

Nedeljković J., Nonić D., Ranković N., Dragović N. 2014. Non-wood forest products based enterprises' cooperation and business networking forms in central Serbia. Bulletin of the Faculty of Forestry 110: 121-144.

Јелена Недељковић
Драган Нонић
Ненад Ранковић
Нада Драговић

UDK: 630*68:630*89(497.11-191.2)
Оригинални научни рад
DOI: 10.2298/GSF1410121N

ОБЛИЦИ САРАДЊЕ И ПОВЕЗИВАЊА ПРЕДУЗЕЋА КОЈА ПОСЛУЈУ СА НЕДРВНИМ ШУМСКИМ ПРОИЗВОДИМА У ЦЕНТРАЛНОЈ СРБИЈИ

Извод: Сарадња између предузећа обухвата све активности, које се предузимају ради остварења заједничких циљева и интереса, док пословно повезивање подразумева оснивање различитих форми удружења и пословних заједница, са или без стварања нових привредних субјеката. Циљ овог рада је истраживање облика сарадње малих и средњих предузећа за набавку, прераду и пласман недрвних шумских производа, као и утврђивање ставова њихових представника о сарадњи и пословном повезивању са другим предузећима на подручју централне Србије. Истраживање је обухватило представнике 91 малог и средњег предузећа за набавку, прераду и пласман недрвних шумских производа и 19 представника лидерских предузећа, која су издвојена на основу претходно дефинисаних критеријума. У раду су примењене методе анализе и синтезе, компаративна и статистичка метода. Резултати истраживања указују да скоро сва анализирана предузећа остварују сарадњу са другим предузећима. Најчешће присутан облик сарадње је „приликом пласмана производа” и „приликом откупа сировина”. Већина представника лидерских предузећа су чланови у неком од постојећих удружења предузетника. На основу анализе резултата, утврђено је да постоји потреба за

Јелена Недељковић, дипл. инж. шумарства, истраживач-сарадник, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд (jelena.nedeljkovic@sfb.bg.ac.rs)

др Драган Нонић, ван. професор, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд

др Ненад Ранковић, ред. професор, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд

др Нада Драговић, ред. професор, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд

развојем сарадње, како би се унапредила конкурентност истраживаних предузећа, па су, у складу са тим, дати и предлози за унапређење њиховог пословног повезивања.

Кључне речи: сарадња, пословно повезивање, мала и средња предузећа, недрвени шумски производи, централна Србија

NON-WOOD FOREST PRODUCTS BASED ENTERPRISES' COOPERATION AND BUSINESS NETWORKING FORMS IN CENTRAL SERBIA

Abstract: Collaboration between enterprises includes all activities, which are undertaken in order to achieve common goals and interests. Business networking involves the establishment of various forms of associations and business communities, with or without the creation of new economic entities. The aim of the paper was to study the forms of cooperation between non-wood forest products based small and medium enterprises, as well as to determine the attitudes of their representatives towards cooperation and business networking with other enterprises in Central Serbia. Research included 91 non-wood forest product based small and medium enterprises and 19 representatives of leading enterprises, which were selected based on specifically defined criteria. Both the methods of analysis and synthesis and comparative and statistical methods were applied in the paper. The results indicate that almost all analyzed enterprises cooperate with other enterprises. The most common form of cooperation is present "during selling" and "during purchase". The majority of leading enterprises' representatives are members of some of the existing associations of entrepreneurs. Based on the analysis, it was found that there is a need for development of cooperation between the analyzed enterprises. In accordance with that, proposals for the improvement of business networking were given.

Key words: cooperation, business networking, small and medium enterprises, non-wood forest products, Central Serbia

1. УВОД

У савременим условима глобализације тржишта, пословно окружење постаје веома сложено и, често, непредвидиво (Huang, Wang, 2011). Из тих разлога, напредак предузећа може бити отежан, па је присутна стална потреба за развојем њихове **пословне сарадње** (Nonić *et al.*, 2012/b; Ranković *et al.*, 2012). У оквирима међународне економије постоји растући тренд препознавања значаја пословне сарадње, јер појединачни привредни субјекти не могу, у садашњим тржишним условима, бити довољно конкурентни (Christopher, 2011).

Пословна сарадња омогућава да предузећа, са једне стране, превазиђу своје слабости, а са друге им помаже да буду „...флексибилна, у циљу брзог реаговања на сигнале са тржишта” (Вошковић, Јовановић, 2009).

У овом раду се под појмом „сарадње” између предузећа, подразумевају све активности, које се предузимају ради остваривања заједничких циљева и интереса (Heavey, Murphy, 2012), односно „...заједничка реализација одређених задатака,

које предузећа која сарађују не могу самостално испунити” (Holtbrügge, 2004). Сарадња се може остварити у набавци, производњи, пласману, истраживању, едукацији итд. и са различитим учесницима, као што су купци, добављачи, конкуренти, универзитети, истраживачки центри и сл. (Guzmán-Cuevas *et al.*, 2009).

Као један од посебних видова сарадње између предузећа издваја се **пословно повезивање**. Предузећа се пословно повезују ради „...концентрације капитала, координације и усклађеног обављања одређених заједничких функција и остваривања других заједничких интереса“, односно све у циљу „...остваривања што већег профита” (Dulanović, Jaško, 2007).

Под појмом „пословног повезивања” се, у овом раду, подразумева оснивање различитих форми удружења и пословних заједница, са или без стварања нових привредних субјеката (Dulanović, Jaško, 2007; Schmithüsen *et al.*, 2014).

На значај пословног повезивања добављача, произвођача, трговаца и продаваца указују и истраживања у иностранству, везана за мала и средња предузећа (МСП) у шумарству, према којима се, само путем међусобне повезаности, може обезбедити снабдевање тржишта потребним количинама производа и услуга (Pettenella, Maso, 2011).

Присутне су различите **поделе** пословног повезивања (FAO, 2000; Dulanović, Jaško, 2007; Nonić, 2010; Schmithüsen *et al.*, 2014):

- у односу на врсту привредних субјеката који се повезују, односно делатност предузећа:
 - вертикално;
 - хоризонтално;
- у односу на територијалну организацију:
 - локално;
 - регионално;
 - национално;
 - међународно повезивање;
- у односу на сврху повезивања:
 - заступање;
 - размена информација и обука;
 - привредно/економско повезивање;
 - комбинација интереса.

Резултати истраживања о **сарадњи МСП у шумарству**, која су спроведена у Србији, указују да је она „...неадекватна...” и „...неповољна...” (Ranković *et al.*, 2012), како на нивоу приватног сектора (Nonić *et al.*, 2012/b; Ranković *et al.*, 2012), тако и код МСП која послују са недрвним шумским производима (НДШП)¹ (Nedeljković *et al.*, 2012; Nonić *et al.*, 2012/a).

¹ У раду се, под појмом недрвних шумских производа, подразумевају гљиве, лековито и ароматично биље и бобичасти плодови и друго шумско воће.

