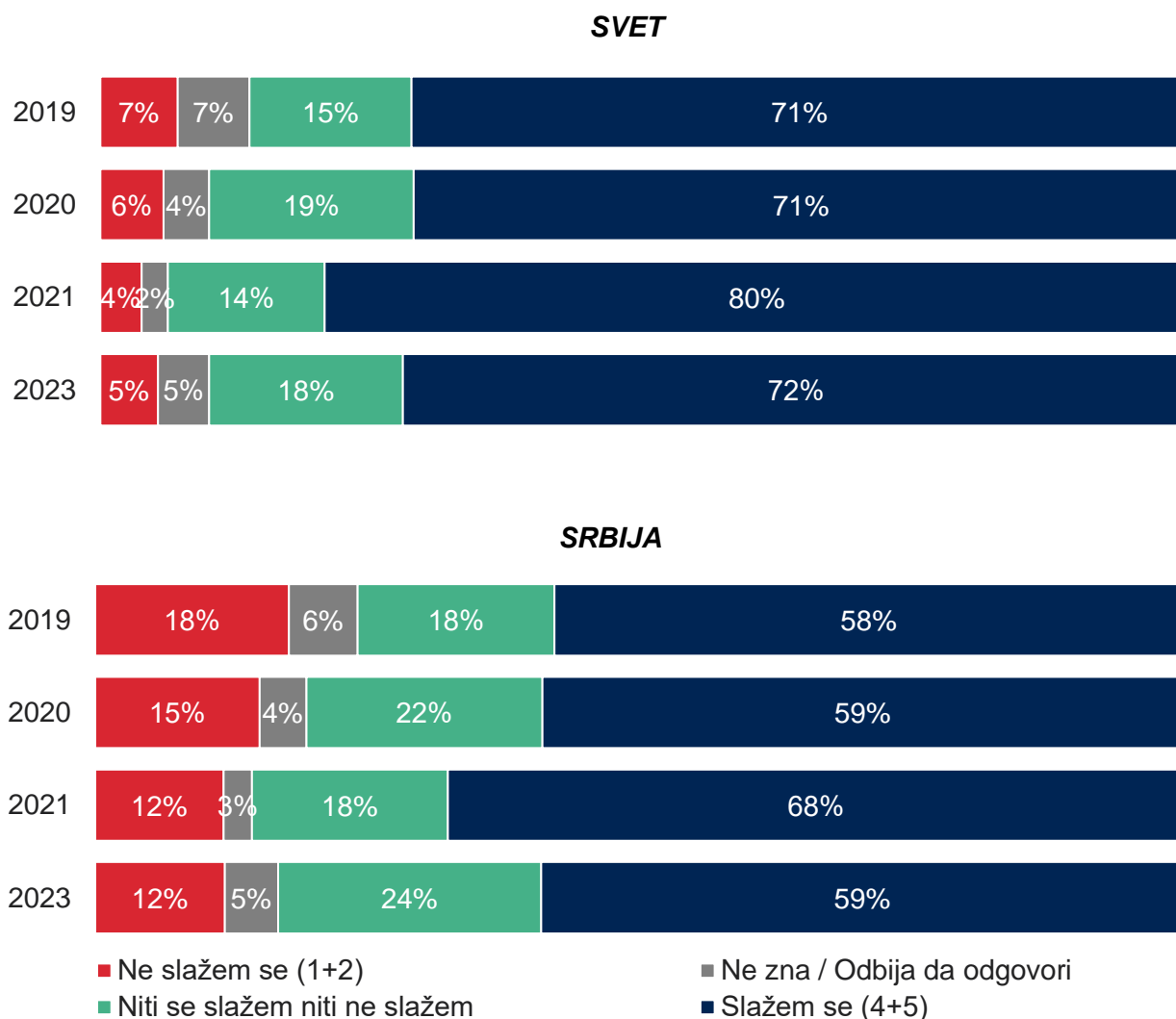
U **veći uticaj** elektronske trgovine na lokalnom tržištu u budućnosti, više od ostalih veruju **srednja preduzeća (79%)**, izvoznici (71%) i firme koje imaju veb sajt (66%). Nasuprot tome, **mala preduzeća (21%)** i ona registrovana u Beogradu (19%) **češće sumnjaju** da će se ovaj kanal prodaje dodatno razvijati.

### Grafikon 10.1. Rast elektronske trgovine na globalnom i nivou Srbije

*Pitanja:* U svetu će doći do velikog rasta e-trgovine kao kanala prodaje u narednom periodu?

U Srbiji će doći do velikog rasta e-trgovine kao kanala prodaje u narednom periodu?

*Baza:* Ukupna ciljna populacija.



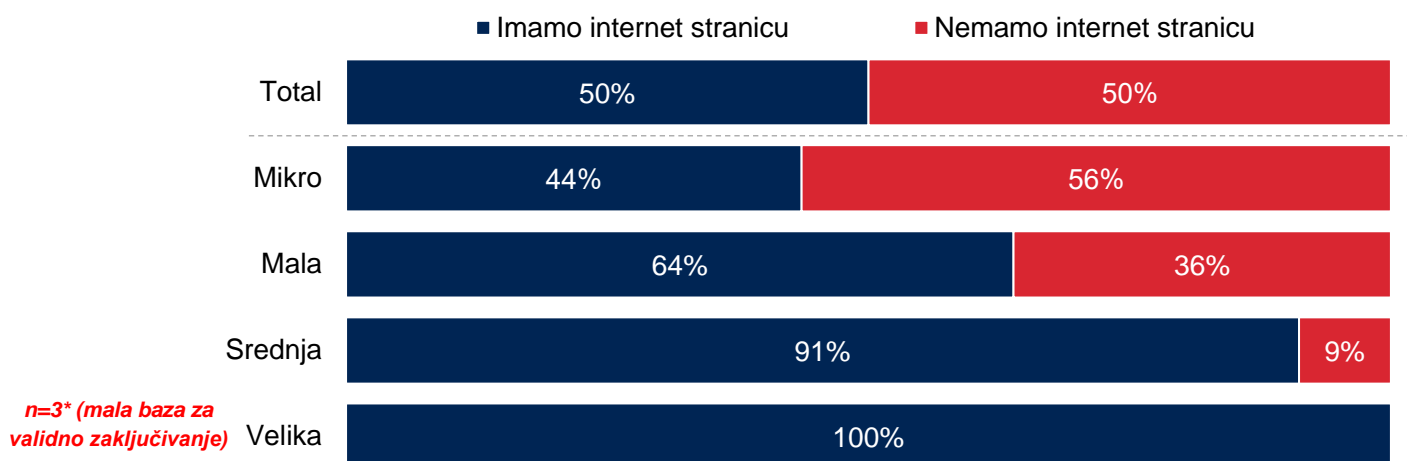


**Svaka druga** firma u Srbiji ima svoju **web stranicu**. Može se zaključiti da je **onlajn prisustvo proporcionalno veličini firme**. Tako, 44% mikro preduzeća poseduje sajt, a isto važi za oko dve trećine malih i čak devet od deset srednjih kompanija. Izvoznici i oni koji imaju planove i mogućnosti za investiranje takođe češće od drugih ističu da imaju sajt.

**Grafikon 10.2. Prisustvo na internetu putem web sajta**

*Pitanja: Da li Vaša kompanija ima internet stranu/web-sajt? Pod internet stranicom se ne podrazumeva stranica na fejsbuku ili nekoj drugoj društvenoj mreži, kao ni internet oglasnici (kao što su Halo Oglasi, KupujemProdajem itd.).*

*Baza: Ukupna ciljna populacija.*

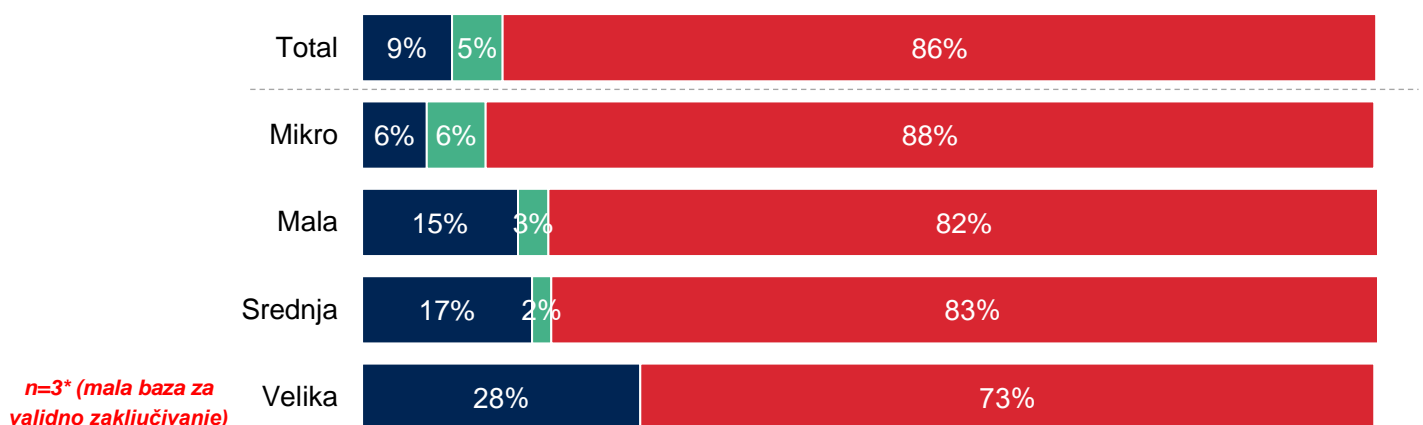


Svega **14% firmi** u Srbiji ima razvijenu **onlajn prodaju**, češće preko **sopstvene** nego preko tuđe **internet prodavnice**. Kao i u slučaju sajta, **što je firma veća, veća je i verovatnoća da se bavi e-trgovinom**. Ovaj kanal prodaje češće od proseka koriste i izvoznici i firme spremne za dalja ulaganja.

