



Istraživanje „Zajedno kroz krizu“, uticaj COVID-19 krize na privredu i poslovanje

Faza II

Beograd maj 2020. godine

- Povodom aktuelne situacije izazvane koronavirusom Privredna komora Srbije u saradnji sa USAID-ovim Projektom saradnje za ekonomski razvoj pozvala je firme i preduzetnike da učestvuju u anketi „Zajedno kroz krizu“ posvećenju ekonomskim aspektima krize i uticaju koji ona ima na privredu i poslovanje.

Odgovori privrednih subjekata (u daljem tekstu nekada navedeni i kao “firme”) su dragoceni jer pomažu stvaranju jasnije slike stanja u privredi i izazova sa kojima se firme sada suočavaju. Nalazi koji slede predstavljaju “ogledalo” stanja i reakcije privrednih subjekata u sedmoj nedelji krize. U cilju monitoringa uticaja krize na privredu Srbije, ovo je drugi talas istraživanja.

Jasna slika i analiza postojećeg stanja omogućava kvalitetnije formulisanje narednih koraka, koje učesnici na tržištu, počev od same privrede, udruženja, poslovnih asocijacija, nevladinih organizacija do nadležnih državnih organa, treba da preduzmu, kako bi se umanjili negativni efekti krize izazvane COVID-19 virusom.

Pored toga želimo da mislimo i da se pripremimo za „dan po okončanju krize“ kako bi što pre uspeli da povratimo vitalnost poslovnih subjekata. Anketu ćemo ponoviti, prateći razvoj situacije i usklađujući je sa realnim potrebama privrede.



Rezime istraživanja

- Nalazi ove ankete su dragoceni jer predstavljaju “ogledalo” stanja, percepcije i stavova privrednih subjekata u sedmoj i u trećoj nedelji od početka krize izazvane koronavirusom. Zahvaljujemo se svima koji su izdvojili vreme da na anketu odgovore. Prva anketa sprovedena je poslednje nedelje marta - treće nedelje od početka krize i obuhvatila je 806 ispitanika. Druga anketa je sprovedena krajem aprila – u sedmoj nedelji krize i na drugu anketu odgovorilo je 1.000 preduzeća i preduzetnika.
- Važno je napomenuti da rezultati ova dva ciklusa nisu direktno uporedivi budući da ispitanici koji su odgovarali na anketu nisu identični i da je jedan broj pitanja izmenjen, kako bi se prilagodio izmenama tokom trajanja krize i vanrednog stanja. Ipak, poređenje odgovora na neka pitanja može da posluži kao indikacija trendova i promena koje su se dešavale tokom prethodnih sedam nedelja COVID-19 krize.
- **Ograničenja u režimu rada zaposlenih, pravila o socijalnom distanciranju i nelikvidnost jesu efekti koje je privreda najsnažnije osetila; petina ispitanika promenila je poslovni model.**
- U sedmoj nedelji krize, efekti krize koje su privredni subjekti najsnažnije osetili bili su prelazak na rad od kuće i ograničenje radnog vremena, nemogućnost pokrivanja osnovnih troškova poslovanja i nemogućnost fizičkog prisustva kupaca/klijenata. Slede ih problemi u naplati potraživanja od domaćih poslovnih partnera, odlaganje i otkazivanje porudžbina i teškoće u transportu i logistici. Nalaz iznova upućuje na visoku osetljivost privatnog sektora po pitanju likvidnosti i organizacije i optimizacije rada. Turizam i ugostiteljstvo se izdvajaju kao najpogođeniji sektori, a odmah potom kreativna industrija i sektor saobraćaja i skladištenja.
- Rezultati pokazuju da je svaka druga firma organizovala rad tako što je deo radne snage angažovan da radi od kuće (51%). Kompanije su smanjivale i broj radnih sati (43%), a trećina preduzeća je započela pregovore sa poveriocima o odlaganju otplate duga (31%). Za zatvaranje dela poslovnih procesa opredelilo se 20% ispitanika, dok je 14,6% privremeno zaustavilo kompletno poslovanje.
- Zanimljivo je ukazati da je oko petina ispitanika (21.2%) promenila način poslovanja/proizvodni algoritam, što može ukazivati na to da je jedan deo srpske privrede spremnije dočekao ovu nepredvidivu situaciju, lakše se prilagodio i hrabrije suočio sa neophodnim promenama.

Rezime istraživanja

- **Proizvodni i uslužni kapaciteti drastično su smanjeni, ali apsolutna većina firmi zadržala isti broj radnika kao u vremenu pre krize.**

Iako je kriza drastično uticala na smanjenje proizvodnih / uslužnih kapaciteta – 60% ispitanika, većina firmi nije se odlučila da u većem broju otpusti zaposlene, te apsolutna većina ima isti broj zaposlenih kao pre krize (85%).

