

Milan Kondić*

Institucionalna podrška izvozu sa posebnim osvrtom na zemlje Zapadnog Balkana

Rezime

Vrijednost ostvarenog izvoza jedan je od najznačajnijih parametara ekonomske snage neke zemlje. Dok neoklasična ekonomska teorija ne podržava institucionalnu podršku izvoznoj privredi, rezultati vladinih mjera u zemljama širom svijeta pokazuju da ogovarajući paket državnih mjera može doprinijeti povećanju vrijednosti izvoza. Takođe, izvozna privreda je za mnoge zemlje u razvoju snaga koja pokreće ostale sektore i značajno doprinosi rastu produktivnosti i konkurentnosti nacionalne ekonomije. Dobro sprovedena politika podrške izvozu relativno brzo vodi i ka dobrim rezultatima za cijelu ekonomiju. Ipak, postoji niz makroekonomskih i trgovinskih preduslova koje svaka zemlja treba da ispuni prije nego što svoju ekonomiju učini globalno konkurentnom. Ovaj tekst posebnu pažnju daje dešavanjima u oblasti izvoza u zemljama Zapadnog Balkana i nastoji da ukaže na reforme koje će biti neophodne da bi se povećala vrijednost i konkurentnost njihovog izvoza.

30

UVOD

O izvozu i njegovom značaju se početkom 21. vijeka govori i piše više nego ikad. Gotovo da ne postoji privredni skup ili ekonomska konferencija na kojoj se kao jedan od zaključaka ne navede stav da je izvoz najbolji put za izlazak iz krize i dalji razvoj ekonomije. Glavna tema Samita G20¹ u Seulu, u Južnoj Koreji, bio je pokušaj američke administracije da obaveže najjače svjetske ekonomije na akcije koje bi ograničile trgovinske deficite i suficite. Kina i Njemačka su odlučno odbacile ovakav prijedlog, što je i bilo očekivano imajući u vidu da se upravo ove dvije zemlje takmiče za titulu najvećeg svjetskog izvoznika. Ovakvo interesovanje za izvoz ili transfer roba i usluga preko nacionalnih granica, proizlazi iz činjenice da je vrijednost ukupnog svjetskog izvoza prema procjenama Svjetske trgovinske organizacije² u 2009. godini iznosila 12,461,000,000,000 američkih dolara. Zato je za razumijevanje međunarodne trgovine danas veoma važno razmotriti značaj izvozne privrede i mjere podrške koje nacionalne vlade sprovode u tom pravcu.

1. NAJVEĆI SVJETSKI IZVOZNIK

Snažna izvozna privreda najčešće je indikator snažne i rastuće nacionalne ekonomije. Tako je Njemačka posljednjih decenija bila najbolji primjer zemlje koja je rast i snagu svoje ekonomije bazirala na velikom izvozu. Nakon Drugog svjetskog rata, svjesna da je domaće tržište slabo, Vlada Federalne Republike Njemačke (Zapadne Njemačke) odlučila je da privredni oporavak bazira na izvozu. Ujedinjenjem Federalne Republike Njemačke i Njemačke Demokratske Republike (Zapadne i Istočne Njemačke), nova Savezna Republika Njemačka je postala najveći izvoznik na svijetu. Ova pozicija je ojačana uspostavljanjem Evrozone i uvođenjem evra, nakon čega naročito raste izvoz na druga evropska tržišta³. Taj trend se nastavio sve do 2008. godine, kada je Njemačka izvezla oko 1400 milijardi dolara, a izvozna privreda je stvarala 41% bruto društvenog proizvoda (BDP-a). Ipak, tada je svjetska ekonomska kriza zakucala i na vrata njemačkih izvoznika, te se bilježi drastičan pad izvoza iz mjeseca u mjesec⁴ (grafikon 1).

* Ministarstvo za ekonomske odnose i regionalnu saradnju. Autor je diplomirao na Pepperdine University, Los Angeles, USA

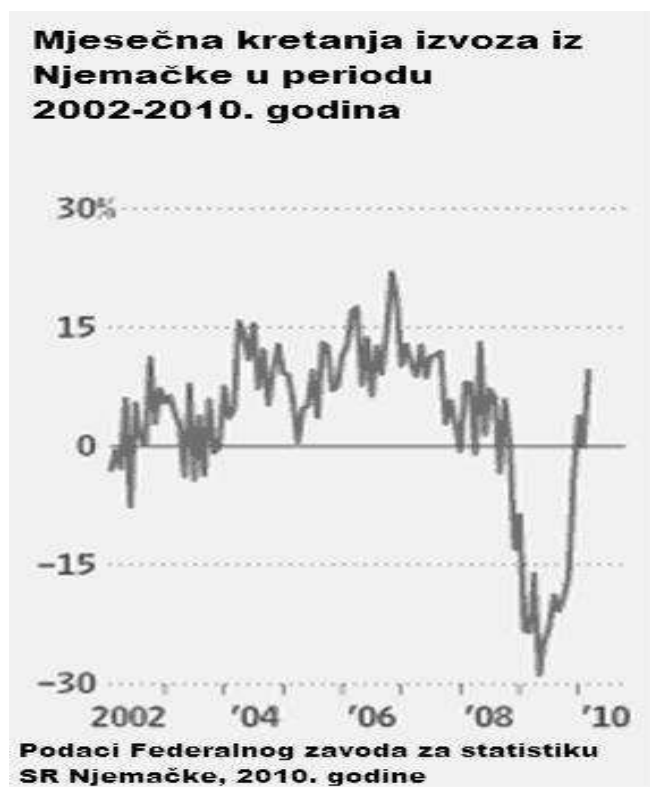
¹ Grupa najznačajnijih svjetskih ekonomija, osnovana 1999. godine, koje predstavljaju ministri finansija i guverneri centralnih banaka 19 zemalja i Evropske unije.