**Grafikon 10.3. Onlajn trgovina**

*Pitanja: Da li Vaša kompanija ima internet prodaju (prodaja preko interneta putem sopstvene ili tuđe internet prodavnice)?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija.*



- Da, imamo internet prodaju preko naše internet prodavnice/web-sajta
- Da, imamo internet prodaju preko tuđe internet prodavnice/web-sajta (pod internet prodavnicom se ne podrazumevaju društvene mreže)
- Ne, nemamo internet prodaju

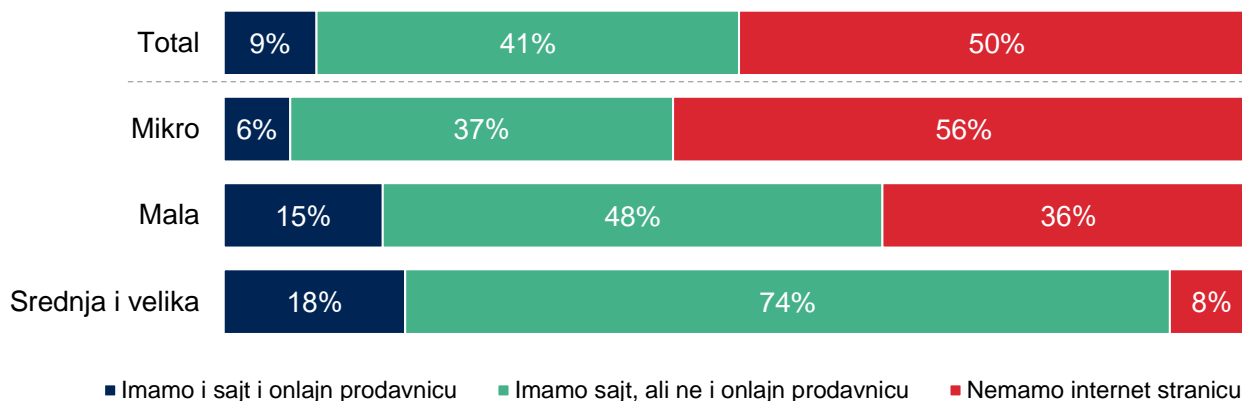
Bez obzira na veličinu, češće se sreću firme koje imaju samo veb sajt nego one koje poseduju i sajt i onlajn prodavnicu.

Podatak da **polovina** firmi **nema internet stranicu** može se pripisati **većem udelu preduzetnika** u ovogodišnjem uzorku.

### Grafikon 10.4. Onlajn trgovina prema veličini preduzeća

*Pitanja: Da li Vaša kompanija ima internet prodaju (prodaja preko interneta putem sopstvene ili tuđe internet prodavnice)?*

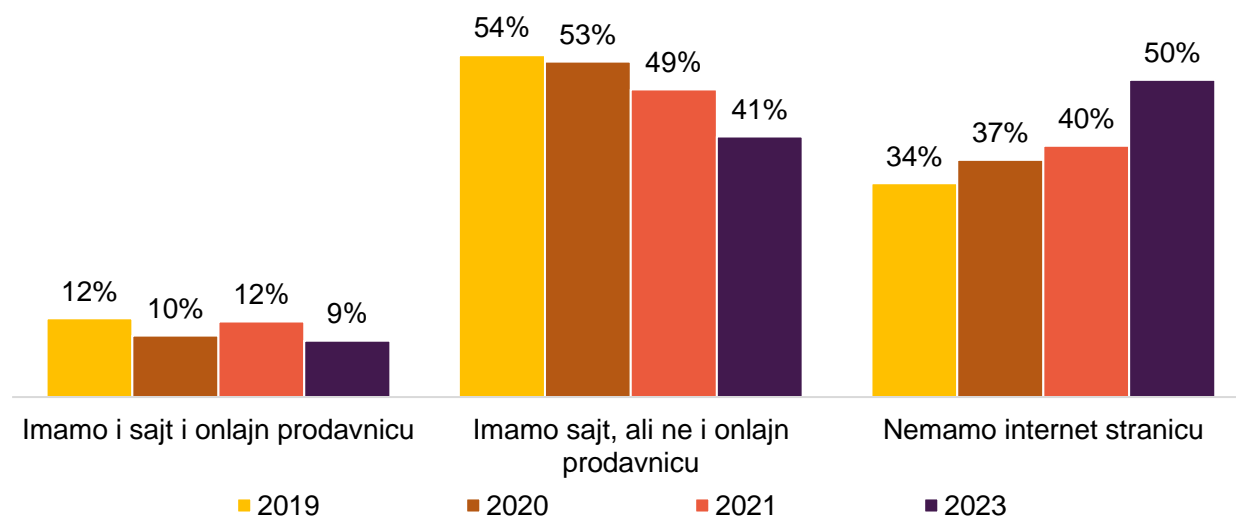
*Baza: Ukupna ciljna populacija*



### Grafikon 10.5. Onlajn trgovina (poređenje talasa)

*Pitanja: Da li Vaša kompanija ima internet prodaju (prodaja preko interneta putem sopstvene ili tuđe internet prodavnice)?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

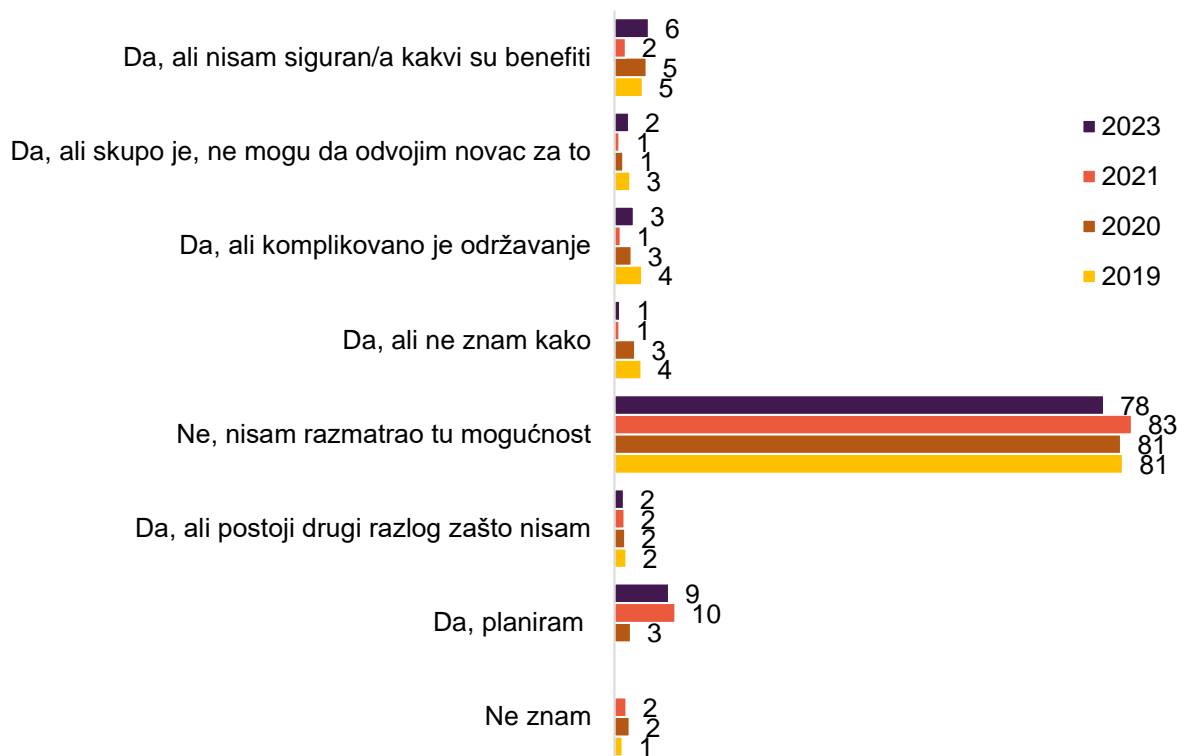


Kao i prethodnih godina, **većina** privrednika koji **nemaju online prodavnicu ne razmišlja da je pokrene**, dok otprilike **svaki deseti ima takve planove**. Na ovaj korak bi se radije od ostalih odlučili optimisti po pitanju daljeg poslovanja (13%), spremni i u mogućnosti za nova ulaganja (20%) i kompanije iz Beograda (14%).