Ohrabrujući podatak predstavlja činjenica da četvrtina firmi u sedmoj nedelji krize izveštava o delimičnom oporavku - njih 26%, dok se 12% firmi vratilo na nivo poslovanja koji su imali pre krize.

- **Svaka treća firma može da se prilagodi poslovanju putem interneta; gotovo sve srednje i velike firme imaju web stranu, porastao broj firmi sa web prodajom.**

Svaka treća firma može delimično (24%) ili potpuno (5%) da se prilagodi poslovanju putem interneta. Oko 2/3 firmi je, usled prirode svoje delatnosti, ipak vezano za fizički prostor. Oko 4% firmi se izjašnjava da ima finansijske ili druge barijere prelaska na online biznis modele. Preduzetnici i mikro preduzeća se, u poređenju sa većim firmama, lakše i brže mogu prebaciti na poslovanje putem interneta.

Internet prisustvo i elektronska trgovina se globalno pokazuju kao bitne poluge rasta (i pre krize), a i kao osnovna poluga “spasa” od udara krize uzrokovane COVID 19. Kompanije u Srbiji su, prema anketi, svesne važnosti prisustva na internetu – 85% njih ima ili planira da napravi svoju web stranu. Postojanje web strane je delom determinisano veličinom firme. Dok je među preduzetnicima tek svaki drugi predstavio poslovanje na internetu, među srednjim i velikim firmama gotovo da nema firme koje nema svoj veb – sajt. To najbolje govori koliko je prisustvo na internetu neminovno i šalje jasnu poruku manjima da se bez njega skoro, pa i ne može poslovati.

Rezime istraživanja

- Veći broj mikro kompanija i preduzetnika koji nemaju web stranu planiraju da je pokrenu (17.6% i 20.5%), što je izuzetno pohvalno i još jednom potvrđuje da i mala i mikra preduzeća sve više razumeju da je online prostor – jedinstven prostor, na kome i male firme mogu da se izbore za prisustvo, vidljivost i kupce, uz znatno manje troškove u odnosu na tradicionalno poslovanje.
- Sektori koji su nadprosečno prisutni na internetu su kreativna industrija, industrija neprehrambenih proizvoda, IT sektor, turizam i ugostiteljstvo i trgovina. Ipak, i tradicionalniji sektori, poput poljoprivrede ili građevinarstva, pokazuju da svaka druga firma ima web stranu, a time i prisustvo na internetu.
- Donekle zabrinjava što sektori koji sa internet prisustvom lošije stoje jesu poljoprivreda i proizvodnja hrane i pića – upravo oni koji su pretrpeli ogroman udarac usled koronavirusa i karantina, kada im je web prisustvo bilo jedini način da kupci saznaju za njih i dođu do njihovih proizvoda i da time bar donekle kompenzuju prekide u lancima snabdevanja i distribucije. Ovakav rezultat dodatno ističe potrebu sistemskih rešenja, poput jedinstvenih elektronskih pijaca (“food marketplaces”).
- I u Srbiji raste broj firmi koje imaju web prodaju (preko sopstvene ili preko eksternih web prodavnica), pa ih je sada oko 20%, spram rezultata iz USAID CFG “Ankete 1000 preduzeća” 2019, kada ih je bilo 12%. E-banking i M-banking koristi preko 85% firmi. Plaćanja karticom zaostaju, sa svega 12% onih koji nude neki oblik kartičnog plaćanja.

Rezime istraživanja

- Ohrabrujući je broj firmi koje nude mogućnost plaćanja e-bankingom i m-bankingom (85.6%). Ipak, svega 12% ispitanika nudi neki oblik plaćanja karticom, bilo da je u pitanju direktno online plaćanje ilil plaćanje pouzecom. Ovo je naročito bitno tokom i nakon COVID-19 krize, jer je bezgotovinsko plaćanje zdravstveno neuporedivo bezbednije od plaćanja gotovinom.
- Mali je i procenat firmi koji kupcima i klijentima nudi više od jedne opcije plaćanja - 16% firmi. U svim, a naročito u B2C transakcijama, najoptimalnija prodaja putem interneta je ona u kojoj se kupcima nude sve opcije plaćanja, jer ako firme to nemaju, gube deo kupaca kojima nisu ponudile njihovu preferiranu opciju. Ipak, pretpostavka je da se značajan deo elektronske trgovine ispitanika u ovom istraživanju odnosi na "B2B" prodaju, za koju je e-banking potpuno dovoljna opcija plaćanja. Privredni subjekti iz beogradskog regiona su nadprosečno prisutni u elektronskoj trgovini, u odnosu na druge regione.
- **Prema veličini, najugroženiji su preduzetnici i mikro firme, a prema sektorima turizam i ugostiteljstvo, kreativne industrije i transport; kriza se produbila – vreme oporavka procenjuje se najčešće na 3 do 6 meseci, ili na 6 do 12 meseci.**
- Kao i nakon prvog talasa krize, svaka druga firma, u proseku, veruje da su joj poslovni prihodi barem prepolovljeni u poređenju sa istim mesecom prošle godine. Ipak, udeo firmi koji očekuje veoma snažan gubitak, veći od 80%, blago je opao u odnosu na početak krize, i sada je 23%.
- Posmatrajući procenjen gubitak prema veličini privrednih subjekata, sa veličinom firme korelisano opada dubina procenjenog gubitka. Među velikim firmama, svega 13% njih ocenjuje gubitak veći od 80%. Sa druge strane preduzetnici i mikro firme se ističu kao posebno pogođene: trećina njih procenjuje gubitak veći od 80%. Prema sektorima delatnosti, najveće gubitke u odnosu na isti mesec prošle godine beleže turizam i ugostiteljstvo (njih 75% procenjuje drastičan pad prihoda, veći od 80%), ali i kreativna industrija, kao i saobraćaj i skladištenje i trgovina.