² Svjetska trgovinska organizacija, saopštenje za javnost od 26. marta 2010, str. 8, www.wto.org, 12.11.2010.

³ Federalni zavod za statistiku SR Njemačke, www.destatis.de, 12.11.2010.

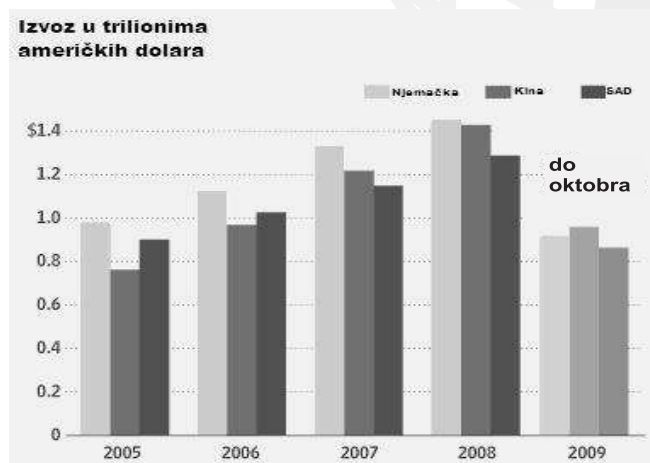
⁴ Grafički prikaz u prilogu, na osnovu podataka Federalnog zavoda za statistiku SR Njemačke.

Grafikon 1:



Već sredinom 2009. godine, njemački izvoz počinje da se oporavlja, ali su se u međuvremenu odnosi snaga na globalnom tržištu promijenili. U prošloj deceniji, izvoz roba i usluga iz Kine je u prosjeku rastao nevjerojatnih 21% na godišnjem nivou.⁵ Kina je u 2009. godini izvezla roba i usluga u vrijednosti 1200 milijardi američkih dolara, 30 milijardi više od Njemačke, koja je iste godine izvezla 1170 milijardi dolara⁶, i tako postala najveći svjetski izvoznik (grafikon 2).

Grafikon 2:



Iako su mnogi analitičari ocijenili da je kvalitet njemačkog izvoza daleko ispred kineskog i da je status Kine kao svjetskog izvoznika broj 1. više simboličan, jasno je da je ovom titulom Kina još jednom potvrdila rastući uticaj i snagu svoje privrede u svijetu. Njemačka privreda se u 2010. godini dobro oporavljala, ali kineska ekonomija i dalje bilježi nevjerojatan rast koji će i u kriznoj 2010. godini iznositi preko 10%. Zato svjetski analitičari s nestrpljenjem očekuju kumulativne rezultate za izvoz roba i usluga iz Kine i Njemačke za 2010. godinu.

Ako je izvoz tako bitan za privredni razvoj jedne zemlje, koji su najbolji načini za podsticanje izvoza i šta zemlje Zapadnog Balkana⁷ mogu uraditi na promociji i podršci izvoznoj privredi?

2. TEORIJA I PRAKSA

Standardna neoklasična ekonomska teorija podržava rast međunarodne trgovinske razmjene, ali ne podržava državne podsticaje izvoznoj privredi jer to vidi kao urušavanje idealne konkurencije. Najsnažnija teorijska podrška državnim mjerama podsticaja izvoza dolazi iz „nove trgovinske teorije“, tačnije iz Brander-Spenser modela iz osamdesetih godina prošlog vijeka.⁸ Kasnije je pojednostavljenu verziju ovog modela proslavio dobitnik Nobelove nagrade za ekonomiju prof. dr Pol Krugman u svojoj knjizi „Beznačajni prosperitet: ekonomski smisao i besmisao u doba smanjenih očekivanja“.⁹ Ipak, ni ovaj model ne dokazuje apsolutnu opravdanost institucionalnih mjera podsticaja izvoznima, već radije ukazuje na specifične primjere intervencije koja bi u određenim uslovima bila korisna i opravdana. Ipak, i Brander i Spenser su bili saglasni sa većinom ekonomskih teoretičara u zaključku da kad bi sve zemlje simultano primijenile ovaj model podsticaja svi bi bili na gubitku. Međutim, danas gotovo da ne postoji zemlja u svijetu koja na neki način ne pokušava da podstakne privredu na izvoz. Naravno, neke su više, a neke manje uspješne u ovim nastojanjima.