**Grafikon 10.6. Otvaranje internet prodavnice u budućnosti (poređenje talasa)**

*Pitanja: Da li ste ikada razmišljali o otvaranju sopstvene internet prodavnice ili drugom načinu prodaje na internetu? Podaci su prikazani u %.*

*Baza: Oni koji nemaju internet prodavnicu (n=954)*



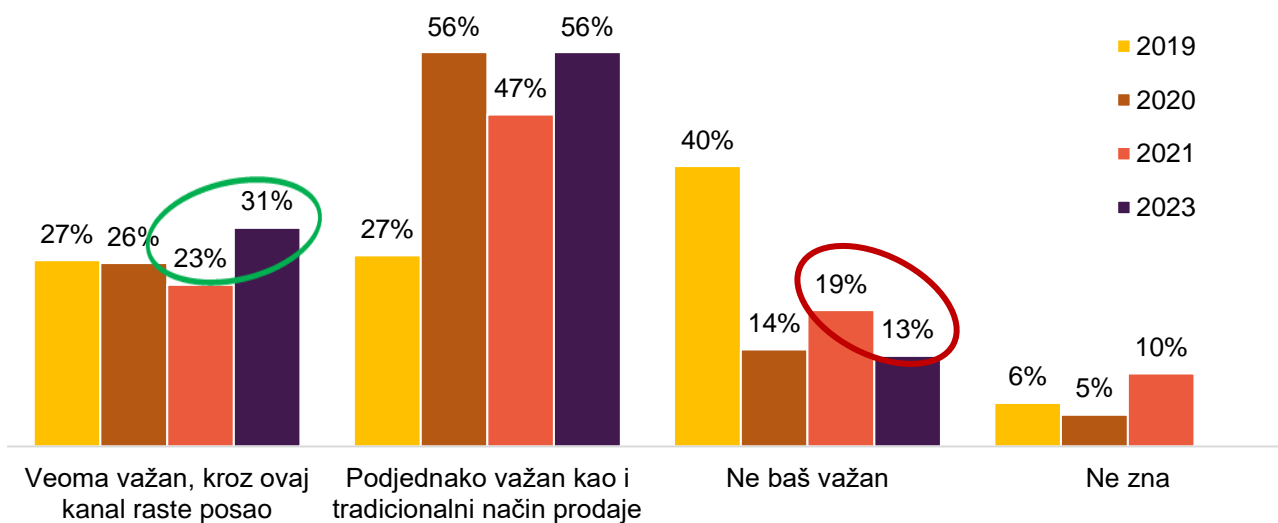
U odnosu na prethodne godine, **više firmi** prepoznaje **značaj onlajn trgovine**, odnosno **manje** je smatra **ne preterano bitnom**. Drugim rečima, čak **87% kompanija** veruje da je internet prodaja **važna** za njihovo poslovanje.

najmanji udeo ovog odgovora među firmama koje su pokrenule internet prodaju.

**Grafikon 10.8. Značaj internet prodaje za poslovanje (poređenje talasa)**

*Pitanja: Koliko je internet prodaja važan kanal prodaje za Vašu kompaniju?*

*Baza: Oni koji imaju internet prodavnicu (n=143)*

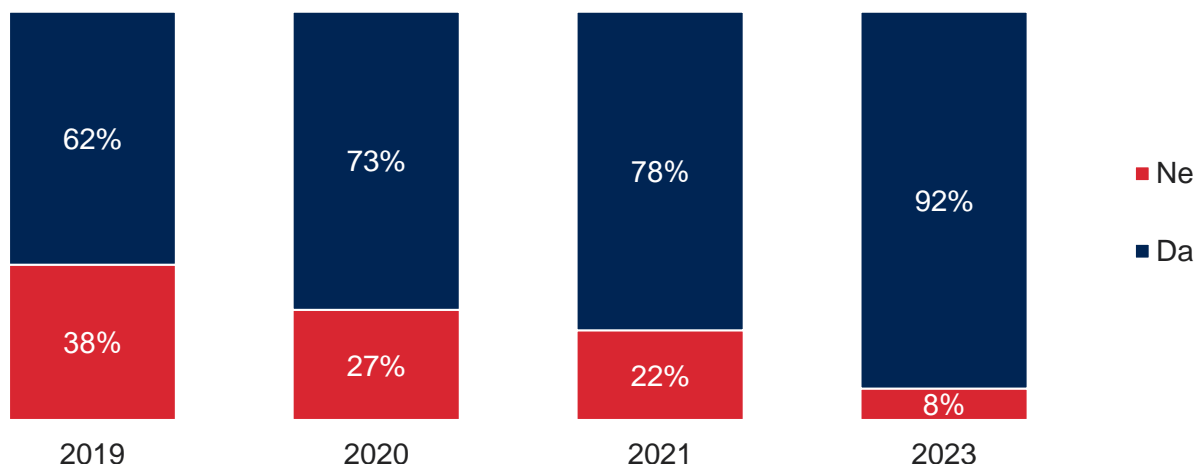


Među onima koji imaju veb šop, beleži se **rastući trend** u pogledu **dostupnosti internet plaćanja**, pa tako danas **preko 90%** ovih kompanija pruža tu mogućnost, najčešće putem platnih kartica i e-banking-a.

### Grafikon 10.9. Onlajn plaćanje (poređenje talasa)

*Pitanja: Da li Vaša kompanija nudi opciju plaćanja preko interneta?*

*Baza: Oni koji imaju internet prodavnicu (n=93)*



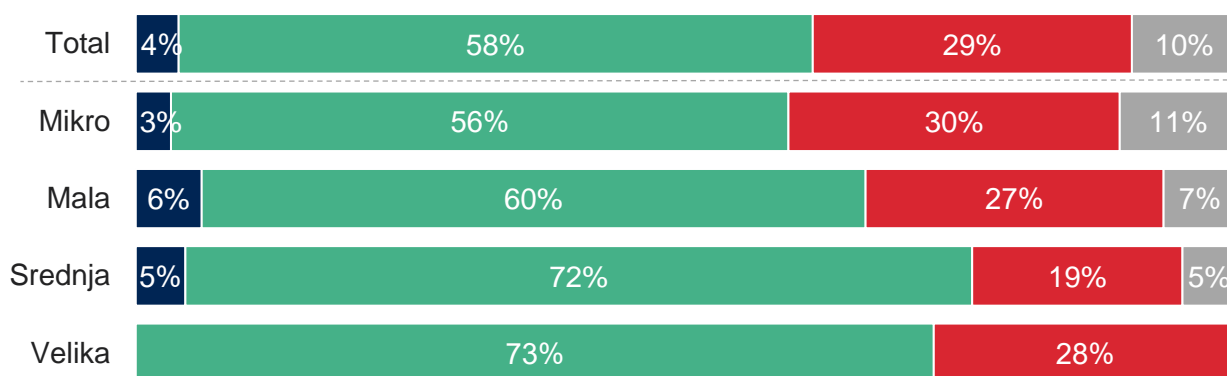
Iako je **većina** privrednika u Srbiji **upoznata** sa postojanjem **elektronskih marketplejsova**, korišćenje ovih specijalizovanih kanala za prodaju je **slabo zastupljeno**, nezavisno od veličine firme. Svega **4% kompanija** nudi svoje proizvode i usluge na ovakvim platformama.

Na marketplejsovima su češće prisutne beogradske firme (7%), one u čijem menadžmentu preovlađuju žene (6%), kao i one koje žele i imaju mogućnost za dalje investiranje (9%).