Rezime istraživanja

- Ako analiziramo očekivanja firmi o ekonomskom uticaju koronavirusa na smanjenje prodaje u 2020, u odnosu na početak krize, blago pada broj onih koji se izjašnjavaju da očekuju više nego dvostruko smanjenje prodaje (27%). Ne iznenađuje da najteže posledice po prodaju očekuju sektori turizma i ugostiteljstva, kreativna industrija i saobraćaj i skladištenje. Ono što je pak novo jeste da ih sledi IT sektor, što, uz saobraćaj predstavlja indicaciju da se u ovoj anketi već jasnije vidi da pad performansi sektora koji su jak udarac krize primili odmah, sada već utiče i na druge sektore u okviru lanaca vrednosti.
- **Trećini privrede biće potrebno tri do šest meseci za oporavak, veće kompanije oporaviće se brže.** Iako se primećuje rast broja firmi koje ne očekuju teškoće u pogledu izmirenja svojih obaveza, i dalje apsolutna većina firmi (91%) očekuje teškoće u izmirivanju svojih obaveza. Iako je nakon prvog talasa krize svaka druga firma očekivala da će teškoće u pogledu izmirivanja obaveza imati u periodu do 60 dana, sada, u sedmoj nedelji, firme percipiraju da će problemi likvidnosti trajati 90 i više dana, što ukazuje na to da je trajanje krize dublje pogodilo privredu, pa će i oporavak trajati duže.
- Privreda u sedmoj nedelji krize ocenjuje da će joj, u proseku, trebati više vremena za oporavak nego što je procenjivala na samom početku. Pod pretpostavkom da je kriza prestala u poslednjim danima aprila, trećina firmi smatra da će se oporaviti u periodu od 6 do 12 meseci (22%) ili u periodu dužem od 12 meseci (8%). Oko 30% firmi smatra da im za oporavak treba 3 do 6 meseci, a oko 10% firmi procenjuje da bi se oporavilo za mesec dana. Kada su u pitanju velike kompanije, čak 19% smatra da je mesec dana dovoljno za oporavak.

Rezime istraživanja

- **Ubedljiva većina firmi prijavila se za mere državne pomoći, ili planira da to učini.** Privredni subjekti pokazuju veliko interesovanje za državni paket pomoći: 64% je već apliciralo, četvrtina to planira, a tek 10% nije uopšte zainteresovano. Najugroženiji sektori su najpre aplicirali za neke od paketa ekonomskih mera. Mere koje su privrednici ocenili kao najkorisnije su direktna pomoć MMSP sektoru kroz uplatu minimalne zarade (76% firmi ocenjuje kao korisno), odlaganje plaćanja poreza na zarade i doprinose (69%), odlaganje plaćanja akontacije (61%), i garantne šeme za podršku privredi (53%).
- Važno je istaći da je značajnom broju privrednika (od 10 do 14%), potrebna dodatna pomoć u korišćenju mera državne pomoći, što ukazuje na činjenicu da je svaka praktična i edukativna podrška koju firmama mogu da pruže poslovna udruženja, međunarodne organizacije ili državne institucije dobrodošla.
- **Pad poslovanja u sektorima saobraćaja, turizma i industrije znatno utiče na pad poslovanja ostalih firmi u njihovom lancu snabdevanja/vrednosti.** Izlazak iz krize jedne firme, nije priča sama za sebe. Uglavnom je poslovanje jedne kompanije deo jednog ili više lanaca snabdevanja/ vrednosti, te se i brzina oporavaka neke firme treba posmatrati po intenzitetu uticaja na druge privredne subjekte u lancu. Većina firmi, dve trećine njih, promenama u poslovanju utiče na do 30 drugih firmi u lancu snabdevanja unazad (njihovi B2B dobavljači), i na do 100 drugih firmi u lancu snabdevanja ispred (njihovi B2B klijenti). Ipak, postoje firme koje su visoko intenzivno povezane sa drugim firmama: 10% njih ima više od 150 dobavljača, dok četvrtina njih plasira proizvode i usluge za više od 150 drugih firmi.
- Transport, turizam i industrija se izdvajaju kao sektori sa najvećim udelom firmi koje svojim promenama poslovanja, direktno ili indirektno, utiču na poslovanje drugih firmi u okviru lanaca snabdevanja/vrednosti.