Претходна истраживања указују да је, у циљу ефикаснијег пласмана, неопходна боља организација сарадње и пословног повезивања МСП за набавку, прераду и пласман недрвних шумских производа (МСП за НДПШ). Катић истиче да се то може остварити преко стварања „...*посебног удружења, заједнице, задруге, или неког од других облика*”, који би за чланице обављао заједничке послове, нарочито у „...*обradi тржишта, обједињавању извоза, послова који су заједнички за све чланице и сл.*”. Примена заједничког менаџмента, могла би бити „...*драгоцено решење за чланице, које уситњене и разједињене то себи не могу да приуште*” (Katić et al., 2006).

Имајући у виду све предности пословног повезивања у кластере, као што су обједињена набавка и пласман, заједнички извоз, приступ специјализованим институцијама, олакшан приступ и размена информација, заједничка обука (Porter, 2003; Rocha, 2004; Вошковић, Јовановић, 2009; Рапаић, 2010; Вошковић, Kostadinović, 2011), у литератури се, као један од предлога за решавање проблема организовања МСП у шумарству, наводи подршка њиховом оснивању и развоју (Kazonga et al., 2006; Ranković et al., 2012). Активности кластера у шумарству су усмерене ка развоју тржишта и унапређењу конкурентности овог сектора (Bonita et al., 2002), као и ка едукацији и стручној обуци чланова, стандардизацији производње, увођењу нових технологија, иницирању и подршци сарадњи између предузећа, образовних и развојних институција, итд. (Ranković et al., 2012).

На основу досадашњих истраживања, уочава се недостатак свеобухватних сазнања о пословној сарадњи између МСП за НДШП, као и о потребама њеног унапређења у Србији. Имајући у виду значај сарадње и пословног повезивања предузећа, за унапређење пословања, било је неопходно спровести истраживања која ће се бавити овом проблематиком.

Циљ овог рада је истраживање облика сарадње МСП за НДШП, као и утврђивање ставова њихових представника о сарадњи и пословном повезивању са другим предузећима на подручју централне Србије. **Сврха** рада је утврђивање најпогоднијих облика пословног повезивања МСП за НДШП и давање препорука за унапређење њихове међусобне сарадње. **Предмет** рада су ставови представника МСП за НДШП о сарадњи и пословном повезивању са другим предузећима.



Слика 1. Територијални распоред анализираних предузећа

Figure 1. Distribution of analysed enterprises

Истраживање је **територијално** било везано за свих 17 шумских подручја (ШП)² у централној Србији³. Територијални распоред анализираних предузећа, приказан је на слици 1.

2. МЕТОД РАДА

У складу са потребама истраживања, у раду су примењене различите научно-истраживачке **методе**: анализе и синтезе, компаративна и статистичка метода.

Методом анализе је извршено тумачење прикупљених података, док су методом синтезе дате препоруке за унапређење пословног повезивања МСП за НДШП, и изведени закључци.

Компаративном методом је извршено утврђивање сличности и разлика у анализираним подацима, који се односе на сва МСП за НДШП у централној Србији чији представници су учествовали у истраживању, са представницима одабраних ЛП⁴.

Статистичка метода, као општа метода квантитативног истраживања масовних појава, примењена је приликом обраде примарних података.

Као истраживачка **техника** код прикупљања података (реализовано током 2011. и 2012. године), коришћена је анкета „од врата до врата” (Aker *et al.*, 2008). **Прикупљање података** путем анкетирања извршено је у две фазе, коришћењем писаног упитника (Mihailović, 2012). У првој фази вршено је испитивање ставова представника 91 МСП за НДШП на нивоу централне Србије (ΣМСП), а у другој представника 19 лидерских предузећа (ЛП), која су издвојена на основу претходно установљених критеријума (Nonić *et al.*, 2012/a):

1. критеријуми прописани *Законом о рачуноводству и ревизији*⁵ (број запослених, годишњи приход, вредност пословне имовине), који је важио у време прикупљања података;
2. карактеристике предузећа (обједињене све три фазе ланца снабдевања, количина откупљених производа и др.);
3. општи утисак истраживача (метод опсервације) о најважнијим пословним активностима ових предузећа.

2 На територији наведених ШП, ЛП „Србијашуме” газдује са државним шумама и врши стручно-техничке послове у приватним шумама.

3 Под појмом „централна Србија”, у овом раду се подразумева територија Републике Србије, без аутономних покрајина Војводине и Косова и Метохије

4 ЛП су издвојена као „потенцијални” лидери кластера. Такође, питања у упитнику су имала за циљ да утврде ставове представника ЛП, само у односу на чланство у кластеру (а не и у односу на остале облике пословног повезивања), јер је овај облик у литератури препознат као један од најпогоднијих, када су у питању МСП

5 У време спровођења истраживања, на снази је био Закон о рачуноводству и ревизији из 2006. године.

У првој фази прикупљања података, упитник се састојао из 65 питања, од којих су, у овом раду, приказани и анализирани одговори на два, која се односе на сарадњу са другим предузећима (прилог 1). У другој фази прикупљања података, упитник се састојао из 40 питања, а у раду су приказани и анализирани одговори на четири, која се односе на пословно повезивање МСП за НДШП (прилог 2).

Обрада података је извршена у статистичком програму SPSS ver. 20 (2011). Приликом обраде, добијени одговори су најпре кодирани, након чега је формирана база података.

За утврђивање учесталости вредности прекидних променљивих, коришћена је анализа фреквенција (Malhotra, 2007), а за испитивање разлике у добијеним (емпиријским) и очекиваним фреквенцијама⁶, коришћен је χ^2 -тест значајности пропорција⁷.

У овом истраживању је код утврђивања разлика у оцени значаја сарадње за успешност пословања, од стране две групе⁸ (представника Σ МСП и ЛП), примењен t-тест независних узорака. Уколико се утврди постојање статистички значајне разлике, а у циљу додатног тумачења резултата, потребно је израчунати величину утицаја. За утврђивање величине утицаја, у овом истраживању је коришћен индекс величине утицаја f^9 (енг. *effect size index*).

3. РЕЗУЛТАТИ

У оквиру резултата, представљени су и анализирани подаци који се односе на Σ МСП и ЛП, ради утврђивања:

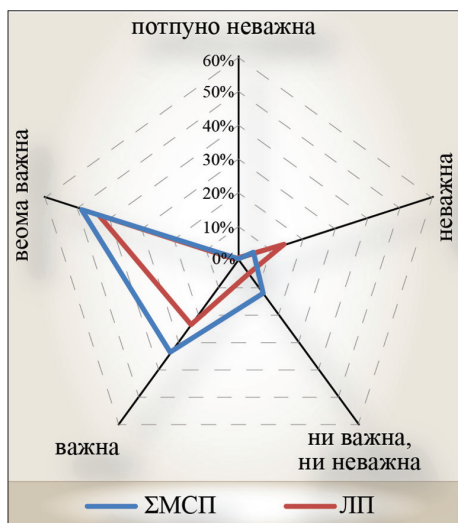
- пословне сарадње МСП за НДШП у централној Србији, односно:
 - постојања сарадње између МСП;
 - ставова испитаника о значају те сарадње за успешност пословања предузећа;
 - облика сарадње између предузећа;
- пословног повезивања МСП за НДШП, односно:
 - остварења додатних финансијских ефеката пословним повезивањем;
 - чланства у неком од постојећих удружења;
 - заинтересованости за укључивање у активности неког од постојећих удружења;

6 У свим случајевима претпостављено је да је очекивани (хипотетички) распоред фреквенција 50% : 50%, односно нулта хипотеза је била да су вредности једнаке (не постоји статистички значајна разлика у пропорцијама).