### Grafikon 10.10. Marketplejsovi

*Pitanja: Da li ste upoznati sa poslovanjem onlajn marketplejsova (kao što su Amazon, Ananas, Shopster i slično)?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



*n=3\* (mala baza za validno zaključivanje)*

- Da, upoznat/a sam, naši proizvodi su prisutni na onlajn marketplejsovima
- Da, upoznat/a sam, ali naši proizvodi nisu prisutni na onlajn marketplejsovima
- Ne, nisam upoznat/a s poslovanjem marketplejsova
- Nikada nisam ni čuo/la za to

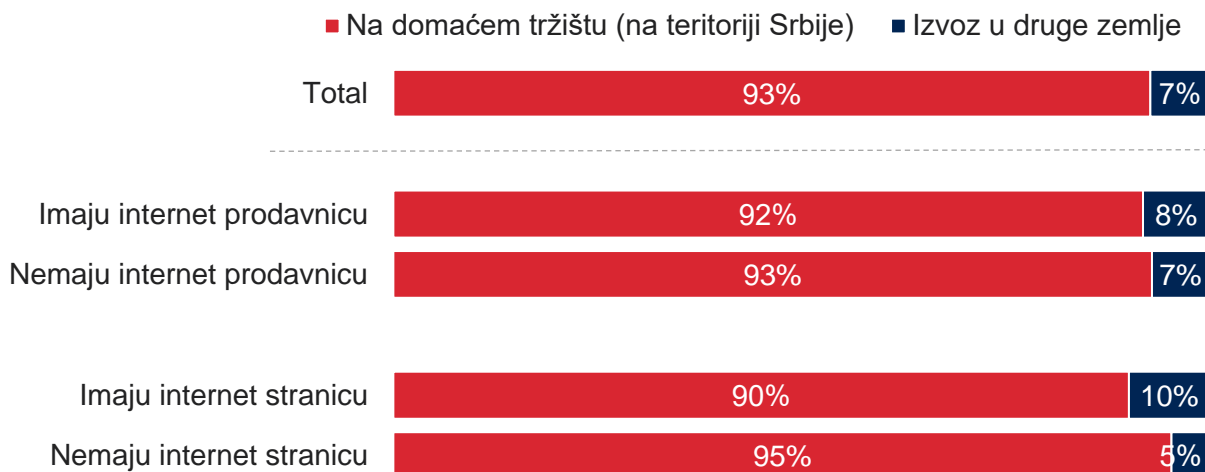
Ako sagledamo **tržišnu strukturu** kroz **perspektivu prisustva na internetu**, videćemo da **firme koje poseduju internet stranicu manje zavise od domaćeg tržišta**. Tako one izvoze duplo više svojih proizvoda/ usluga od preduzeća koja nemaju sajt (10% prema 5%).

### Uticaj i značaj prisustva na internetu

#### Grafikon 10.11. Tržišna struktura prema prisustvu na internetu

*Pitanja: Koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022. godine prodavali na domaćem tržištu (na teritoriji Srbije), a koliko izvezili u druge zemlje?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

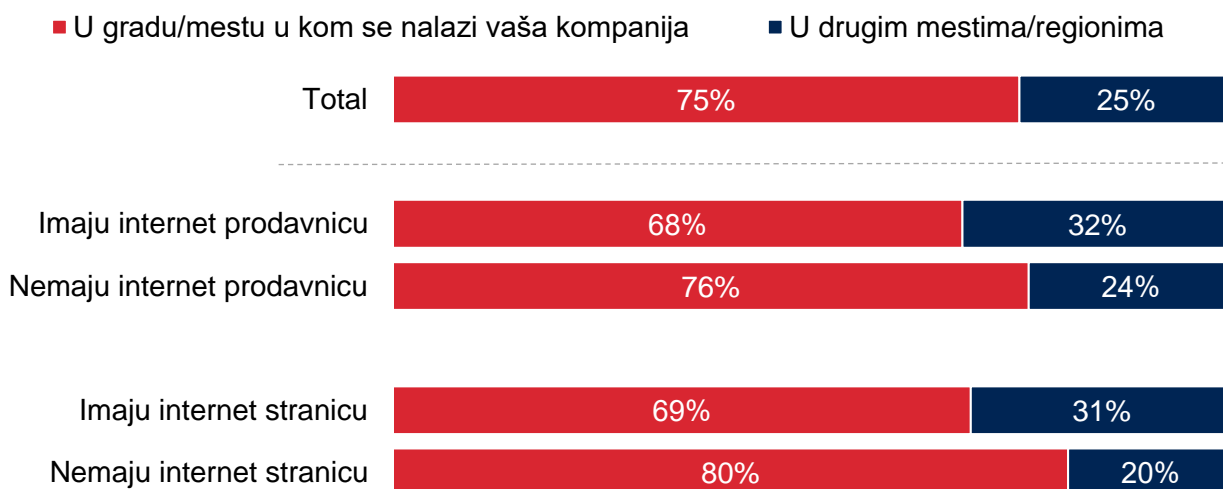


Takođe, firme prisutne na internetu **češće** od onih koje nisu šire svoje poslovanje **van mesta sedišta**.

#### Grafikon 10.12. Prodaja proizvoda i usluga na domaćem tržištu

*Pitanja: Kada je reč o domaćem tržištu, odnosno o teritoriji Srbije, koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022. godine prodavali u gradu/mestu u kome se nalazi Vaša kompanija, a koliko u drugim mestima/regionima?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



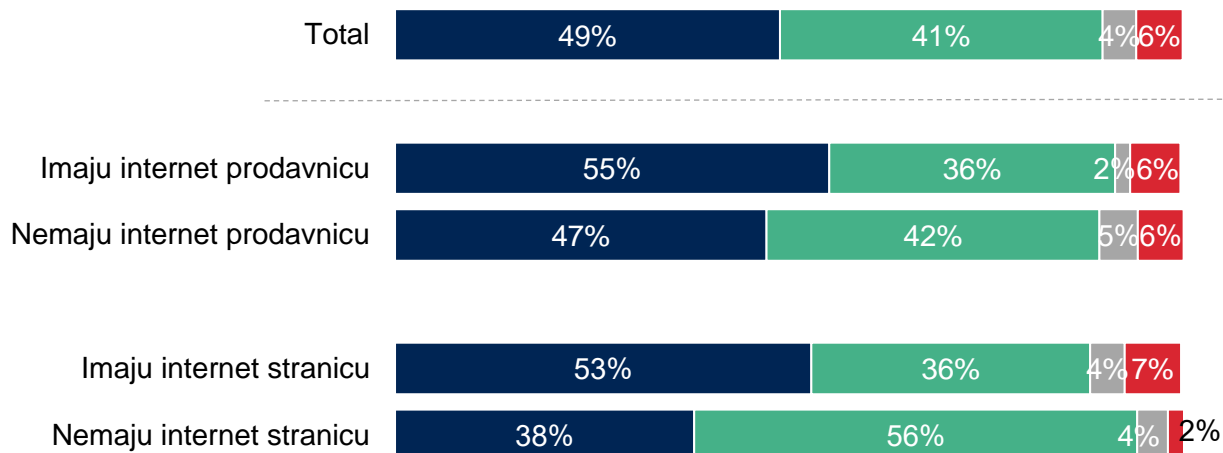
Najpre treba reći da skoro **tri četvrtine izvoznika** ima svoju internet stranicu. Oni su prisutniji na tržištima Zapadnog Balkana od firmi koje se bave izvozom, ali nemaju veb sajt.

### Grafikon 10.13. Prodaja proizvoda i usluga na inostranim tržištima

*Pitanja: Koliki procenat Vaših proizvoda/usluga ste tokom 2022. godine prodavali na domaćem tržištu (na teritoriji Srbije), a koliko izvezili u druge zemlje?*

*Baza: Izvoznici (19% ukupne ciljne populacije)*

■ Zemlje Zapadnog Balkana ■ Tržište EU ■ Tržište Rusije ■ Ostale zemlje, ostatak sveta



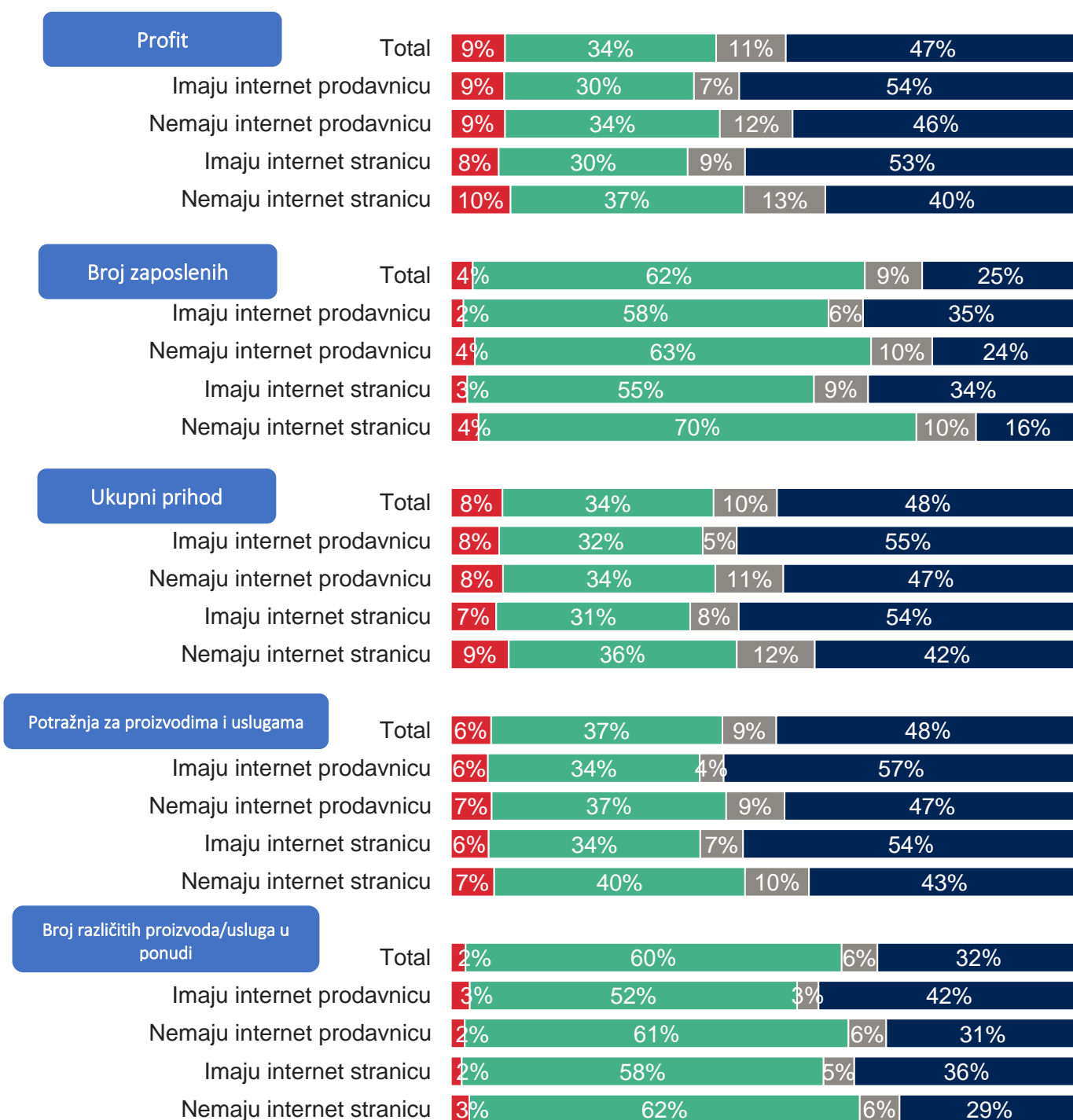
Preduzeća koja posluju na internetu **su optimističnija** u pogledu **rasta poslovanja** u odnosu na ostale, i to u pogledu svih navedenih aspekata - ukupnog prihoda, profita, broja zaposlenih, potražnje i asortimana.