Još jednom se zahvaljujemo privrednicima na učešću u anketi, koje je dodatni pokazatelj njihove borbenosti i vitalnosti u uslovima koji su ozbiljno pogodili poslovanje i ugrozili zdravlje i sigurnost njihovih porodica i svih građana.

Metodologija

Reprezentativnost i struktura uzorka urađena je „Post Hoc“ analizom. Veličina uzorka: $n=1000$. Jedinice posmatranja su registrovani privredni subjekti koji posluju na teritoriji Srbije i bili su voljni da odgovore na upitnik. Period prikupljanja podataka: 21. do 27. aprila 2020. Privredni subjekti koji su odgovorili na upitnik su prema poslednjim finansijskim izveštajima (2018) zapošljavali preko 68 hiljada radnika i generisali preko 460 milijardi dinara poslovnih prihoda.

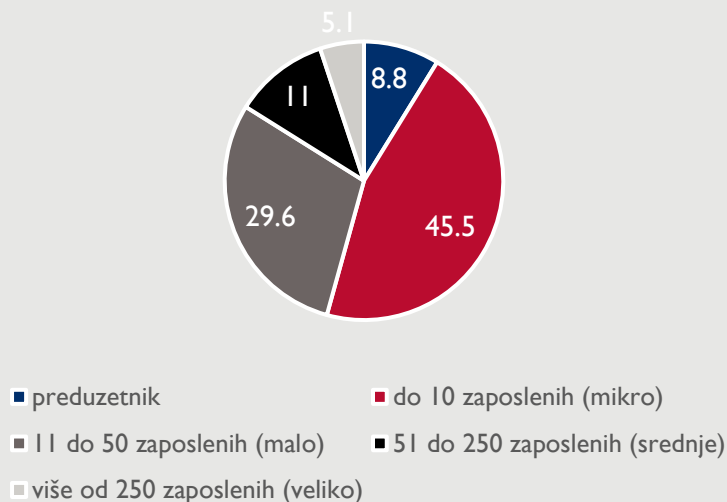
Istraživački alat je strukturirani upitnik, sproveden tehnikom “online” forma popunjavanja.

Kredibilnost zaključaka: u osetljivim trenucima udara krize, ovo istraživanje se izdvaja veličinom uzorka (1000), širokim obuhvatom sektora delatnosti, strukturom po veličini privrednih subjekata, kao i regiona u okviru kojih su registrovani. Dostupnošću matičnog broja privrednog društva obezbeđena je provera validnosti nalaza, kao i kvantitativna analiza prema različitim tipologijama i performansama (mogućnost uvezivanja sa finansijskim izveštajima) privrednih društava. Izvedeni zaključci za nivo privrede Srbije rezultat su veličine i strukture prikupljenog uzorka, te ih na taj način možemo smatrati indikativnim. Upitnik ne prati unapred odabran uzorak kompanija, te analiza nije sprovedena prema panel podacima. Temeljnija i statistički reprezentativna analiza može biti predmet daljih razmatranja.

Struktura uzorka ($n=1000$)

Kada je u pitanju struktura uzorka, prema veličini privrednih subjekata, najveći broj dolazi iz mikro preduzeća (45%). Preduzetnika ima 8%, malih preduzeća 29%, srednjih 11%, dok se 5% preduzeća svrstava kao veliko. S tim u vezi, može se reći da ovaj uzorak nešto “krupniji” od proseka strukture privrede u Srbiji, po veličini privrednih subjekata.

Udeo firmi, prema veličini (%)

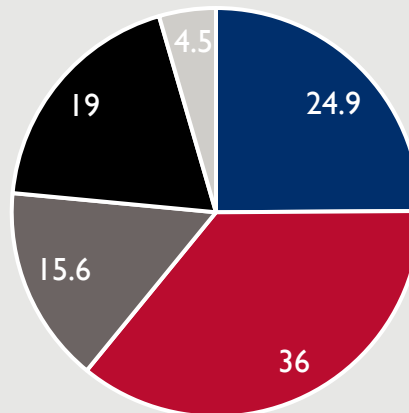


Veličina izvedena iz trenutnog broja zaposlenih ispitanih privrednih društava

Struktura uzorka (n=1000)

Kada je u pitanju struktura uzorka, prema regionu, 36% privrednih subjekata dolazi iz beogradskog regiona, 19% iz regiona Šumadije i Zapadne Srbije, 25% iz regiona Vojvodine, 16% iz regiona Južne i Istočne Srbije, dok je za 4% firmi region u okviru kojeg posluju nepoznat.