Mnogobrojni primjeri direktne državne podrške usmjerene ka povećanju izvoza su prisutni na svim kontinentima, mada se često formalno-pravno ne zovu „podrška ili podsticaj izvozu“ već „unapređenje konkurentnosti“¹⁰ ili „internacionalizacija privrede“¹¹. Nacionalne vlade snažno podstiču izvoz, i dobri rezultati izvozne privrede često su i dio nacionalnog ponosa, kao što je to slučaj s Njemačkom ili Kinom, dok se slabost izvozne privrede vidi kao nacionalni problem, kao što je to trenutno slučaj u Sjedinjenim Američkim Državama. Evropska unija ulaže mnogo sredstava u „unapređenje konkurentnosti“ naročito u poljoprivredi i u avio industriji. Tako je, na primjer, Francuska već decenijama poznata po svom „dirigisme“ programu, kojim se Vlada Francuske snažno angažuje u nacionalnoj ekonomiji. I italijanska vlada značajno podstiče globalnu konkurentnost svoje privrede, naročito kroz program „Made in Italy“ u prehrambenoj i modnoj industriji. Najsnažnije azijske ekonomije, kao što su Japan ili Južna Koreja, takođe provode programe podsticaja izvozu već decenijama. Tako se „azijsko ekonomsko čudo“ ili „uspon četiri tigra Azije“¹² snažno bazirao na državnoj pomoći izvozu orijentisanim preduzećima. Već krajem osamdesetih godina prošlog vijeka bilo je jasno

⁵ Batson, Davis, „China begins planning for slower future growth“, Wall Street Journal, New York, July 2010, www.wsj.com

⁶ „China Becomes World's No.1 exporter“, New York Times, New York, January 2010, www.nytimes.com

⁷ Termin nastao u evropskim institucijama u Briselu, pod njim se podrazumjevaju sljedeće zemlje: Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Hrvatska, Makedonija i Srbija.

⁸ Brander, J. and Spencer, B. (1984), „Carine i nesavršena konkurencija“, Monopolistic Competition and International Trade, Oxford University Press, Oxford.

⁹ Krugman, Paul, *Peddling Prosperity: economic sense and nonsense in the age of diminished expectation*, Norton, New York, 1994.

¹⁰ U EU institucijama se često govori unapređenju konkurentnosti („to improve the competitiveness“).

¹¹ U Srbiji, Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza, u cilju „internacionalizacije privrednih društava“ dodjeljuje bespovratna finansijska sredstva malim i srednjim privrednim društvima.

¹² Južna Koreja, Singapur, Tajvan i Hong Kong.

da se privredni rast Južne Koreje može objasniti selektivnim kreditiranjem, ciljanim izvozom, državnim vlasništvom bankarskog sektora, subvencijom izvoza i državnim kontrolom cijena, a uspon izvoza iz Tajvana kombinacijom restriktivnog uvoza i agresivnog izvoza¹³. Čak i Sjedinjene Američke Države, kao najglasniji zagovornik neoklasične ekonomije, provode politiku podrške izvozu kroz mnogobrojne indirektno podsticaje, kao što su izuzeće ili smanjenje taksi i posebne kreditne linije za izvoznike.

3. RAZLOZI ZA INSTITUCIONALNU PODRŠKU IZVOZU

Osnovu za ovakvu podršku nacionalne vlade nalaze u težnji da svoja preduzeća učine što jačim u borbi na stranim tržištima. Koncept je sljedeći: dok se preduzeća takmiče na stranom tržištu, vlade pokušavaju preduzećima dati stratešku prednost odgovarajućom trgovinskom politikom. U suštini, nastoji se pružiti neka vrsta inicijative preduzećima da agresivnije nastupe na stranom tržištu i preuzmu veći udio na istom, najčešće kroz povećanje obima proizvodnje i kroz smanjenje cijena roba. Naravno, za ovakav nastup preduzećima su najčešće neophodni podsticaji, koji na različite načine povećavaju profitabilnost preduzeća.

Takođe, nacionalne vlade često devalviraju domaću valutu da bi podstakle izvoz. Sa padom vrijednosti domaće valute na globalnom monetarnom tržištu, proizvodi te zemlje postaju jeftiniji i samim tim konkurentniji na stranim tržištima. Najpoznatiji primjeri ovakve nacionalne trgovinske politike su već pomenuti najveći svjetski izvoznici, Kina i Njemačka. Američki predsjednik Barak Obama jedan je od najglasnijih kritičara „namjerno devalviranog“ kineskog jena koji, po njemu, Kini daje nepravednu prednost u prodaji svojih proizvoda u inostranstvu. Analiza New York Timesa u 2010. godini je pokazala da je realna vrijednost kineskog jena 25-40% veća¹⁴ od trenutne tržišne vrijednosti. Niska vrijednost kineske valute posljednjih je godina jedna od najznačajnijih tema razgovora između dvije najveće svjetske sile, Amerike i Kine. S druge strane, Njemačka je indirektnom devalvacijom, odnosno uvođenjem nove zajedničke evropske valute – evra, pomogla svojoj izveznoj privredi. Nakon uvođenja evra, njemački proizvodi su postali jako konkurentni na drugim tržištima evrozone, pa je tako njemački izvoz doživio ekspanziju, iako se mnogi Nijemci i danas sa nostalgijom sjećaju njemačkih marka.