### Grafikon 10.14. Promene u poslovanju u narednih godinu dana

*Pitanja:* A sada ću Vam postaviti nekoliko dodatnih pitanja o Vašim očekivanjima u narednih 12 meseci kada su u pitanju određeni aspekti poslovanja, a Vi treba da mi kažete da li u tom pogledu očekujete smanjenje, povećanje ili ne očekujete nikakvu promenu. Kakva su Vaša očekivanja za narednih 12 meseci kada je u pitanju...

*Baza:* Oni koji ne planiraju prekid poslovanja (n=1040)

■ Pad    ■ Bez promena    ■ Ne zna    ■ Rast

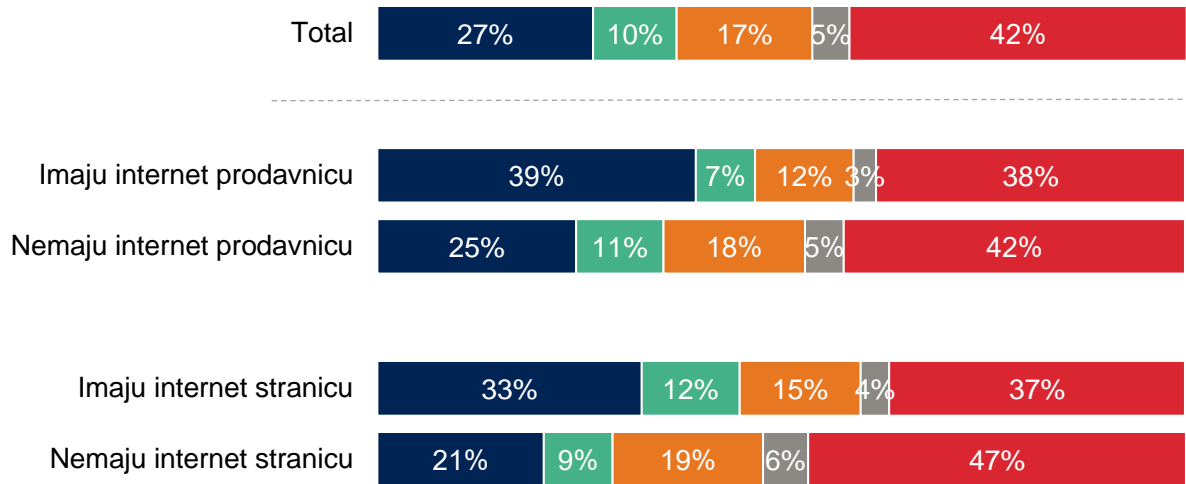


**Prisutni na internetu**, bilo kroz internet stranicu i/ili internet prodavnicu, **daleko češće** pokazuju potrebu za **investicionim ulaganjima**.

**Grafikon 10.15. Potreba za investicijama**

*Pitanja: Da li danas imate potrebu da uložite u Vaše preduzeće?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



- Da, imam planove i sredstva za ulaganje
- Da, ali nemam adekvatan izvor finansiranja
- Da, ali plašim se krize
- Ne zna/odbija da odgovori
- Ne, nemam



## XI. Iskustvo sa novim tehnologijama

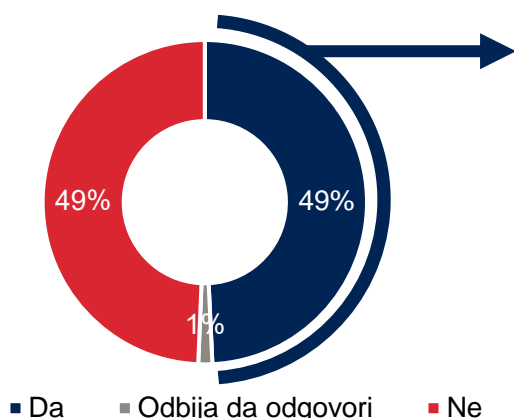
**Polovina** kompanija koristi **poslovne platne kartice**, a među njima, **44%** koristi opciju **odloženog plaćanja**. Preostali korisnici kartica uglavnom nisu otvoreni za tu mogućnost, bilo da im je dostupna ili ne.

**Srednja preduzeća (77%)**, izvoznici, korisnici kredita, firme spremne za dalja investiranja, prisutne na internetu i one iz Beograda češće od ostalih koriste biznis kartice. Međutim, **srednja preduzeća (34%)** i **izvoznici (44%)** su izričitiji od ostalih da im opcija odloženog plaćanja nije potrebna.

### Grafikon 11.1. Korišćenje platnih kartica

*Pitanje: Da li Vaša kompanija koristi poslovne (biznis) platne kartice za plaćanje robe i usluga (u fizičkom okruženju ili onlajn)?*

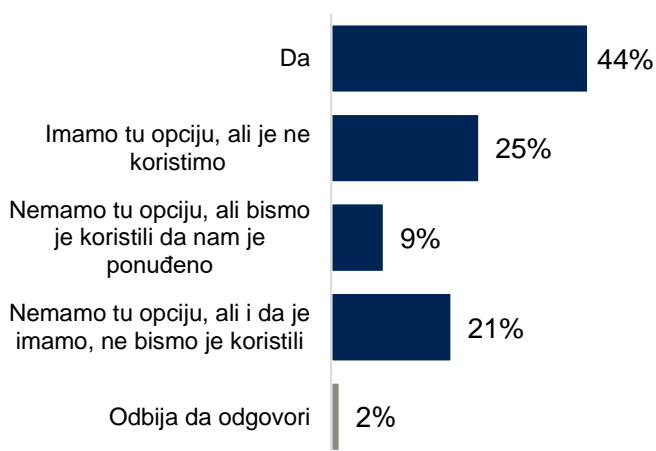
*Baza: Ukupna ciljna populacija*



### Grafikon 11.2. Korišćenje odloženog plaćanja

*Pitanje: Da li Vaša kompanija koristi opciju odloženog plaćanja preko poslovne platne kartice?*