7 Да би се резултати добијени овим тестом могли тумачити, неопходно је да буде испуњена претпоставка о најмањој очекиваној учесталости у свим ћелијама, која гласи да „...најмање 80% ћелија треба да има очекиване учесталости пет или више“ (Pallant, 2011).

8 На територији наведених ШП, ЛП „Србијашуме“ газдује са државним шумама и врши стручно-техничке послове у приватним шумама.

9 Под појмом „централна Србија“, у овом раду се подразумева територија Републике Србије, без аутономних покрајина Војводине и Косова и Метохије.



Графикон 1. Оцена значаја сарадње са другим предузећима за успешност пословања (ΣМСП/ЛП)

Diagram 1. Evaluation of the importance of enterprises' cooperation for successful business performance (ΣSMEs/LEs)

(82,2% ΣМСП и 77,7% ЛП) има позитиван став (по 33,3% представника ΣМСП и ЛП сматра да је сарадња „важна” и 48,9% представника ΣМСП и 44,4% ЛП сматра да је „веома важна”) о значају сарадње за успешност пословања предузећа. Резултати χ^2 -теста значајности пропорција указују на постојање статистички значајне разлике у оценама сарадње од стране представника ΣМСП ($\chi^2=97,40$, $df=2$, $p=0,000$) и ЛП ($\chi^2=16,33$, $df=2$, $p=0,000$).

У табели 1 су приказани различити облици сарадње између анализираних предузећа.

Уочава се да је најчешћи облик сарадње „приликом пласмана производа” (75,6% у ΣМСП и 66,7% у ЛП), док је у око 1/2 предузећа (50% ΣМСП и 55,6% ЛП) присутна сарадња „приликом откупа сировина”. Са друге стране, сарадња кроз „саветовање и обуку” присутна је код мање од 1/2 представника ΣМСП (46,7%), али и код већине представника ЛП (61,1%). Дакле, сарадња која подразумева пласман и откуп НДШП, али и размену знања и учење, постаје веома битан део пословања. Остали облици сарадње су мање присутни у анализираним предузећима.

10 За оцену значаја ове сарадње за успешност пословања предузећа коришћена је Ликертова скала, са распоном 1-5: 1-потпуно неважно; 2-неважно; 3-ни важно, ни неважно; 4-важно, 5-веома важно. Ставови 1 и 2 су обједињени у негативан став, 3 је индиферентан став, а 4 и 5 су приказани као позитиван став.

- унапређења сарадње формирањем кластера.

3.1. Пословна сарадња анализираних предузећа

Резултати истраживања показују да је сарадња, у пословном смислу, са другим предузећима присутна код скоро свих ΣМСП (98,9%) и ЛП (94,7%). Резултати χ^2 -теста значајности пропорција показују да постоји статистички значајна разлика између ставова представника ΣМСП који су се изјаснили да њихова предузећа „сарађују” и „не сарађују” са другим предузећима ($\chi^2=87,04$, $df=1$, $p=0,000$), као и између ове две групе код ЛП ($\chi^2=15,21$, $df=1$, $p=0,000$).

Оцена¹⁰ значаја сарадње са другим предузећима за успешност пословања, приказана је на графикону 1.

Уочава се да већина испитаника

Табела 1. Облици сарадње са другим предузећима (ΣМСП/ЛП)

Table 1. Forms of cooperation with other enterprises (ΣSMEs/LEs)

Облици сарадње са другим МСП Forms of cooperation with other SMEs	ΣМСП ΣSMEs	ЛП LEs	ΣМСП ΣSMEs			ЛП LEs		
	Учешће (%) Frequency (%)		χ^2	df	p	χ^2	df	p
Приликом откупа сировина Purchase of raw materials	50	55,6	0,00	1	1,000	0,22	1	0,637
Коришћење машина и опреме Use of machinery and equipment	17,8	22,2	37,38	1	0,000	5,56	1	0,018
Приликом пласмана производа Selling of products	75,6	66,7	23,51	1	0,000	2,0	1	0,157
Заједнички наступ на тржишту Joint activities in the market	25,6	16,7	21,51	1	0,000	8,00	1	0,005
Саветовање и обука Consulting and education	46,7	61,1	0,40	1	0,527	0,89	1	0,346

Извор: оригинал

Резултати χ^2 -теста значајности пропорција указују на постојање статистички значајне разлике у присуству појединих облика сарадње у ΣМСП (осим када је у питању сарадња „приликом откупа сировина” и кроз „саветовање и обуку”). Међутим, у ЛП, ситуација је обрнута, односно није присутна статистички значајна разлика у одговорима испитаника, осим у случају сарадње кроз „заједнички наступ на тржишту“ и „коришћењем машина и опреме”.

У табели 2 и 3 су приказани резултати t-теста независних узорака, којим су испитиване **разлике у оцени значаја сарадње** за успешност пословања предузећа, посматране у оквиру две групе:

1. представници ΣМСП и ЛП, који су изјавили да са другим предузећима остварују неки од наведених облика сарадње;
2. представници ΣМСП и ЛП, који су изјавили да са другим предузећима не остварују неки од наведених облика сарадње.

На основу приказаних резултата, уочава се да постоји статистички значајна разлика у оцени значаја сарадње за успешност пословања код представника ΣМСП који су изјавили да са другим предузећима „сарађују” и „не сарађују” путем заједничког наступа на тржишту (табела 2). Према Коеновом критеријуму (Cohen, 1988), а на основу вредности f установљен је велики утицај ($f=0,45$).