U globalizovanom svijetu, očigledno za pojedinačne nacionalne ekonomije ima smisla podsticati izvoz. Naravno, ova podrška mora biti dobro planirana i voditi ka ubrzanju ekonomskog rasta, tehnološkom napretku, razvijanju veza sa velikim internacionalnim firmama i grupacijama, ekonomskoj specijalizaciji i većoj profitabilnosti preduzeća. Takođe, za jačanje izvozne privrede važni su i dobra makroekonomska politika (minimalan budžetski deficit, odgovarajući devizni kurs, mala inflacija i sl.), lak i najčešće neoporezovan pristup osnovnim sirovinama, politička stabilnost i pouzdana transportna infrastruktura.

4. IZVOZNA PRIVREDA I EKONOMSKI RAST

Na koji način povećanje izvoza doprinosi održivom ekonomskom rastu? Kao prvo, snažan izvoz pomaže privredi u deviznim transferima neophodnim za uvoz sirovina koje zemlja ne posjeduje.

Zbog pristupstva na stranim tržištima zemlje izvoznici su u boljem položaju kada je riječ o kupovini sirovina, ali i kapitala (fabrička postrojenja, nove mašine, alatke i sl.). Drugo, izvozna preduzeća mogu specijalizovati svoju proizvodnju do znatno višeg nivoa od preduzeća koja rade na principu „zamjene sirovina“. Tako i zemlje u razvoju koje se specijalizuju u proizvodnji malih dijelova za komplikovanije proizvode unapređuju svoju konkurentnost. Najbolji primjer su azijske zemlje koje su prije nekoliko decenija počele sa proizvodnjom čipova i manjih dijelova za velike proizvođače američke industrije informacione tehnologije, a vremenom su uspjele da postanu proizvođači najsavremenijih elektronskih uređaja¹⁵. Jedan od prvih primjera je bila Malezija koja je još 1972, nakon godina rada na dijelovima za Intel uspjela da privuče ovu kompaniju da proizvodi cijele procesore nedaleko od Kuala Lumpura. Treće, izvozno orijentisana privreda ima mnogo veće mogućnosti ekspanzije i razvoja, jer nije ograničena samo na domaće tržište. Četvrto, strateško podsticanje izvoza vodi i ka tehnološkom razvoju društva. Rast izvozno orijentisane proizvodnje je usko povezan sa saradnjom sa velikim multinacionalnim kompanijama i grupama koje domaćim firmama omogućuju uvid u najnovije tehnologije i zahtjeve tržišta. Samim tim, domaće firme podliježu fenomenu „učenja kroz rad“. Sve ovo je, naravno, nemoguće ako je zemlja isključena iz globalnih trgovinskih dešavanja i nije otvorena ka svijetu. Nijedna zemlja samostalno, pa ni velike zemlje kao što su Kina i Indija, ne može da razvije najnovije tehnologije, mašineriju i metode neophodne za brz ekonomski razvoj.¹⁶

Za akumulaciju novog kapitala i razvoj novih proizvodnih tehnologija neophodno je osigurati da se isti mogu jednostavno i jeftino uvesti bez carina i kvota. Carine i kvote na uvezeni kapital su u „četiri azijska tigra“ bili jednaki nuli od šezdesetih godina prošlog vijeka. Ovakva trgovinska politika je imala dvije značajne uloge: kao prvo, da smanji cijenu proizvodnje i, kao drugo, da omogućiti lakše usvajanje novih tehnologija. Južna Koreja, kao jedan od najvećih izvoznika današnjice, osnovu za svoju savremenu proizvodnu tehnologiju uglavnom je uvezla.

Uspjeh izvozne privrede sam po sebi nije dovoljan za uspjeh cijele ekonomije. Međutim, uspjeh izvoznika ima važan uticaj na ostale sektore ekonomije. Izvoznici se sa drugim preduzećima takmiče za različite resurse, kao što je, na primjer, radna snaga. U razvijenim ekonomijama, plate i radna praksa u velikim izvoznim preduzećima često mogu da posluže kao primjer za druga preduzeća. Izvoznici takođe zahtijevaju visoke standarde i stvaraju pritisak za unapređenje rada špeditera, dobavljača, ali i državne administracije. Sve ovo značajno unapređuje uslove poslovanja na domaćem tržištu za sva preduzeća, nezavisno od toga da li su izvoznici ili ne¹⁷.

Za značajne rezultate izvozno orijentisanih privreda veoma su zaslužne i veze između domaćih firmi i njihovih stranih partnera. Mnogi izvoznici na tržištima u razvoju izvoze kroz ugovor sa stranom firmom za koju naručenu robu prave po licenci. Da bi osigurale kvalitet i sigurnost isporuke, strane firme pružaju instrukcije i savjete izvoznicima u gotovo svim aspektima poslovanja. Uspješni izvoznici brzo nauče i razviju potencijal da sami proizvode gotove proizvode. Takođe, kroz rad sa stranom firmom, izvoznici ostvare nove kontakte i upoznaju zahtjeve na stranim tržištima. Nakon određenog perioda, ovi izvoznici su spremni da samostalno

¹³ Xiangkang Yin, Xiangshuo Yin, *Mogu li zemlje u razvoju imati koristi od podsticaja izvoza*, Journal of Economic Studies, Bradford 2005.