Udeo firmi, prema regionu (%)



- Region Vojvodine
- Beogradski region
- Region južne i istočne Srbije
- Region Šumadije i zapadne Srbije
- n/a

Region: administrativni podatak o sedištu privrednog društva. Izvor: PKS 2018

Struktura uzorka (n=1000)

Prema sektoru delatnosti u okviru koga posluju privredni subjekti, u uzorku su zastupljeni svi sektori delatnosti prema NACE rev2 (slovni nivo agregacije). U prikazu ispod, kao i u daljem toku analize, dekompozicija prema delatnostima urađena je prema primarnoj delatnosti poslovanja za koju se privredni subjekt u periodu ispitivanja opredeljuje*.

Udeo firmi, prema delatnosti (%)



- U proseku, odstupanje stvarne od registrovane delatnosti je 5% prema slovnoj grupi delatnosti.
- Ostalo: finansijske delatnosti i delatnosti osiguranja, nekretnine, zdravstvo, obrazovanje i rudarstvo. Iako se ova grupacija delatnosti može okarakterisati kao heterogena, njihovo drugačije kategorisanje ne dozvoljava čak ni indikativno donošenje zaključaka. Ukoliko postoji potreba za dubljim analizama u okviru neke od ovih kategorija, ona može biti predmet istraživanja koja prevazilaze obuhvate ovog istraživanja.
- Izvor: PKS 2018

Da li je i kojim intenzitetom neki od ovih efekata pogodio vašu firmu nakon proglašenja vanrednog stanja? (Privredni subjekti su ocenjivali sve efekte ocenama od 1 – nije uticalo na poslovanje do 5 – jako je uticalo na poslovanje)

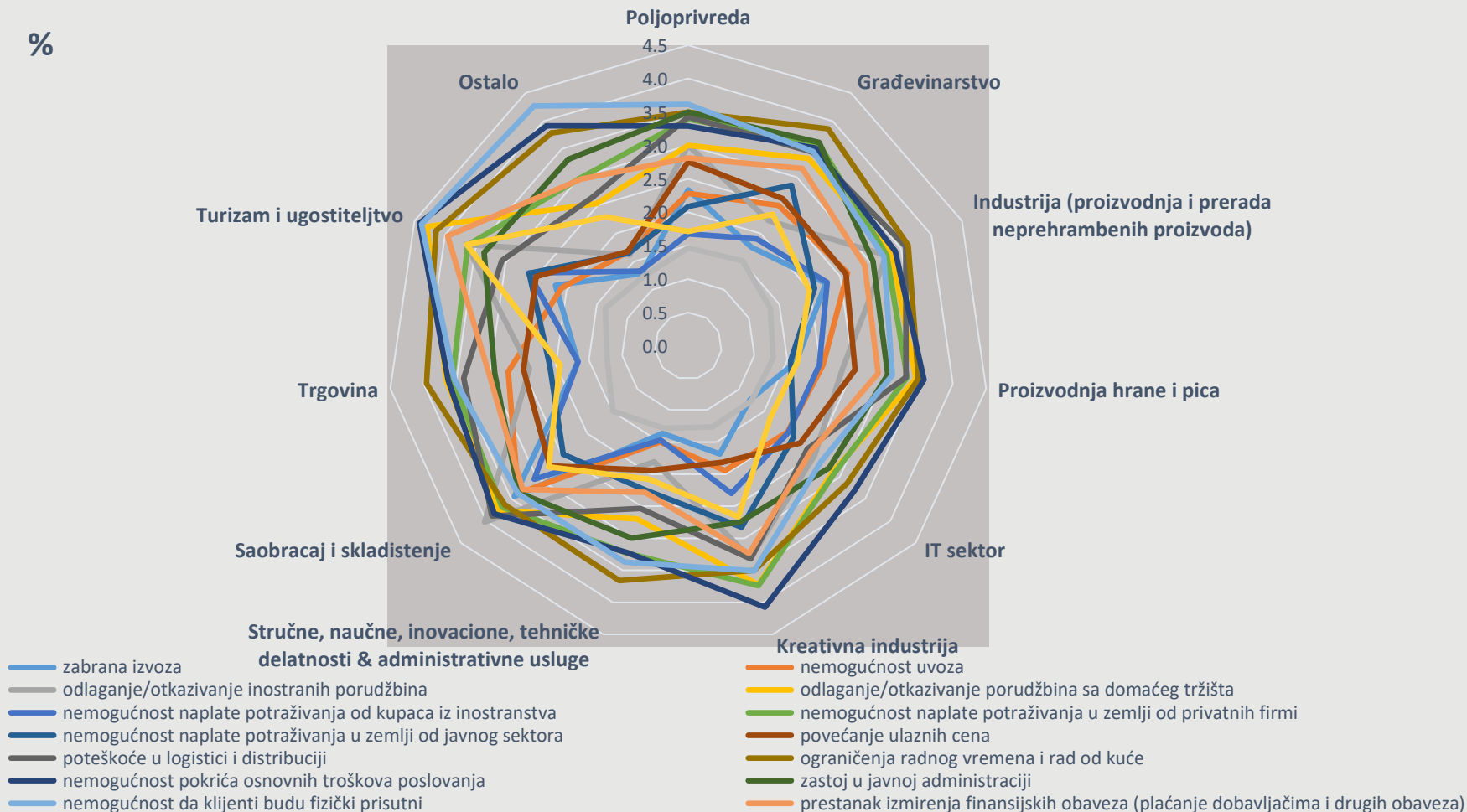
U sedmoj nedelji krize, privredni subjekti su najviše bili pogođeni problemima ograničenja radnog vremena i rada od kuće, nemogućnošću pokrivanja osnovnih troškova poslovanja, nemogućnošću naplate potraživanja od domaćih poslovnih partnera, nemogućnošću fizičkog prisustva kupaca/klijenata. Nalaz iznova upućuje na visoku osetljivost privatnog sektora po pitanju likvidnosti, naročito sagledavši i prestanak izmirenja sopstvenih obaveza prema dobavljačima, koji je prisutan kod više od polovine firmi.