Табела 2. Резултати t-теста независних узорака (ΣМСП)
 Table 2. Results of the t-test of independent samples (ΣSMEs)

		Левенов тест једнакости варијансе Levene's Test for Equality of Variances		t-тест једнакости средњих вредности t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Приликом откупа сировина Purchase of raw materials	Варијансе једнаке Equal variances assumed	1,234	0,270	-0,582	88	0,562
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			-0,582	86,345	0,562
Коришћење машина и опреме Use of machinery and equipment	Варијансе једнаке Equal variances assumed	3,682	0,058	0,881	88	0,381
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			1,215	36,207	0,232
Приликом пласмана производа Selling of products	Варијансе једнаке Equal variances assumed	15,484	0,000	2,254	88	0,027
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			1,759	26,091	0,090
Заједнички наступ на тржишту Joint activities in the market	Варијансе једнаке Equal variances assumed	37,441	0,000	2,462	88	0,016
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			4,218	66,000	0,000
Саветовање и обука Consulting and education	Варијансе једнаке Equal variances assumed	1,630	0,205	0,700	88	0,486
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			0,706	87,994	0,482

Извор: оригинал

Табела 3. Резултати t-теста независних узорака (ЛП)
Table 3. Results of the t-test of independent samples (LEs)

		Левенов тест једнакости варијансе Levene's Test for Equality of Variances		t-тест једнакости средњих вредности t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Приликом откупа сировина Purchase of raw materials	Варијансе једнаке Equal variances assumed	1,573	0,228	0,531	16	0,603
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			0,512	12,465	0,618
Коришћење машина и опреме Use of machinery and equipment	Варијансе једнаке Equal variances assumed	10,774	0,005	1,145	16	0,269
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			2,188	13,000	0,047
Приликом пласмана производа Selling of products	Варијансе једнаке Equal variances assumed	,083	0,777	-0,208	16	0,838
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			-0,206	9,834	0,841
Заједнички наступ на тржишту Joint activities in the market	Варијансе једнаке Equal variances assumed	6,924	0,018	0,946	16	0,358
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			2,168	14,000	0,048
Саветовање и обука Consulting and education	Варијансе једнаке Equal variances assumed	0,005	0,942	0,168	16	0,869
	Без претпостављања једнакости варијанси Equal variances not assumed			0,169	13,204	0,868

Извор: оригинал

Са друге стране, на основу резултата t-теста независних узорака за ЛП (табела 3), уочава се да постоји статистички значајна разлика у оцени значаја сарадње за успешност пословања код испитаника који су изјавили да са другим предузећима „сарађују” и „не сарађују” путем путем заједничког наступа на тржишту и коришћења машина и опреме и. Према Коеновом критеријуму (Cohen, 1988), а на основу вредности f установљен је велики утицај ($f=0,54$ за заједнички

наступ на тржишту и 0,53 за коришћење машина и опреме).

3.1.1. Пословно повезивање анализираних предузећа

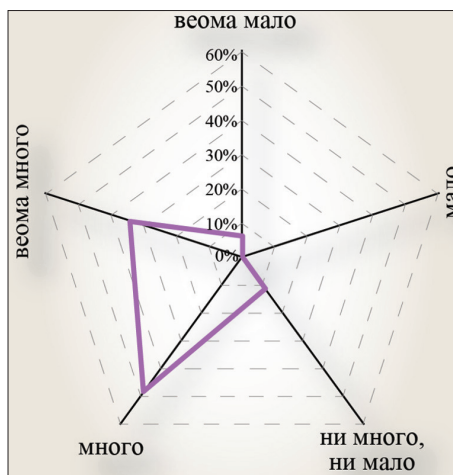
Већина представника ЛП (89,5%) сматра да би се **пословним повезивањем** могли остварити додатни финансијски ефекти. Резултати χ^2 -теста значајности пропорција указују на постојање статистички значајне разлике у ставовима представника ЛП ($\chi^2=11,84$, $df=1$, $p=0,001$).

Запажа се (графикон 2) да већина представника ЛП (82,4%) има позитиван став¹¹ о утицају пословног повезивања МСП на остваривање додатних финансијских ефеката, односно сматра да би се финансијски аспекти пословања, на овај начин, унапредили „мноگو” (47,1%) и „веома многу” (35,3%).

Резултати χ^2 -теста значајности пропорција указују на постојање статистички значајне разлике у оценама значаја пословног повезивања од стране представника ЛП ($\chi^2=18,47$, $df=2$, $p=0,000$).

Чланство у неком од постојећих **удружења предузетника** (табела 4), која су активна на подручју на ком се налази предузеће, има већина ЛП (68,4%). Међутим, χ^2 -тестом значајности пропорција, није утврђена¹² статистички значајна разлика између ове две групе ЛП ($\chi^2=2,6$, $df=1$, $p=0,108$).

Мање од $\frac{1}{2}$ (46,2%) ЛП, која имају чланство у неком од удружења, чланови су удружења „Шумски плодови Србије”, а 30,8% Удружења хладњачара Србије. Већина представника ЛП (66,7%), који нису чланови неког од удружења, изражава **заинтересованост** за укључивањем у активности неког од постојећих удружења, која су активна на том подручју.



Графикон 2. Оцена могућности остваривања додатних финансијских ефеката пословним повезивањем (ЛП)

Diagram 2. Evaluation of possibilities for the realization of additional financial effects by business networking (LEs)

11 За оцену могућности остваривања додатних финансијских ефеката пословним повезивањем, коришћена је Ликертова скала, са распонем 1-5: 1-веома мало, 2-мало, 3-ни мало, ни много, 4-многу, 5-веома многу. Ставови 1 и 2 су обједињени у негативан став, 3 је индиферентан став, а 4 и 5 су приказани као позитиван став.

12 Узрок овој ситуацији (већина представника ЛП је дала позитиван одговор, али χ^2 -тестом значајности пропорција није утврђена статистичка значајност), може бити и недовољно велики узорак (свега 19 представника ЛП), па се резултати χ^2 -теста морају посматрати за одређеном резервом.

Табела 4. Ставови представника ЛП, везани за пословно повезивање
Table 4. Attitudes of LEs representatives towards business networking

Шифра ЛП LE code	Чланство у удружењу Membership in an association	Назив удружења Name of the association	Заинтересованост за укључивање у активности удружења Interest in engagement in association's activities
ГШП11	не/no	-	да/yes
ГШП4	да/yes	Удружење „Шумски плодови Србије“; Удружење компанија за прераду воћа и поврћа западне и централне Србије	-
ГШП6	да/yes	Удружење „Шумски плодови Србије“	-
ЈШП1	да/yes	Удружење хладњачара Србије	-
ЈШП2	не/no	-	да/yes
ЈШП3	да/yes	Удружење „Шумски плодови Србије“	-
МШП6	не/no	-	да/yes
МШП7	не/no	-	да/yes
ПКШП1	не/no	-	нисам сигуран/ not sure
ПКШП4	да/yes	Удружење „Шумски плодови Србије“	-
ППШП10	не/no	-	не/no
ППШП6	да/yes	Удружење хладњачара Србије	-
ППШП11	да/yes	Удружење хладњачара Србије	-
ППШП1	да/yes	Удружење „Шумски плодови Србије“	-
ППШП3	да/yes	Национално удружење за развој органске производње „Serbia Organica“	-
ППШП5	да/yes	Национално удружење прерађивача и извозника лековитог биља „Србофлора“	-
РШП9	да/yes	Удружење хладњачара Србије	-
РШП10	да/yes	Удружење „Шумски плодови Србије“	-
ТЗШП3	да/yes	Опште удружење предузетника општине Ариље	-

Извор: оригинал

У овом случају је прекршена претпоставка χ^2 -теста значајности пропорција, па се добијени резултати не могу тумачити.

Наведена удружења су активна на различитим територијалним нивоима:

- локални ниво (Опште удружење предузетника општине Ариље);
- регионални ниво (Удружење компанија за прераду воћа и поврћа западне и централне Србије, Удружење „Шумски плодови Србије”);
- национални ниво (Удружење хладњачара Србије, Србофлора, Serbia Organica).