*Baza: Oni koji koriste poslovne platne kartice (n= 516)*

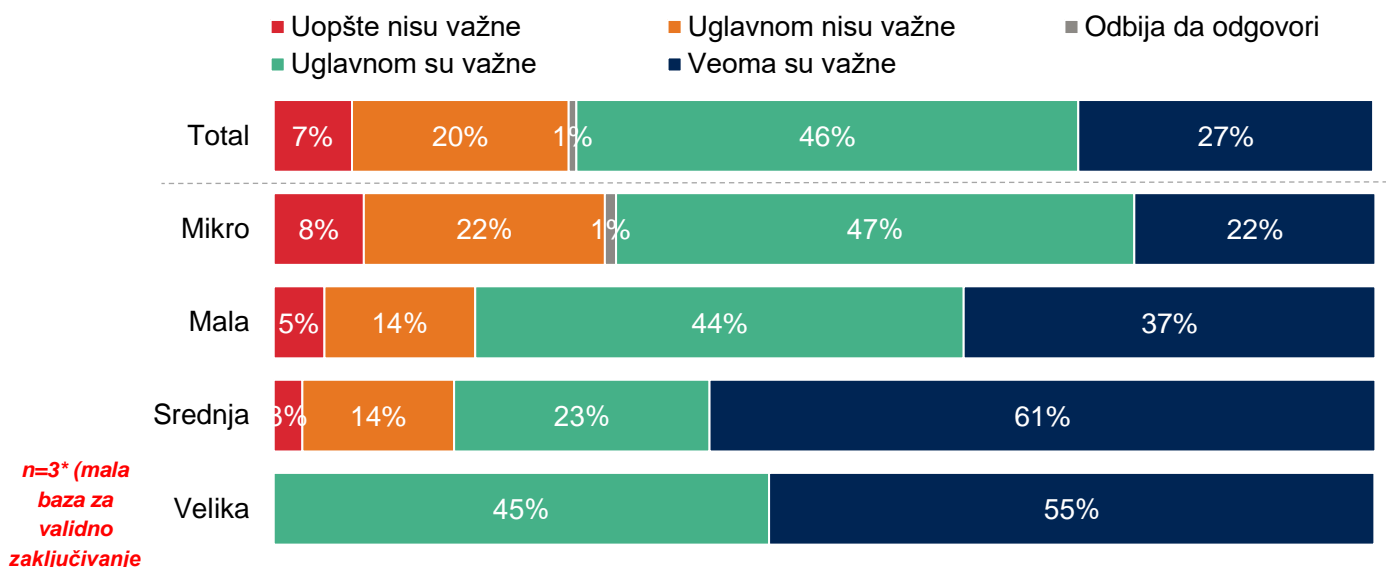


Približno **tri četvrtine** srpskih privrednika smatra **nove tehnologije važnim** za svoje poslovanje. Očekivano, veća preduzeća pridaju veći značaj tehnološkim unapređenjima. Slično važi i za izvoznike i firme koje se bave internet prodajom, odnosno imaju internet stranicu.

### Grafikon 11.3. Značaj novih tehnologija za poslovanje

*Pitanje: U kojoj meri smatrate da su nove tehnologije (poput novih mašina i uređaja, alata, softvera, tehnologija i znanja, kadrova opremljenih takvim novim tehnološkim znanjima i veštinama) važne za poslovanje Vaše kompanije?*

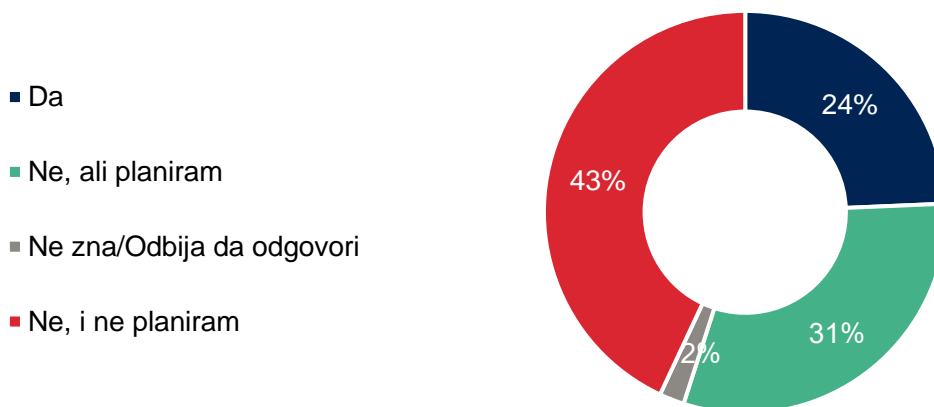
*Baza: Ukupna ciljna populacija*



Jedna četvrtina kompanija je već **uvela** neka **nova tehnološka rešenja**, oko **jedne trećine namerava** da to uradi, a **43% ne razmišlja** o tome. U skladu s procenom značaja novih tehnologija za poslovanje, potreba za novim tehnologijama raste sa veličinom preduzeća. Veće interesovanje za ovu temu pokazuju i izvoznici i firme prisutne na internetu.

**Grafikon 11.4. Uvođenje novih tehnologija u poslovanje**

*Pitanje: Da li ste u poslovanje Vaše kompanije uveli neke od novih tehnologija (ilustrovanih u prethodnom pitanju)?*  
*Baza: Ukupna ciljna populacija*



Glavni motivi za implementaciju novih tehnologija su **poboljšanje postojećih (48%)**, zatim **razvoj novih proizvoda i usluga (40%)**, **poboljšanje odnosa sa kupcima (39%)** i **jačanje konkurentnosti preduzeća (38%)**.

Firme koje se bave internet prodajom, značajno češće od ostalih, kao motiv za tehnološke inovacije navode jačanje veza sa kupcima i upoznavanje sa njihovim ponašanjem, unapređenje prodaje i razvoj marketing strategije i oglašavanja. Odnosi sa kupcima su važan razlog i za preduzeća koji se bave trgovinom.

**Grafikon 11.5. Glavni motivi za uvođenje novih tehnologija u poslovanje**

*Pitanje: Koji su bili osnovni ciljevi Vaše kompanije kod usvajanja neke od novih tehnologija? Navedite sve koji jesu.*

*Baza: Oni koji su implementirali nove tehnologije (n=254)*



Firme koje su uvele tehnološke inovacije kao **osnovne benefite** tog procesa prepoznaju **privlačenje novih klijenata (55%)** i **uvećanje profita (50%)**, dok **svoga 3% ne smatra** da je imalo korist od novih tehnoloških rešenja.

**Grafikon 11.6. Procena benefita od uvođenja novih tehnologija**

*Pitanje: Kakve koristi od usvajanja novih tehnologija ima Vaša kompanija?*

*Baza: Oni koji su implementirali nove tehnologije (n=254)*



Većina firmi koje **ne planiraju** uvođenje novih tehnologija kao **glavni razlog** navodi da im **nisu potrebne (70%)**.

**Grafikon 11.7. Razlozi za neuvođenje novih tehnologija**

*Pitanje: Koji je glavni razlog zbog čega ne planirate uvođenje novih tehnologija?*

*Baza: Oni koji nisu implementirali nove tehnologije u poslovanje (n=450)*

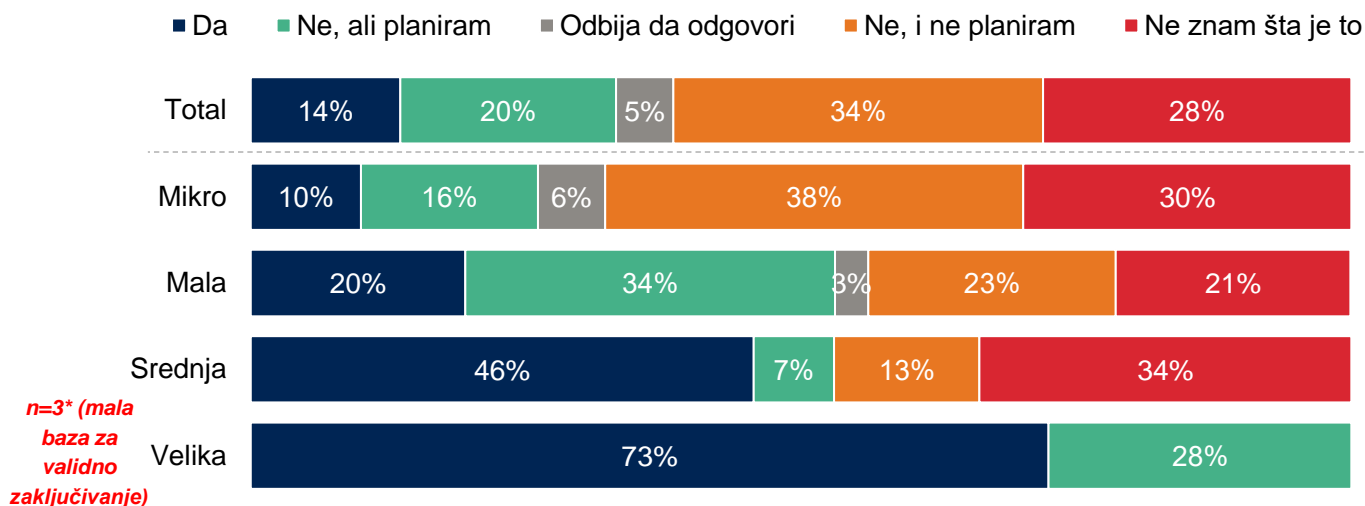


**Principe održivog poslovanja** u svoje planove **uključuje 14% kompanija**, a **petina planira da ih uvede**. Kao i kod novih tehnologija, potreba za ESG je proporcionalna veličini kompanije. Održivom poslovanju su skloniji izvoznici, kompanije sa razvijenom internet prodajom, one spremne da investiraju i one registrovane u Beogradu.