Koliko je efekat pogodio kompaniju nakon proglašenja vanrednog stanja? (na skali od 1 do 5, prosek)



Koliko je efekat pogodio firmu nakon proglašenja vanrednog stanja?

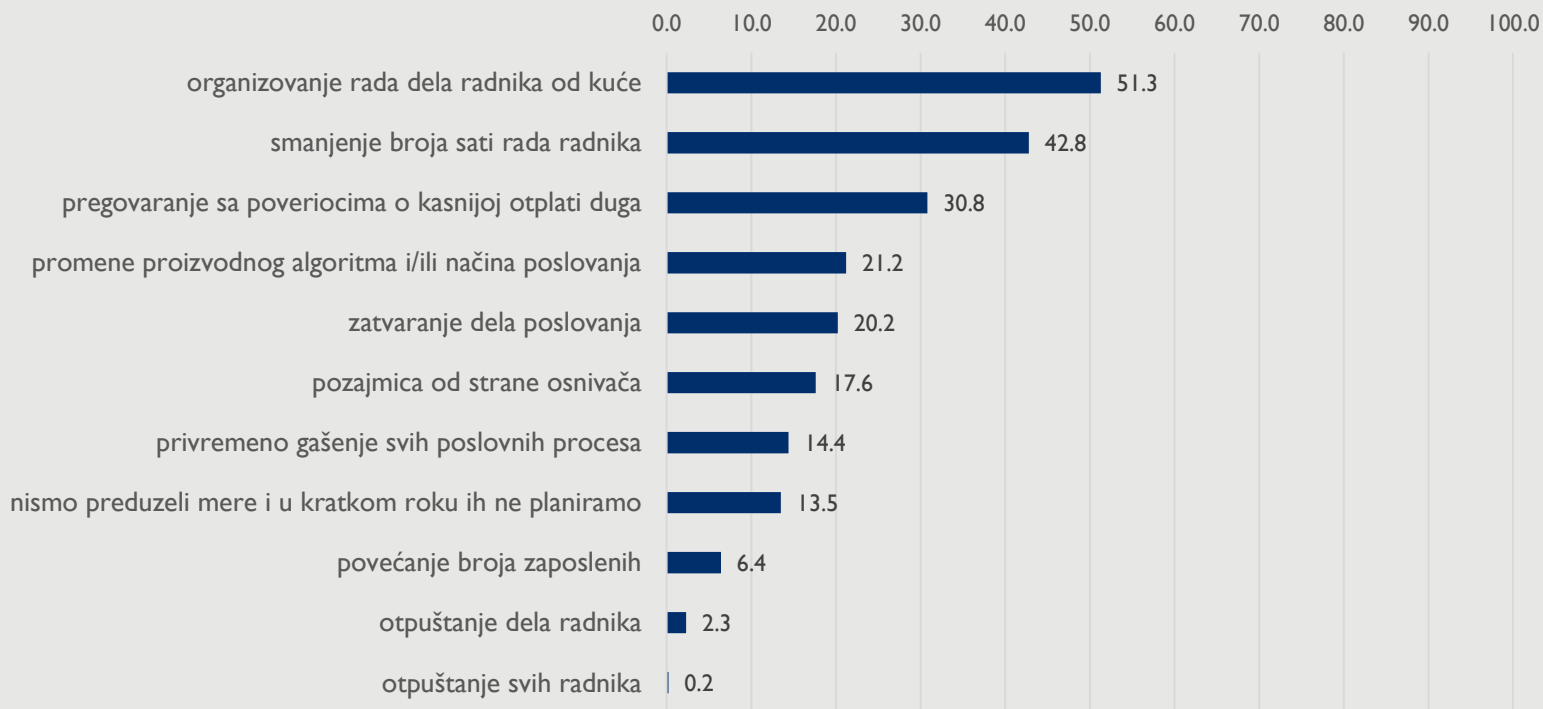
Prema uticaju efekata krize na pojedine sektore delatnosti, turizam i ugostiteljstvo se izdvajaju kao najpogođeniji sektori. Nakon toga slede kreativna industrija i saobraćaj i skladištenje. Nemogućnost fizičke prisutnosti klijenata, kao i problemi naplate potraživanja se pokazuju kao najintenzivniji efekti na poslovanje.