¹⁴ Wong, Landler, *China Rejects U.S. Complaints*, New York Times, New York, February 2010. www.nytimes.com

¹⁵ Radelet, „*Manufactured Exports, Export Platforms, and Economic Growth*“, Harvard Institute for International Development, Cambridge, 1999.

¹⁶ Guo, *Is China's export oriented growth sustainable?*, IMF Working Papers, August 2009.

¹⁷ Radelet, „*Manufactured Exports, Export Platforms, and Economic Growth*“, Harvard Institute for International Development, Cambridge, 1999.

posluju na stranom tržištu, nakon što su unaprijedili svoje vještine, tehnologiju i znanja.

5. IZVOZNA PRIVREDA NA ZAPADNOM BALKANU

U deceniji nakon kraja sukoba na prostoru bivše Jugoslavije, zemlje Zapadnog Balkana su značajno promijenile strukturu svoje spoljnotrgovinske razmjene. U cijelom regionu prisutna je modernizacija i rekonstrukcija privrede. Ulazak stranih ulagača, kao i povratak lica koja su region napustila za vrijeme sukoba, donijeli su nove tehnologije, ali i znanja u privredu.

Tako je izvoz iz zemalja Zapadnog Balkana u ovoj deceniji snažno rastao do dolaska svjetske finansijske krize. Ovaj dinamičan razvoj izvozne privrede je uglavnom bio zasnovan na preostalim industrijskim postrojenjima iz bivše Jugoslavije, kao i na relativno bogatim prirodnim resursima regiona (šume, oranice, vode, ugali,

željezo, boksit i sl.). Iako se u prvim godinama nakon rata gotovo sav izvoz u regionu bazirao na iskorištavanju prirodnih resursa i na radu nekvalifikovane radne snage, ovaj trend se u posljednjim godinama značajno mijenja. Pošto je cijena rada relativno visoka, proizvodnja bazirana na nekvalifikovanoj radnoj snazi (tekstil i obuća) nema mnogo šansi u borbi sa konkurencijom iz azijskih, ali ni drugih istočnoevropskih zemalja¹⁸. I dok će neka od ovih preduzeća opstati, prvenstveno zahvaljujući geografskoj blizini tržištima Evropske unije, značaj ovog sektora za ukupan izvoz je u padu. S druge strane, snažnije industrije, koje koriste kvalifikovanu radnu snagu, proizvode sve skuplje proizvode i sve više dižu vrijednost ostvarenog izvoza.

Najznačajniji period ekspanzije izvozne privrede u prošloj deceniji je bio od 2003. do 2007, odnosno nakon stabilizacije stanja na Kosovu i Metohiji i u Makedoniji, pa do početka svjetske ekonomske krize. Uprkos impresivnom rastu, treba imati u vidu da sve zemlje regiona počinju sa relativno niskih startnih pozicija u odnosu na druge evropske zemlje (tabela 1).

Tabela 1:

Dinamika rasta izvoza iz zemalja Zapadnog Balkana u periodu 2003–2007. godina		
Zemlja	Rast vrijednosti izvoza (u %)	Rast učešća u svjetskoj trgovini (u %)
Albanija	18,9	4,2
Bosna i Hercegovina	27,5	12,8
Hrvatska	17,3	2,6
Makedonija	27,7	13,1
Srbija i Crna Gora	26,7	12,1

Tako je prosječan izvoz po glavi stanovnika u posmatranim zemljama Zapadnog Balkana iznosio \$857, a u EU-8¹⁹ \$5.620. Prosječan izvoz po glavi stanovnika u Hrvatskoj bio je oko \$2.900, u Makedoniji oko \$1.495 a u Bosni i Hercegovini \$818²⁰. Analitičari često porede Zapadni Balkan sa zemljama EU-8 iz više razloga: oba regiona su bila na relativno sličnim industrijskim nivoima razvoja 1990. godine, oba regiona su prošla kroz decenije komunizma i oba regiona su se odlučila za integraciju u EU. Međutim, zemlje Zapadnog Balkana su devedesete godine prošlog vijeka u ekonomskom smislu izgubile u ratovima raspada bivše Jugoslavije, a posljedice su bile pogubne ne samo po privredu, već i po sve ostale sektore društva. Region je imao relativno dobro razvijene proizvodne kapacitete u određenim industrijama, kao

što su odbrambena, automobilska, građevinska, prehrambena i industrija namještaja, ali i u uslužnim djelatnostima, kao što su trgovina i turizam. Mnoge od ovih industrija su devastirane za vrijeme konflikta, ali i nakon njega u netransparentnom i neadekvatnom provođenju privatizacije. I dok pokrivenost uvoza izvozom još uvijek nije na zadovoljavajućem nivou, očigledno je da je oporavak tradicionalno jakih sektora na Zapadnom Balkanu dao značajan doprinos da pokrivenost uvoza izvozom iz godine u godinu raste. Tako se u Republici Srpskoj i Bosni i Hercegovini, područjima koja su najviše bila zahvaćena ratnim razaranja s kraja prošlog vijeka, spoljnotrgovinski bilans iz godine u godinu mijenja (tabela 2).