**Grafikon 11.8. Primena principa održivog poslovanja (ESG okvira)**

*Pitanje: Da li u planove vaše kompanije uključujete ESG principe (principe održivog poslovanja)?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



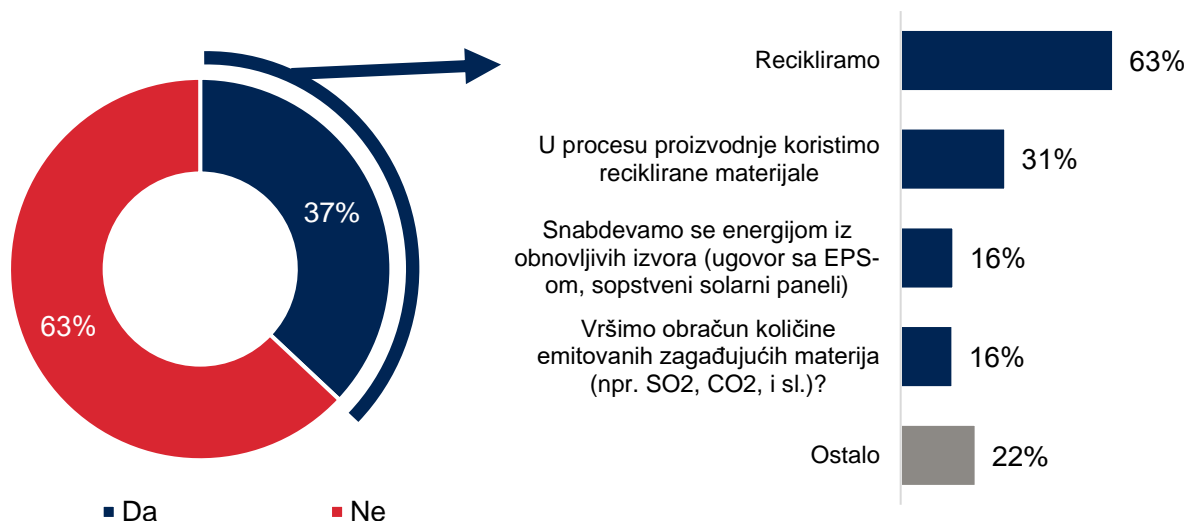
U značajno većoj meri u poređenju sa ESG okvirom, firme ističu svoju **uključenost u zaštitu životne sredine i energetska efikasnost – blizu 40%**. I interesovanje za pitanja životne sredine raste s veličinom preduzeća.

Ovi principi se najpre ugledaju u reciklaži (63%), potom u korišćenju recikliranih materijala u proizvodnji (31%).

### Grafikon 11.9. Uključenost u zaštitu životne sredine i energetska efikasnost

*Pitanje:* Da li se Vaša kompanija bavi pitanjima zaštite životne sredine i energetske efikasnosti?

*Baza:* Ukupna ciljna populacija; oni koji primenjuju principe zaštite životne sredine (n=388)

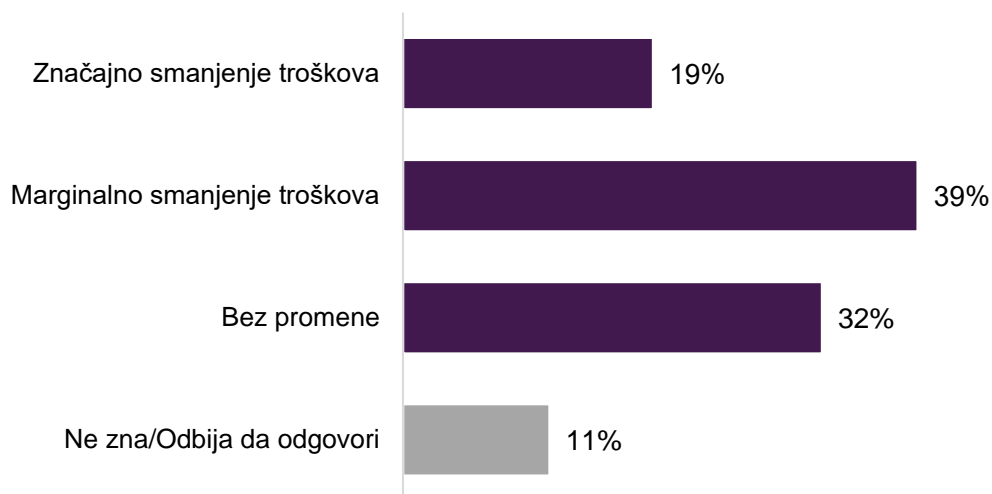


**Uštede** koje ostvaruju poštovanjem principa zaštite životne sredine, najveći broj preduzeća ocenjuje kao **neznatne**, ali **blizu petine** ističe da su im troškovi **značajno smanjeni**.

### Grafikon 11.10. Ušteda kroz primenu principa zaštite životne sredine

*Pitanje:* Koliko uštede ste ostvarili primenom principa energetske efikasnosti i zaštite životne sredine?

*Baza:* Oni koji primenjuju principe zaštite životne sredine (n=388)



Na pitanje šta je najveća **prepreka** za **unapređenje energetske efikasnosti**, najveći broj preduzeća koja se do sada nisu bavila time navodi da to **nije relevantno za njihovo poslovanje**, dok je **nedostatak vremena** najveći izazov za oko **petinu** privrednika. Tek 9% kaže da je problem nedostatak finansijskih sredstava.

### Grafikon 11.11. Prepreke za unapređenje energetske efikasnosti

*Pitanje: Koja je najveća prepreka koja Vas ometa da unapredite energetske efikasnosti Vaše kompanije?*

*Baza: Oni koji ne primenjuju principe energetske efikasnosti (n=659)*



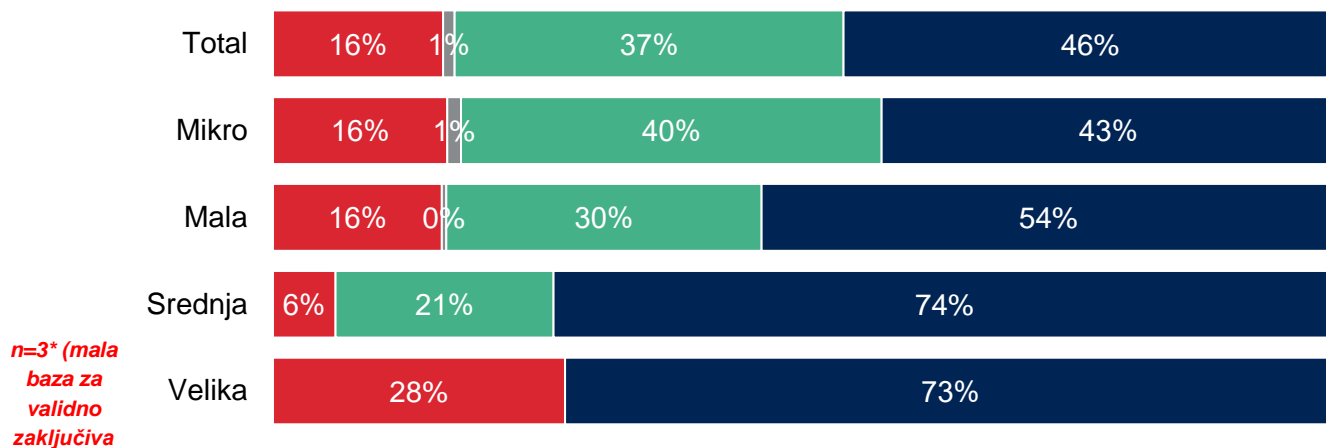
## XII. Zaključna pitanja i efekti

Kompanije u Srbiju veruju da su **barem delimično upoznate** sa izmenama zakona i propisa (**83%**). **Srednja preduzeća** (74%) i ona iz Vojvodine (57%) češće od drugih navode da su po ovom pitanju veoma dobro informisana.

### Grafikon 12.1. Informisanost o izmenama zakona i propisa

*Pitanje: Generalno gledano, koliko dobro ste obavešteni o promenama regulative tj. izmenama zakona i propisa u Srbiji?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



■ Loše informisani (1+2) ■ Odbija da odgovori ■ Donekle informisani ■ Dobro informisani (4+5)

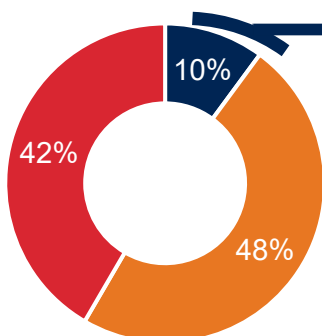
Iako većina zna za **Registar administrativnih postupaka (58%)**, **svega 10%** ga i **koristi**. Korisnici ga mahom ocenjuju pozitivno, ističući da su uglavnom zadovoljni.