Koje mere u vezi sa zaposlenima i poslovanjem ste do sada preduzeli ili planirate u kratkom roku? (firme su zaokruživale do tri mere)

U sedmoj nedelji krize, svaka druga firma je organizovala rad tako da je deo radne snage angažovan od kuće (51%). Kompanije su smanjivale broj radnih sati (43%), a trećina njih je već pregovarala sa poveriocima o kasnijoj otplati duga. (31%). Iako pod uticajem brojnih negativnih efekata na elementarne uslove poslovanja, vrlo malo privrednih subjekata, koji su učestvovali u anketi, izjasnilo se da je otpustilo radnike (oko 2%).

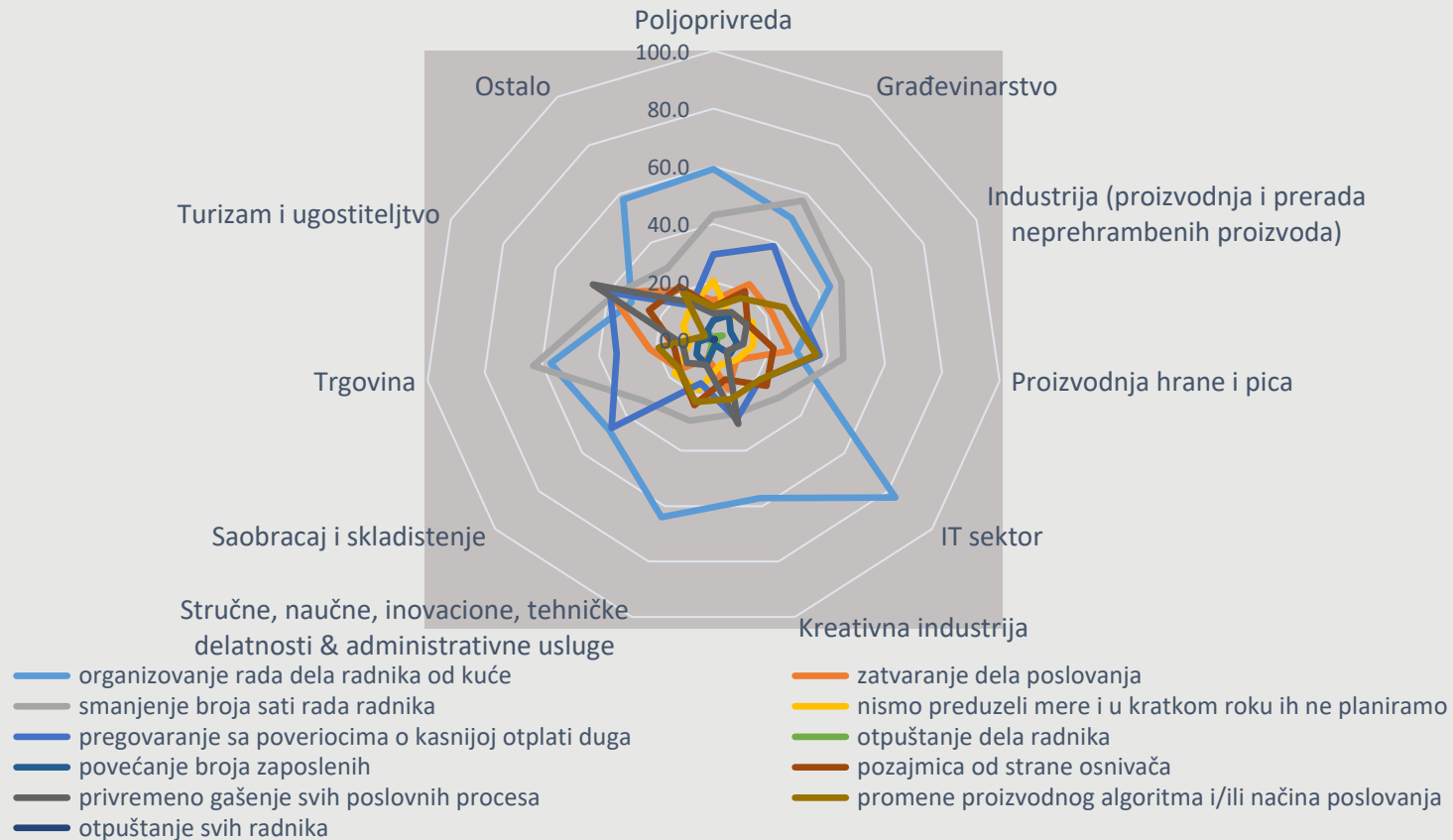
Udeo privrednih društava koji je preduzeo određene mere (n=1000, %)