Tabela 2: Spoljnotrgovinski bilans BiH

Godina	RS/BiH	Izvoz (u 000 KM)	Uvoz (u 000 KM)	Obim spoljnotrgovinske razmjene (u 000 KM)	Pokrivenost izvoza uvozom (%)
2004	RS	842.920	2.702.771	3.545.691	31,19%
	BiH	3.012.744	9.422.970	12.435.714	31,97%
2005	RS	1.130.518	2.953.177	4.083.695	38,28%
	BiH	3.783.199	11.180.798	14.963.997	33,84%
2006	RS	1.540.236	2.760.163	4.300.399	55,80%
	BiH	5.164.296	11.388.785	16.553.081	45,35%
2007	RS	1.671.601	3.347.925	5.019.526	49,93%
	BiH	5.936.584	13.898.242	19.834.826	42,71%
2008	RS	1.921.837	4.146.519	6.068.356	46,35%
	BiH	6.711.690	16.292.516	23.004.206	41,19%
2009	RS	1.672.915	3.567.879	5.240.794	46,89%
	BiH	5.531.199	12.355.179	17.886.378	44,77%

¹⁸ Kaminski, *Back in the Past in new veil but will it last?*, The World Bank Group, Trade and Integration, January 2010.

¹⁹ EU-8 je skraćenica za osam zemalja koje su nekada bile dio komunističkog bloka, a 2004. godine su postale punopravne članice EU (Estonija, Letonija, Litvanija, Mađarska, Poljska, Slovačka, Slovenija i Češka).

²⁰ Kaminski, *Back in the Past in new veil but will it last?*, The World Bank Group, Trade and Integration, January 2010.

Tako je na primjer, izvoz iz Republike Srpske u periodu od svega pet godina (od 2004. do 2009. godine) porastao preko 30%.

Centralnoevropske zemlje koje su danas punopravne članice Evropske unije imale su pozitivna iskustva sa trgovinskom unijom

koju su formirale dok su čekale punopravno članstvo u EU, pa se isti model danas primjenjuje na Zapadnom Balkanu. Danas je CEFTA sporazum koji definiše slobodnu trgovinu u Jugoistočnoj Evropi, a prvobitni sporazum su potpisale Poljska, Mađarska i Čehoslovačka (kasnije Češka i Slovačka) (slika 1).

Slika 1: Zemlje potpisnice CEFTA sporazuma



Slovenija im se pridružila 1996. godine, a Rumunija i Bugarska 1997. odnosno 1998. godine. Sve ove zemlje danas su članice Evropske unije, a CEFTA sporazum danas obuhvata Hrvatsku (od 2003), Makedoniju (od 2006), Bosnu i Hercegovinu, Srbiju, Crnu Goru, UNMIK²¹ i Albaniju (od 2007). Razloge za promjene u spoljnotrgovinskim bilansima zemalja Zapadnog Balkana,

stoga svakako treba tražiti i u potpisivanju ovakvih sporazuma, ali i u napretku u evropskim integracijama. Rezultati rasta spoljnotrgovinske razmjene između BiH i ostalih zemalja CEFTA sporazuma od 2007. godine pokazuju da trgovinska liberalizacija može koristiti svima u regionu (tabela 3).

Tabela 3:

Spoljnotrgovinska razmjena između BiH i zemalja potpisnica CEFTA sporazuma

u 000 000 KM

Potpisnica	2007.			2008.			2009.		
	Uvoz	Izvoz	Bilans	Uvoz	Izvoz	Bilans	Uvoz	Izvoz	Bilans
Hrvatska	2449,04	1090,08	-1358,96	2779,12	1156,33	-1622,79	1853,56	944,14	-909,42
Srbija	1303,19	695,37	-607,82	1725,91	942,03	-783,88	1282,38	741,44	-540,94
BJR Makedonija	138,53	48,69	-89,84	150,98	66,09	-84,89	108,96	61,54	-47,42
Crna Gora	28,35	155,7	127,35	39,59	231,47	191,88	38,77	229,45	190,68
Moldavija	2,98	1,15	-1,83	3,52	2,08	-1,44	5,32	2,12	-3,2
UNMIK	6,75	44,44	37,69	8,7	76,45	67,75	8,26	113,52	105,26
Albanija	6,91	14,92	8,01	3,51	16,54	13,03	1,66	12,23	10,57
Ukupno CEFTA	3935,75	2050,35	-1885,4	4711,33	2490,99	-2220,34	3298,91	2104,44	-1194,47

6. INSTITUCIONALNA PODRŠKA IZVOZU NA ZAPADNOM BALKANU

Gotovo sve zemlje Zapadnog Balkana usvojile su strategije podsticanja izvozu, a neke imaju i posebne agencije koje se bave promocijom izvoza.

U Republici Hrvatskoj, odlukom Vlade iz 2006. godine pokrenut je projekat „Hrvatska izvozna ofanziva“. Ovim projektom Vlada Hrvatske je željela ostvariti četiri strateška cilja: povećati broj

izvoznika, poboljšati strukturu izvoza, povećati konkurentnost domaćeg repromaterijala i ujediniti izvoznike u klastere. Ipak, nakon tri godine „ofanziva“ nije dala željene rezultate, pa je Vlada donijela odluku o povlačenju, odnosno Zakon o prestanku rada Agencije za promociju izvoza i ulaganja 2010. godine. Poslove promocije hrvatskog izvoza sada radi Ministarstvo privrede, rada i preduzetništva.