Активности које би, према представницима ЛП заинтересованим за укључивање у активности неког од удружења, биле од значаја су:

- лобирање код институција, односно „...заступање интереса, посебно у сарадњи и комуникацији са министарствима”;
- обезбеђење финансијске подршке;
- заједнички пласман.

Сарадња предузећа би се, према ставу већине представника ЛП (94,7%), могла унапредити формирањем **кластера** на подручју на ком се налазе. Резултати χ^2 -теста значајности пропорција показују да постоји статистички значајна разлика између ових група представника ЛП ($\chi^2=15,21$, $df=1$, $p=0,000$).

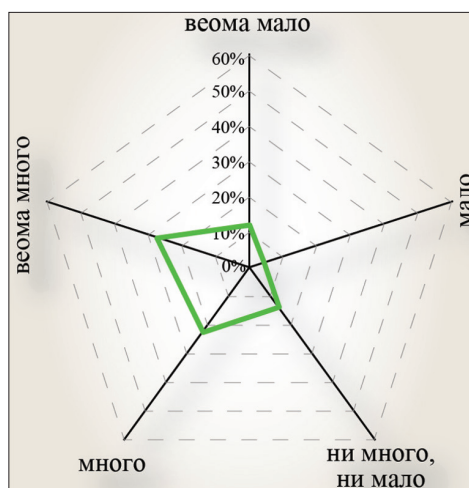
Већина представника ЛП (61,1%) има позитиван став о могућностима унапређења сарадње формирањем кластера, односно, сматра да би се на овај начин „много” (27,8%) и „веома много” (33,3%) унапредила сарадња (графикон 3).

Резултатима χ^2 -теста значајности пропорција утврђено је да постоји статистички значајна разлика у ставовима представника ЛП, у односу на могућности унапређења сарадње формирањем кластера ($\chi^2=6,33$, $df=2$, $p=0,042$).

Неки од испитаника су истакли да „...неформални кластер већ постоји”, док други наглашавају користи које очекују од кластера:

- „...било би добро да наступамо са заједничком ценом”;
- „...на тај начин би се могао вршити заједнички откуп и пласман”.

Међутим, неки од представника ЛП, који сматрају да би се формирањем кластера унапредила сарадња, истичу да је то тешко спроводиво у пракси („...немогуће је остварити повезивање предузећа у овом сектору у Србији”), наводећи као разлоге: „нелојалну конкуренцију” или различите „интересе, власничку структуру, ниво финансијске самосталности и развијености”.



Графикон 3. Оцена могућности унапређења сарадње формирањем кластера (ЛП)

Diagram 3. Evaluation of possibilities for cooperation improvement by cluster establishment (LEs)

4. ДИСКУСИЈА

Да би предузеће, као издвојени привредни субјект, успешно пословало, неопходно је да, на директан или индиректан начин, оствари **сарадњу** са другим предузећима, Владиным институцијама, невладиним и научно-истраживачким организацијама (Pettenella, Maso, 2011; Nedeljković *et al.*, 2012). Већина ΣМСП и ЛП има сарадњу са другим предузећима, чији значај за успешност пословања оцењују позитивно. Сарадња између МСП за НДШП има различите облике, при чему су најчешћи „приликом пласмана” и „приликом откупа”. Такође, већина ЛП истиче да са другим предузећима сарађују кроз „саветовање и обуку”.

Сарадња предузећа приликом **пласмана** је од значаја, јер се на овај начин омогућава „...превазилажење тржишних баријера и ефикасније укључивање у тржишта, (...) смањивање потенцијалних опасности од нових конкурената, (...), смањивање конкуренције” (Трмчић *et al.*, 2011). Боља повезаност МСП за НДШП, посебно у сегменту пословања који се односи на пласман производа, омогућава да се повећа ефикасност и смањи ризик од пословног неуспеха. Поред тога, на овај начин се купцима даје већа гаранција, „...како у погледу континуитета у снабдевању, тако и у погледу захтеваних количина и квалитета производа” (Katić *et al.*, 2006).

Треба истаћи да је додатним анализама утврђена статистички значајна разлика у оцени значајности сарадње за унапређење пословања, код оних ΣМСП и ЛП у којима је присутан облик сарадње „кроз заједнички наступ на тржишту”. Ови резултати потврђују литературне наводе да је сарадња „...један од начина на који се врши пласман производа и услуга у малим предузећима” (O'Donnell, 2014). Такође, сарадња предузећа „...подстиче удруживање средстава између мањих предузећа, које им омогућава да развију нове производе и такмиче са већим предузећима” (O'Donnell, 2014). Ови литературни наводи су потврђени овде представљеним истраживањем, јер је у ЛП додатним анализама утврђено да постоји статистички значајна разлика у оцени значајности сарадње за унапређење пословања код оних ЛП која са другим предузећима сарађују кроз „коришћење машина и опреме”. Истраживања спроведена у иностранству указују да сарадња предузећа „...може имати кључну улогу у приступу новим тржиштима, обезбедити нове идеје и развити нове производе” (Pettenella, Maso, 2011).

Пословање МСП за НДШП је условљено временским приликама (Nonić *et al.*, 2014/a). Са друге стране, тржиште хране (где спадају и НДШП) често може бити ограничено у понуди и нестабилно, па је, из тог разлога, веома важно обезбедити сталан **откуп** (Katić *et al.*, 2006; Vorley *et al.*, 2008; Nonić *et al.*, 2014/a). При томе, треба истаћи да „...разноврсна база добављача, укључујући и мале произвођаче, може допринети повећању сигурности снабдевања” (Vorley *et al.*, 2008).

Ако се има у виду да менаџмент пословања „...захтева ефикасан тренинг о лидерству, производњи, финансијској контроли, пласману итд.” (Boter, Lundström, 2005), разумљиво је истацање значаја сарадње кроз **саветовање и**

обуку од стране представника ЛП. Размена знања се односи на „...*дељење и приступ информацијама*”, и позитивно утиче на „...*односе (...), решавање проблема, обезбеђује средства за откривање и усклађивање циљева и проналази могућности за стварање вредности за оба партнера*” (Vanroucke *et al.*, 2014). Сарадња између предузећа омогућава власнику да „...*стекне знање до кога на други начин не би могао да дође*” (O'Donnell, 2014).

На основу анализе одговора представника ЛП може се запазити да су удружења, најчешће присутан облик **пословног повезивања**. Већина ЛП су чланови неког од удружења предузетника, које је активно на подручју на ком се предузеће налази. Међутим, ако се имају у виду постојећи проблеми у пословању (Nonić *et al.*, 2014/b), може се закључити да активна удружења немају довољно капацитета за њихово решавање.