### Grafikon 12.2. Upoznatost sa Registrom administrativnih postupaka

*Pitanje: Da li ste upoznati sa Registrom administrativnih postupaka?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*

- Da, koristim ga
- Čuo/la sam za registar, ali nisam dovoljno upoznat/a, ne koristim ga
- Ne, nikad nisam čuo/la za taj registar



### Grafikon 12.3. Zadovoljstvo Registrom administrativnih postupaka

*Pitanje: Koliko ste zadovoljni sadržajem Registra administrativnih postupaka?*

*Baza: Oni koji koriste Registar (n= 105)*

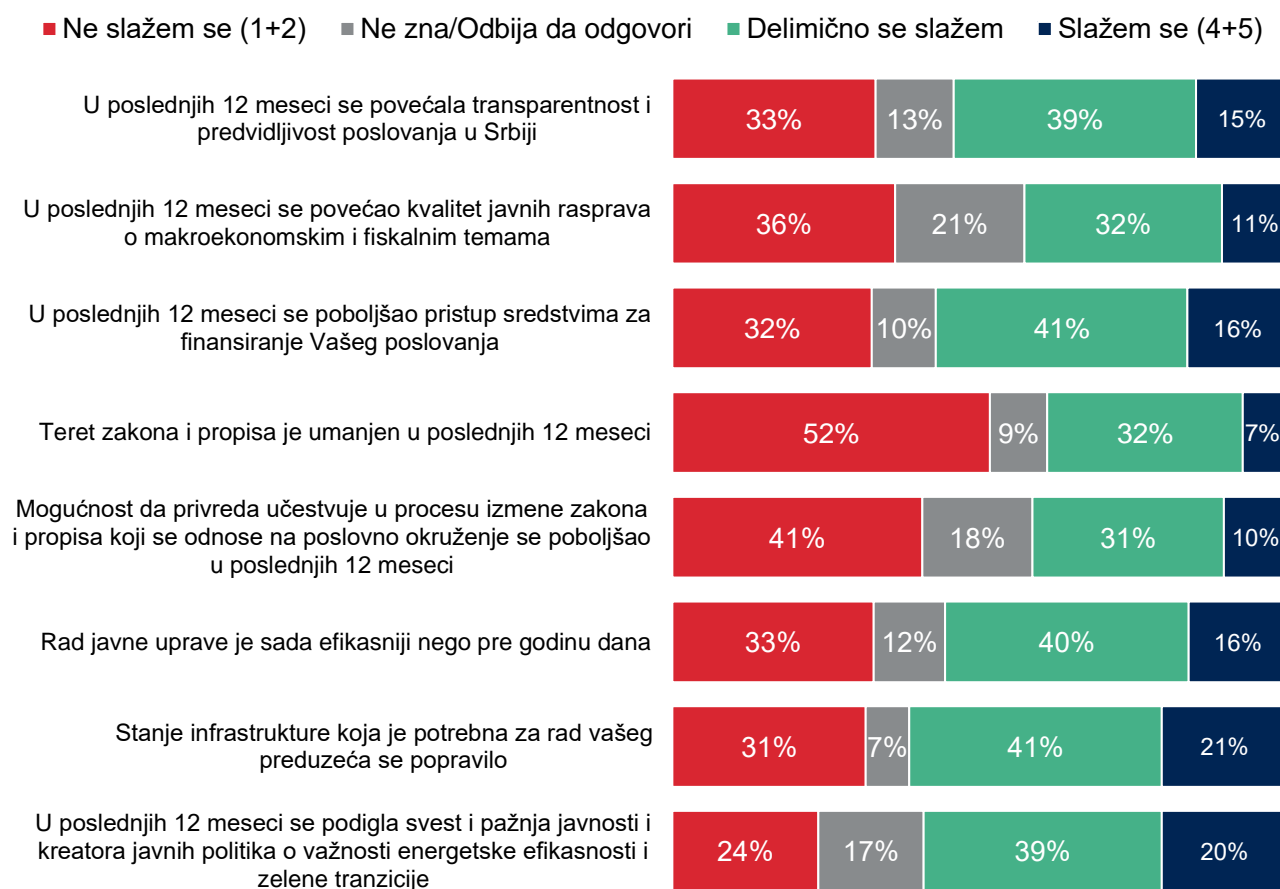


Sagledavajući poslovnu klimu u poslednjih godinu dana, privrednici najveći **napredak** vide u **infrastrukturi** koja im je potrebna za poslovanje – **62%** se bar donekle slaže da je **situacija bolja** nego ranije. S druge strane, **svaka druga firma** smatra da **nije došlo** do bilo kakvog rasterećenja **u pogledu zakona i propisa**. Oni koji imaju potrebu da investiraju, ali ne i finansije da to iznesu (61%) i preduzeća iz Vojvodine (63%) su još izričitiji po pitanju zakonske regulative. I drugi najlošije ocenjen aspekt tiče se iste oblasti – **41%** veruje da privreda **nema veće i bolje mogućnosti** da **participira u regulativnom okviru** koji je se tiče. Ponovo su oni koji se suočavaju sa teškoćama oko ulaganja kritičniji od ostalih (48%).

### Grafikon 12.4. Procena napretka u poslovnom okruženju

*Pitanje: U kojoj meri se slažete ili ne slažete sa sledećim tvrdnjama?*

*Baza: Ukupna ciljna populacija*



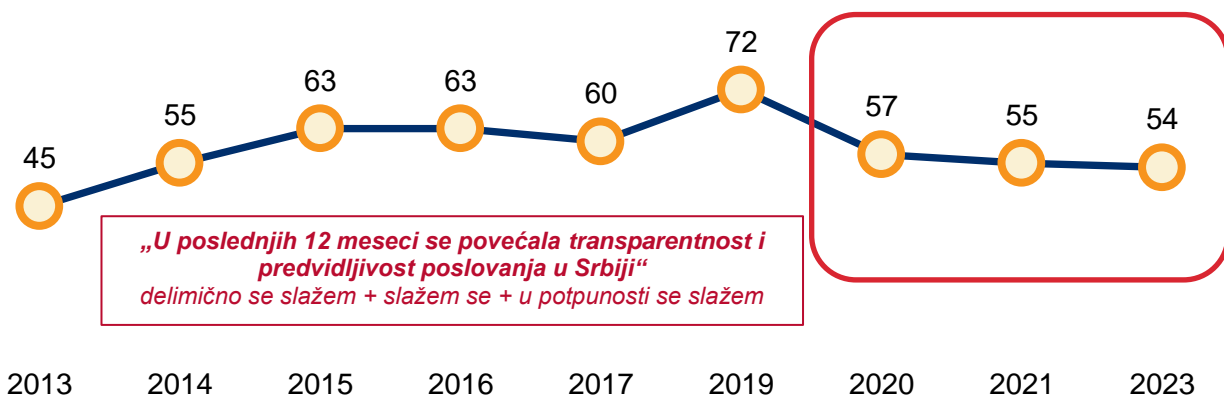


## ISTRAŽIVANJE 1000 PREDUZEĆA U SRBIJI ZA 2022. GODINU

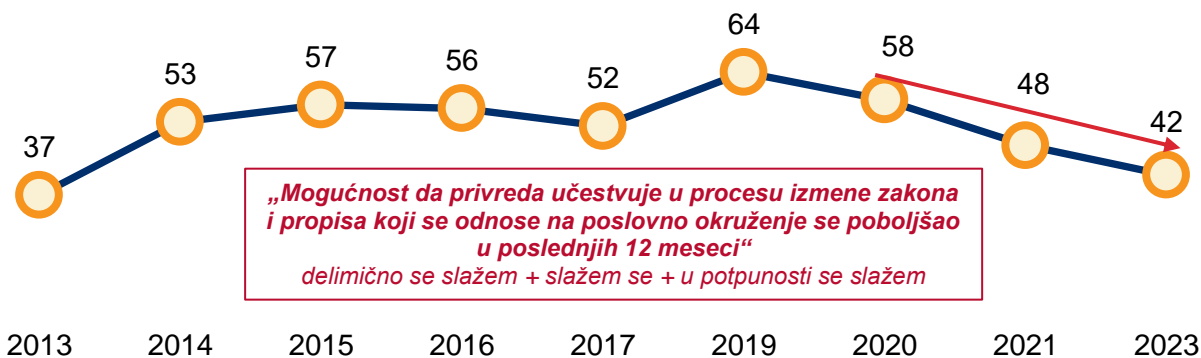
S obzirom na sada već kontinuirano **opadajući trend** onih koji vide izvesno unapređenje u zakonskom okviru, čini se da je privreda iz godine u godinu **sve opterećenija** propisima i regulativama.



**Nivo transparentnosti i predvidljivosti** poslovanja u Srbiji ostaje **manje-više nepromenjen** već treću godinu zaredom. Ipak, percepcija je značajno opala u poređenju sa 2019. godinom.



Mogućnost preduzeća da **učestvuju u reformi** zakona koji se odnose na poslovno okruženje beleži **pad**, nastavljajući trend koji je započeo 2020. godine.



## ISTRAŽIVANJE 1000 PREDUZEĆA U SRBIJI ZA 2022. GODINU

Procena **efikasnosti** rada **javne uprave nastavlja da pada**, približivši se nivou iz 2014. i 2015. godine.