U Srbiji je još 2001. godine osnovana Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza (SIEPA), koja je Međunarodni trgovinski centar

²¹ Tekst kompletne strategije Hrvatske izvozne ofanzive je dostupan na www.izvoz.hr, 18.11. 2010.

uvrstio u šest najboljih agencija ove vrste. U 2009. godini SIEPA je odobrila bespovratnu finansijsku pomoć za preko 200 izvoznih preduzeća, te organizovala nacionalni štand srpskih izvoznika na više desetina međunarodnih sajmova iz oblasti prehrambene, tekstilne, automobilske, drveno-prerađivačke, građevinske i drugih industrija.²²

Manje uspješne u promociji izvoza su Crna Gora i Albanija. Strateški orijentisana na izvoz i strana ulaganja, Crna Gora nema vladinu agenciju koja bi podsticala izvoz, iako je, prema podacima Zavoda za statistiku Crne Gore, vrijednost izvoza šest puta manja od vrijednosti uvoza u ovu zemlju.²³ Albanija od 2003. godine ima Agenciju za promociju izvoza, ali su njeni proizvodi i dalje slabo poznati u regionu, te se većina izvoza odnosi na poslove dorade za italijanske firme. Tako je u 2009. godini vrijednost albanskog izvoza bila oko 1,2 milijarde dolara, od čega se oko 56% odnosi na izvoz u Italiju. Istovremeno, Albanija je uvezla roba u vrijednosti od 3,6 milijardi dolara.

U Bosni i Hercegovini i Republici Srpskoj promocija i podsticaji izvozu su u začetku. Agencija za promociju izvoza Bosne i Hercegovine (BHEPA) djeluje u okviru Spoljnotrgovinske komore BiH i osnovana je 2008. godine. Cilj njenog djelovanja je pružanje podrške BH izvoznicima i kreiranje povoljnijeg spoljnotrgovinskog ambijenta za domaća preduzeća. U Republici Srpskoj, Vlada već tri godine dodjeljuje finansijske podsticaje izvoznim preduzećima, a putem Investiciono-razvojne banke izvoznim preduzećima je dostupna posebna kreditna linija. Narodna skupština Republike Srpske je usvojila trenutno aktuelnu Strategiju podsticanja izvoza Republike Srpske za period 2009–2012. godine, kojom se predviđa još snažniji angažman republičkih institucija na jačanju izvozne privrede.

7. NAJVEĆI PROBLEMI IZVOZNIKA NA ZAPADNOM BALKANU

U regionu Zapadnog Balkana očigledno postoji razumijevanje državnih institucija za važnost snage izvozne privrede. Ipak, državne agencije i strategije još uvijek nisu otklonile mnogobrojne prepreke izvozu. Izvoznici iz zemalja regije se najviše žale na nedostupnost kapitala, nelikvidnost u zemlji, protekcionizam na stranim tržištima, ali i loš imidž zemalja u svijetu. Od nacionalnih vlada veći izvoznici u zadnje vrijeme traže i korjenite promjene u društvu, kao što su reforma obrazovnog sistema i njegovo usaglašavanje sa potrebama privrede, a i podsticanje razvoja primijenjenih nauka, uključujući i odgovarajuću finansijsku podršku i intenzivnije povezivanje sa istraživačkim institucijama. Izvoznici kojima su bitne domaće sirovine traže jasno definisane kriterijume za korišćenje prirodnih resursa. Takođe, mnogi izvoznici se žale i na probleme u implementaciji potpisanih trgovinskih sporazuma, naročito CEFTA-e. Iako je CEFTA generalno dala pozitivne rezultate za razvoj spoljnotrgovinske razmjene između zemalja regije, mnogi izvoznici tvrde da postoje problemi u potpunoj implementaciji ovog sporazuma vezani za primjenu pravila porijekla, nepriznavanje dokumenata o usklađenosti, sporost carinskih administracija i slično. Evidentno je da se tržište regiona sve više otvara prema Evropi, te da u skladu s tim i domaća preduzeća zahtijevaju evropske principe poslovanja.

8. PREDUSLOVI ZA USPJEŠNU IZVOZNU PRIVREDU

Osnovni preduslovi iz makroekonomske i trgovinske politike neophodni za razvoj izvozne privrede su sljedeći:

- monetarna politika koja teži uspostavljanju i održavanju profitabilnosti izvozne privrede;
- kontrola inflacije;
- smanjenje izvoznih tarifa i uklanjanje kvota za uvoz kapitala;
- izgradnja odgovarajuće infrastrukture za podršku izvozu (željeznice, luke, autoputevi i telekomunikacije);
- izgradnja jakih institucija, posebno carinskih, da bi se uklonila nepotrebna administrativna ograničenja, smanjilo vrijeme neophodno za izvoz i kontrolisala korupcija;
- razvoj odgovarajućih obrazovnih programa i ulaganje u radnu snagu radi sticanja potrebnih vještina.