Представници ЛП, већином, сматрају да би пословно повезивање могло имати и позитиван финансијски ефекат, као и да би се формирањем **кластера** унапредила сарадња МСП. Представници неких ЛП, који имају позитиван став о кластеру, су истакли да у подручјима у којима послују већ постоје неформални кластери. У литератури се наводи да се „...*формирање неформалних кластера одвија спонтано и као последица неких прошлих или текућих иницијатива, и/или деловања катализатора који теже да групишу иначе независна предузећа и институције*” (Bošković, Kostadinović, 2011).

Претходна истраживања о могућностима оснивања кластера у шумарству у Србији, указују на позитиван став представника анализираних предузећа о остварењу финансијских ефеката на овај начин (Ranković *et al.*, 2012). Са друге стране, резултати истраживања о могућностима оснивања кластера откупљивача гљива у Расинском округу указују су представници предузећа упознати са мерама подршке за оснивање кластера и начином функционисања ове врсте удружења, али већином показују незаинтересованост за његовим оснивањем. Најчешће навођени разлози су „...*међусобно неповерење, неповерење према надлежним институцијама и страх од неуспеха*” (Marinković *et al.*, 2011).

Са друге стране, испитаници који су подржали идеју оснивања кластера, као користи очекују „...*побољшање квалитета производа, могућност брендирања, потпуну евиденцију сакупљача, стабилизацију и проширење тржишта*” (Marinković *et al.*, 2011).

На основу представљених и анализираних резултата, уочава се да се повећање конкурентности МСП, односно унапређење пословања може постићи стимулисањем развоја кластера. Конкурентна предност, коју стичу МСП повезана у кластере се заснива на „...*специјализацији, кооперацији, већој флексибилности и диверзификацији*” (Bošković, Jovanović, 2009) тих предузећа.

Представници оних предузећа, која нису чланови, већином показују заинтересованост за учешће у активностима неког од постојећих удружења, а као најзначајније користи од чланства наводе заступање интереса, лакши приступ финансијским мерама подршке и заједнички пласман.

На основу анализе резултата може се уочити да већина ЛП није члан **удружења** чије активности су специјализоване за пословање са НДШП. Наиме, на територији централне Србије постоји једно удружење (Удружење „Шумски плодови Србије“), чије активности су усмерене ка заступању интереса МСП за НДШП, али већина анализираних ЛП није члан овог удружења. Друга удружења, чији су чланови нека од анализираних ЛП, нису специјализована за НДШП, већ су у питању општа удружења предузетника и/или удружења хладњачара. У оваквој ситуацији, МСП за НДШП немају одговарајуће изабране представнике, који би заступали њихове интересе.

5. ЗАКЉУЧЦИ

На основу анализе **сарадње** МСП за НДШП, дошло се до следећих закључака:

- већина Σ МСП и ЛП имају сарадњу са другим предузећима;
- већина представника Σ МСП и ЛП има позитиван став о значају те сарадње за успешност пословања предузећа;
- сарадња са другим предузећима се углавном одвија приликом пласмана производа и откупа сировина;
- постоје велике разлике у оцени значаја сарадње за успешност пословања, код представника Σ МСП;
- код представника ЛП такође постоје велике разлике у оцени значаја сарадње за успешност пословања.

У односу на **пословно повезивање** МСП за НДШП, закључује се следеће:

- став већине представника ЛП је да се пословним повезивањем МСП могу остварити додатни финансијски ефекти;
- већина ЛП је члан неког од удружења предузетника;
- већина представника оних ЛП, која нису члан неког удружења, показује заинтересованост за удруживање;
- већина представника ЛП сматра да се формирањем кластера може унапредити сарадња предузећа.

На основу анализе резултата, у посматраним предузећима уочена је потреба за развојем сарадње и пословног повезивања, како би се унапредила конкурентност.

Из тих разлога, а у циљу унапређења стања и обезбеђења развоја сектора МСП за НДШП у Србији, **препоруке** су усмерене ка оснивању и развоју нових облика пословног повезивања: кластера, на регионалном и удружења, на националном нивоу.

Код давања предлога за оснивање **кластера**, узети су у обзир:

- позитиван став већине представника ЛП о финансијским ефектима чланства у кластеру и унапређењу сарадње на овај начин;

- резултати додатних анализа, који се односе на оцену значаја сарадње за успешност пословања код МСП и ЛП која „остварују” или „не остварују” сарадњу у заједничком наступу на тржишту;
- економске предности чланства у кластеру.

С обзиром да су неки од основних услова за оснивање кластера: географска близина чланова, постојање „критичне масе”, односно довољног броја предузећа и присуство „лидера”, предлаже се оснивање три кластера, на нивоу статистичких региона:

1. Београдски регион,
2. Шумадија и Западна Србија и
3. Јужна и Источна Србија.

Сваки од ових кластера би се бавио пласманом све три врсте НДШП, с тим да би посебан фокус био на:

- гљивама у региону Шумадије и Западне Србије (Голијско, Подрињско-колубарско, Расинско, Тарско-златиборско ШП)¹³;
- лековитом и ароматичном биљу у региону Јужне и Источне Србије (Јабланичко и Моравско ШП);
- бобичастим плодовима и другом шумском воћу у Београдском региону (Посавско-подонавско ШП).

Производи на које би се фокусирали потенцијални кластери за НДШП, одабрани су на основу врста НДШП које су присутне у већини предузећа (Nonić *et al.*, 2014/b). Чланови кластера би, поред ЛП¹⁴, била и МСП за НДШП која послују на том подручју и релевантне научно-истраживачке и стручне институције.

Примарна активност кластера био би заједнички пласман производа, пре свега, на инострано тржиште. На овај начин би се омогућила успешнија реализација захтева иностраних купаца, у погледу количине НДШП и стабилности испорука, које МСП појединачно, често, не могу да испуне. У складу са ставовима представника ЛП о користима које од њих очекују, активности кластера биле би, такође, усмерене ка обезбеђивању финансијске подршке и заступању интереса чланова (лобирање код надлежних институција).

Приликом давања предлога за оснивања **националног удружења**, уочен је проблем који се односи на неадекватно пословно повезивање МСП за НДШП, упркос постојању различитих удружења. Такође, узети су у обзир и ставови представника ЛП, који као једну од користи чланства у удружењу очекују лобирање, односно заступање интереса, посебно у сарадњи и комуникацији са министарствима. Поред тога, може се претпоставити и да сви представници МСП за НДШП не би били заинтересовани за приступање кластеру, али би постојало

13 Наведена су само она подручја у којима су издвојена ЛП и анкетирани њихови представници.

14 Неки од критеријума за избор „лидера кластера”, који би били одабрани из групе ЛП, су позитиван став о кластерима, локација у региону у ком се оснива кластер, водећа позиција (на основу количине производа) у пласману оне врсте НДШП, која ће бити у фокусу кластера, итд.

интересовање за чланство у интересном (пословно-стручном) удружењу. Чланови националног удружења била би појединачна МСП за НДШП, али би му такође могли приступити и предложени кластери, који би, у том случају, један део активности обављали самостално (економски аспекти), док би други део активности био везан за национално удружење (заступање интереса).

Примарна активност овог удружења било би обезбеђивање индиректне (не-финансијске) подршке развоју, односно заступање интереса чланова и њихово саветовање (пре свега, давање мишљења и предлога при доношењу нове или измена постојеће законске регулативе, унапређење сарадње са надлежним институцијама и пружање помоћи за коришћење различитих фондова подршке).

У наредним истраживањима, потребно је извршити детаљнију анализу могућности сарадње и пословног повезивања МСП за НДШП на локалном и националном нивоу. Оваква врста истраживања би могла допринети унапређењу међусобног организовања ових предузећа, што би имало и позитиван утицај на даљи развој шумарства приватног сектора.

Напомена: Истраживање је реализовано у оквиру пројекта „Истраживања климатских промена и њиховог утицаја на животну средину - праћење утицаја, адаптација и ублажавање”, подпројекат „Социо-економски развој, ублажавање и адаптација на климатске промене” (ев. бр. 43007, ев. бр. подпројекта 43007/16-ИИИИ) и пројекта „Одрживо газдовање укупним потенцијалима шума у Републици Србији” (ев. бр. 37008-ТР), финансираних од стране Министарства просвете, науке и технолошког развоја

ЛИТЕРАТУРА

- Aker D., Kumar V., Daj G. (2008): *Marketinško istraživanje*, 9. izdanje, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd (773)
- Bonita M., Correa F., Veijalainen P., Ahveninen H. (2002): *Forest Clusters: A Competitive Model for Latin America*, Inter-American Development Bank, Washington, D.C. (63)
- Bošković G., Jovanović A. (2009): *Uticaј klastera na konkurentnost i regionalni razvoj industrije*, Ekonomske teme 2009/1, Ekonomski fakultet, Niš (107-119)
- Bošković G., Kostadinović I. (2011): *Klasteri malih i srednjih preduzeća - ključ ekonomskog razvoja*, Škola biznisa 4, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad (64-68)
- Boter H., Lundström A. (2005): *SME perspectives on business support services: The role of company size, industry and location*, Journal of Small Business and Enterprise Development 12(2), Emerald Group Publishing Limited, Cambridge (244-258)
- Cohen J. (1988): *Statistical power analysis for the behavior sciences*, 2nd edition, Routledge, London (590)
- Christopher M. (2011): *Logistics and Supply Chain Management: creating value-adding networks*, 4th Edition, Financial Times Prentice Hall, Pearson Education, London (276)
- Dulanović Ž., Jaško O. (2007): *Organizaciona struktura i promene*, Fakultet organizacionih nauka, Beograd (449)

- FAO (2000): *Options for the Organization of Small Forest Owners in Central and Eastern Europe for Sustainable Forest Management*. Food and agriculture organization, Rome (47)
- Guzmán-Cuevas J., Cáceres-Carrasco R., Ribeiro Soriano D. (2009): Functional dependence and productive dependence of SMEs, *Small Business Economics* 32(3), Springer-Verlag New York, Inc., Secaucus (317-330)
- Heavey C., Murphy E. (2012): *A proposed cooperation framework for organisations and their leaders*, *Management Decision* 50(6), Emerald Group Publishing Limited, Bradford (993-1000)
- Holtbrügge D. (2004): *Management of International Strategic Business Cooperation: Situational Conditions, Performance Criteria, and Success Factors*, *Thunderbird International Business Review* 46(3), John Wiley & Sons, Inc., Hoboken (255-274)
- Huang S.K., Wang Y.L. (2011): *Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 24, Elsevier, Amsterdam (563-570)
- (2011): *IBM SPSS Statistics 20 Core System User's Guide*, SPSS Inc., Chicago
- Katić B., Savić M., Mijajlović N. (2006): *Mogućnosti plasmana šumskih plodova, lekovitog i aromatičnog bilja*, *Ekonomika poljoprivrede* 53(3), Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd (767-783)
- Kazooru C., Acworth J., Tondo C., Kazungu, B. (2006): *Forest-based associations as drivers for sustainable development in Uganda*. IIED Small and Medium Forest Enterprise Series No. 15, International Institute for Environment and Development, Edinburgh (99)
- Malhotra N. (2007): *Marketing research – an applied orientation*, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River (811)
- Marinković M., Jovanović M., Grašić T. (2011): *Possibilities of appliance and development of clusters in forestry and horticulture in Serbia*, In: Ristić R., Medarević M., Popović Z. (Eds.) CD ROM Proceedings from „First Serbian Forestry Congress: Future with Forests”, University of Beograd-Faculty of Forestry, Belgrade (368-377)
- Mihailović D. (2012): *Metodologija naučnih istraživanja*. Fakultet organizacionih nauka, Beograd (288)
- Nedeljković J., Nonić D., Ranković N., Mandić V. (2012): *Non-wood Forest Products-Based Enterprises in Western Serbia: Organisation of External Supply Chain*. In: Rakonjac Lj. (Ed.): CD ROM Proceedings from International Scientific Conference „Forests in Future - Sustainable Use, Risks and Challenges“, Institute of Forestry, Belgrade (831-840)
- Nonić D. (2010): *Organizacija i poslovanje u šumarstvu – Praktikum*, Univerzitet u Beogradu-Šumarski fakultet, Beograd (110)
- Nonić D., Nedeljković J., Jovanović M. (2012/a): *Organizacija elemenata internog lanca snabdevanja nedrvinim šumskim proizvodima u Posavsko-podunavskom šumskom području*, *Šumarstvo* 3-4, UŠITS, Beograd (83-96)
- Nonić D., Nedeljković J., Ranković N., Marinković M., Glavonjić P., Weiss G. (2012/b): *Analysis of factors influencing cluster establishment in the Timok forest area in Serbia*, *Austrian Journal of Forest Science* 129(3), BOKU and BFW, Vienna (202-227)