Ipak, malo zemalja u razvoju je uspješno sprovelo osnovne principe ove politike, a sličan problem imaju i zemlje Zapadnog Balkana. Poznato je da je Srbija zemlja sa jednom od najnestabilnijih valuta u Evropi i svijetu. Bosna i Hercegovina, Crna Gora i UNMIK su se odlučili za currency board, odnosno unilateralno uvođenje evra, pa su time izgubili mnoge instrumente monetarne politike. Inflacija u regionu je već godinama van granica željene. Izgradnja infrastrukture, državnih institucija i kvalitetnog sistema obrazovanja su među prioritetima svih vlada u regionu, ali je napredak, nažalost, prilično spor i često nezadovoljavajući. Kao i svugdje u svijetu, i nakon što vlade donesu odluku o uvođenju novih principa, puna implementacija rijetko zaživi. Takođe, za implementaciji reformskih mjera neophodne su godine. S druge strane, mnoge zemlje uspješni izvoznici su daleko od potpuno otvorenih i slobodnih ekonomija. Carine i kvote su i dalje nepovoljne u mnogim zemljama, barem za potrošačke robe i neizvoznike. Plate i kreditne stope su često ograničene od strane države, a bankarske garancije se često daju samo odabranim sektorima i preduzećima. Takođe, infrastruktura je često slaba, a birokratija prekomplikovana. Ipak, izvoz nalazi načine da raste.

Međutim, osnovni izazov za zemlje u razvoju je da prevaziđu ove izazove i stvore okruženje koje će podržati uvezivanje domaćih sa stranim firmama i omogućiti transfer novih tehnologija i proizvodnih modela u zemlju. U teoriji, idealno rješenje bi bilo uklanjanje carinskih barijera, otklanjanje administrativnih prepreka i iskorjenjenje korupcije. Ipak, u praksi, ovo je za zemlje u razvoju gotovo nemoguć zadatak. Zbog spleta okolnosti, većina zemalja, pa i one najuspješnije, ili ne mogu ili ne žele da otklone ove prepreke.

ZAKLJUČAK

Jaka izvozna privreda pokazala se kao jedan od najvažnijih aspekata uspješnih ekonomija u razvoju. Zemlje koje su bile najuspješnije u podsticanju izvoza su počele sa nekih osnovnim pretpostavkama, kao što su makroekonomska stabilnost, djelimična trgovinska liberalizacija i funkcionalna infrastruktura. Mnogi izvoznici su u zemlje u razvoju donijeli najnovije tehnologije, unaprijedili poslovnu klimu, doprinijeli povećanju broja zaposlenih u povezanim sektorima i pospješili rast plata u proizvodnom sektoru. Najuspješnije zemlje su uspjele da preorijentišu razvoj privrede u pravcu tehnički napredne proizvodnje. Naravno, rast izvozne privrede neće sam po sebi riješiti sve ekonomske probleme

²² Zvanični sajt Agencije za promociju stranih ulaganja i izvoza, www.siepa.gov.rs, 18.11.2010.

²³ Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 18.11.2010.

jedne zemlje, ali izvozna preduzeća direktno i indirektno mogu dati snažan doprinos daljnjem razvoju zemalja Zapadnog Balkana. U narednim godinama region ima priliku da iskoristi sve pogodnosti samostalnosti uprave i centralnih banaka i razvije svoju izvoznu privredu. Nakon što region pristupi Evropskoj uniji, biće sve manje prilika za inovativnu institucionalnu podršku izvozu.

LITERATURA

1. Federalni zavod za statistiku SR Njemačke, www.destatis.de, 12.11.2010.
2. Batson, Davis, "China begins planning for slower future growth", Wall Street Journal, New York, July 2010.
3. Brander, J. and Spencer, B. (1984), "Carine i nesavršena konkurencija", Monopolistic Competition and International Trade, Oxford University Press, Oxford.
4. Krugman, Paul, *Peddling Prosperity: economic sense and nonsense in the age of diminished expectation*, Norton, New York, 1994.
5. Xiangkang Yin, Xiangshuo Yin, *Mogu li zemlje u razvoju imati koristi od podsticaja izvozu*, Journal of Economic Studies, Bradford 2005.
6. Radelet, „*Manufactured Exports, Export Platforms, and Economic Growth*“, Harvard Institute for International Development, Cambridge, 1999.
7. Guo, *Is China's export oriented growth sustainable?*, IMF Working Papers, August 2009.
8. Kaminski, The World Bank Group, Trade and Integration, January 2010.
9. Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, www.monstat.org, 18.11.2010.
10. Republički zavod za statistiku Republike Srpske, www.rzs.rs.ba, 18.11.2010.
11. Agencija za statistiku BiH, www.bhas.ba, 18.11.2010.

Summary

The value of exported goods and services is one of the most significant parameters of economic strength of a country. While neoclassical economic theory does not support institutional support to export enterprises, the results of government actions in countries around the world demonstrate that a suitable package of state measures can contribute to the increase in value of exports. In addition, export enterprises are a power that drives the economic growth in many countries and significantly contributes to the growth of productivity and competitiveness of national economy. Well implemented export support policy will relatively fast lead to good results for entire economy. Still, there is a list of macroeconomic and trade preconditions that every country has to fulfill before making its economy globally competitive. This text gives a special attention to the development in the area of exporting in countries of Western Balkans and strives to point of the reforms that will be necessary to increase the value and competitiveness of exports of these counties.