- Nonić D., Nedeljković J., Ranković N. (2014/a): *Organizacija procesa nabavke nedravnih šumskih proizvoda u malim i srednjim preduzećima na području centralne Srbije*, Šumarstvo 1-2, UŠITS, Beograd (67-83)
- Nonić D., Nedeljković J., Ranković N. (2014/b): *Small and medium enterprises based on non-wood forest products: Characteristics and types in Serbia*, Management 72, Faculty of organizational sciences, Belgrade. (71-82)
- O'Donnell A. (2014): *The Contribution of Networking to Small Firm Marketing*, Journal of Small Business Management 52(1), Blackwell Publishing Inc., Malden (164-187)
- Pallant J. (2011): *SPSS Priručnik za preživljavanje: Postupni vodič kroz analizu podataka pomoću SPSS-a*, prevod 4. izdanja, Mikro knjiga, Beograd (349)
- Pettenella D., Maso D. (2011): *Networks of Small-Medium Enterprises Operating in Forestry: Some Theoretical Concepts and Empirical Evidence*, „Innovation In Forestry: Territorial & Value Chain Approaches“, Weiss G., Pettenella D., Ollongvist P., Slee B. (Eds.), CAB International (35-47)
- Porter M. (2003): *The Economic Performance of Regions*, Regional Studies 37 (6&7), Routledge, Abingdon (549–578)
- Ranković N., Nonić D., Nedeljković J., Marinković M., Glavonjić P. (2012): *Mala i srednja preduzeća u Timočkom šumskom području-sistem mera podrške i model organizovanja*, monografija, Univerzitet Beogradu-Šumarski fakultet, Beograd (270)
- Rapaić S. (2010): *Unapređenje menadžmenta lanca snabdevanja kroz klastere*, Montenegrin journal of economics 6 (11), NVU ELIT, Podgorica (149-156)
- Rocha H.O. (2004): *Entrepreneurship and development: the role of clusters*, Small business economics 23 (5), Springer-Verlag New York, Inc., Secaucus (363-400)
- Schmithüsen F., Kaiser B., Schmidhauser A., Mellinshoff S., Perchthaler K., Kammerhofer A.W. (2014): *Entrepreneurship and Management in Forestry and Wood Processing: Principles of Business Economics and Management Processes*. Routledge, Oxon (496)
- Trmčić S., Trmčić M., Birmančević B. (2011): *Strategija stvaranja poslovnih mreža preduzeća - uslov je uspeha u poslovanju*, Ekonomika poljoprivrede 58(1), II knjiga, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd (180-187)
- Vanpoucke E., Vereecke A., Boyer K. (2014): *Triggers and patterns of integration initiatives in successful buyer-supplier relationships*, Journal of Operations Management 32(1-2), Elsevier BV, Amsterdam (15-33)
- Vorley B., Lundy M., MacGregor J. (2008): *Business models that are inclusive of small farmers*, Paper prepared for FAO and UNIDO as background to the Global Agro-Industries Forum, New Delhi <http://pubs.iied.org/pdfs/G02340.pdf> (accessed / pristupljeno: 27.06.2014.)
- (2006): *Zakon o računovodstvu i reviziji*, Službeni glasnik RS, br 46/2006, 111/2009, 99/2011 - dr. zakon i 62/2013 - dr. zakon, Beograd.

Jelena Nedeljković

Dragan Nonić

Nenad Ranković

Nada Dragović

NON-WOOD FOREST PRODUCTS BASED ENTERPRISES' COOPERATION AND BUSINESS NETWORKING FORMS IN CENTRAL SERBIA

Summary

Results of previous research on the cooperation between forest-based small and medium enterprises (SMEs) in Serbia indicate that it is inadequate, both in the private sector and in the sector of non-wood forest products (NWFPs).

By term “co-operation between enterprises” in this paper are understood all activities that are undertaken in order to achieve common goals and interests. Cooperation can be achieved in the procurement, production, selling, research, education, etc., and with various actors, such as customers, suppliers, competitors, universities, research centers, etc. One of the special aspects of cooperation between enterprises is business networking. In this paper, term business networking includes the establishment of various forms of associations and business communities, with or without the creation of new businesses entities.

The aim of the paper was to study the forms of cooperation between non-wood forest products based small and medium enterprises, as well as to determine the attitudes of their representatives towards cooperation and business networking with other enterprises in central Serbia. The purpose is to determine the most suitable form of business networking of NWFPs-based SMEs and make recommendations for the improvement of their cooperation. The subjects of the paper are attitudes of representatives of NWFPs-based SMEs towards cooperation and business networking with other enterprises.

The study included 91 NWFPs-based SMEs (Σ SMEs) and 19 representatives of leading enterprises (LEs), which are selected based on specifically defined criteria. A “door to door” survey was conducted during 2011 and 2012, in 17 forest areas in Central Serbia.

The results show that most Σ SMEs and LEs cooperate with other enterprises, and that most of their representatives believe that cooperation is “very important” and “important” for successful business. Cooperation with other enterprises has different forms, and the most common are “during selling of products” and “during purchase of raw materials”. An important form of cooperation in LEs is “consulting and education”. A t-test of independent samples showed a statistically significant difference in the assessment of the cooperation's importance for the success of business between Σ SMEs and LEs representatives who stated that they “do cooperate” and “do not cooperate” with other enterprises “during joint activities in the market”. The same test also showed a statistically significant difference in the assessment of the cooperation's importance for the success of business between LE representatives who stated that they “do cooperate” and “do not cooperate” with other enterprises “during use of machinery and equipment”.

Majority of LEs representatives are members of an association of entrepreneurs, and most of those who are not, showed an interest in associating. The attitude of the majority of LEs representatives is that business networking can have a positive financial effect on their business. All but one of LEs representatives believe that the formation of a cluster can improve cooperation between enterprises.

Recommendations for the improvement of the current situation in the sector and for the development of NWFPs-based SMEs in Serbia are directed towards the establishment and

development of new forms of business networking: clusters at the regional, and associations at the national level.

The members of a cluster, in addition to LEs, would be small enterprises that operate in the area and relevant scientific, research and professional institutions. The primary activity of the cluster would be joint selling of products, primarily in foreign markets. In accordance with the attitudes of LEs representatives towards the expected benefits, the other activities of clusters would be aimed at providing financial support and representation of members' interests (lobbying in relevant institutions).

The members of national associations would be NWFPs-based SMEs. The proposed clusters could become members, too. The primary activity of this association would be to provide indirect (non-financial) support for development, representation of the members' interests, and consulting (especially, giving opinions and suggestions in making new or amending existing legislation, the promotion of cooperation with relevant institutions and assistance in the use of various funds for support).

Прилог 1

Издвојена питања из упитника:

Мала и средња предузећа за набавку, прераду и пласман недрвних шумских производа

VI Анализа пословања

48. Да ли имате сарадњу са другим предузећима?

а) Да (*молимо, оцените значај те сарадње за успешност пословања*)
(1—потпуно незначајно, 2—незначајно, 3—ни незначајно, ни значајно, 4— значајно, 5—веома значајно)

1 2 3 4 5

б) Не

49. На који начин сарађујете са њима? (*могуће је изабрати више одговора*)

- а) Заједнички наступ на тржишту
- б) Коришћење машина и опреме
- в) Откуп сировина
- г) Продаја производа
- д) Саветовање / едукација
- ђ) Друго _____ (*молимо, наведите*)

Прилог 2

Издвојена питања из упитника:

Организација и пословање МСП за набавку, прераду и пласман НДШП

VI Организационо повезивање МСП НДШП

37. Да ли сте члан неког Удружења предузетника на Вашем подручју:

- а) Да (*наведите назив*) _____
б) Не

38. Уколико не, да ли сте заинтересовани да се укључите у активности Удружења на Вашем подручју:

- а) Да (*која врста активности*) _____
б) Не
в) Нисам сигуран

39. Да ли сматрате да се организационим повезивањем МСП могу остварити додатни финансијски ефекти:

0 1 2 3 4 5
(не могу) (веома мало) (мало) (ни мало/ни много) (много) (веома много)

40. Да ли би се формирањем кластера унапредила сарадња МСП НДШП на Вашем подручју:

0 1 2 3 4 5
(никако) (веома мало) (мало) (ни мало/ни много) (много) (веома много)