Koje mere u vezi sa zaposlenima i poslovanjem ste do sada preduzeli ili ih planirate u kratkom roku? (prioritetne tri mere)

Gledano prema sektorima delatnosti, može se videti da je IT sektor, kao i sektor stručnih i tehničkih delatnosti prvenstveno reagovao organizovanjem dela rada od kuće i prelaskom na “online” poslovanje; sektor trgovine i građevinarstva - smanjenjem broja sati rada radnika, dok je sektor turizma i ugostiteljstva primenio privremena zatvaranja poslovnih procesa.

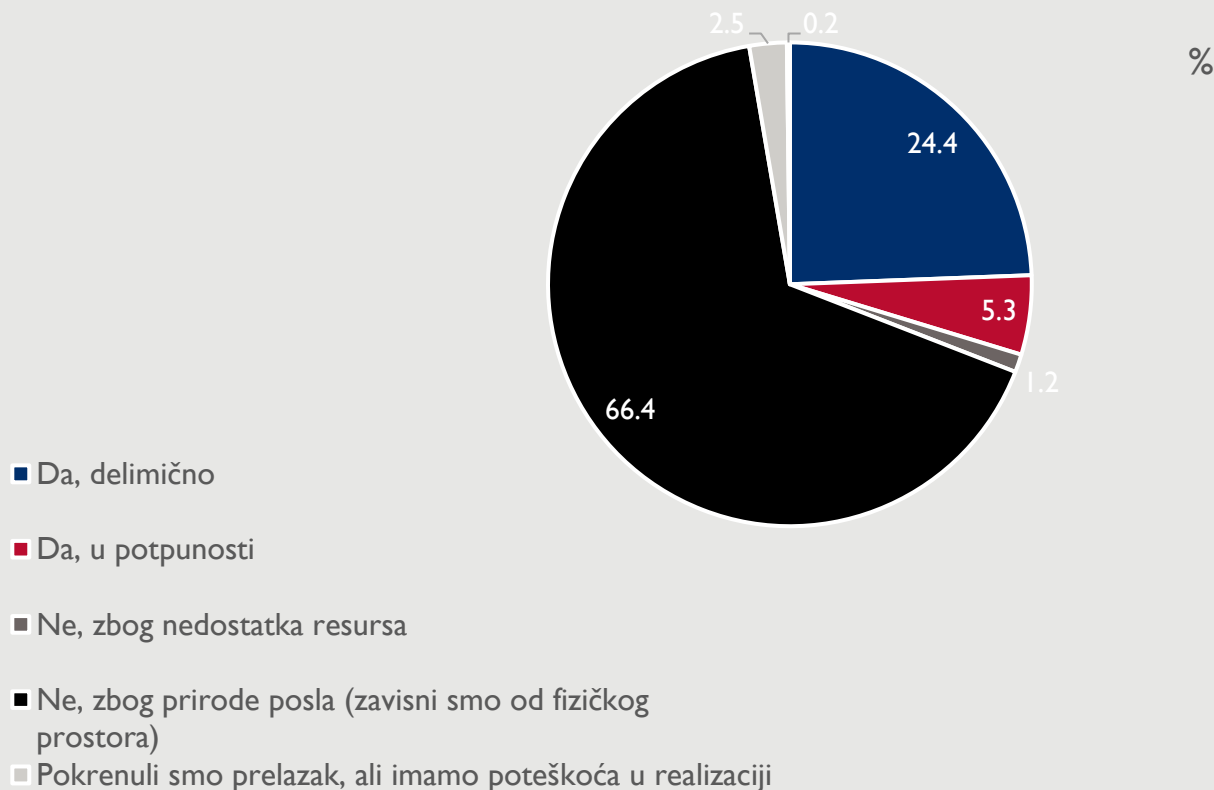
%



Da li je vaš posao moguće raditi bez/nezavisno od fizičkog prostora, putem interneta?

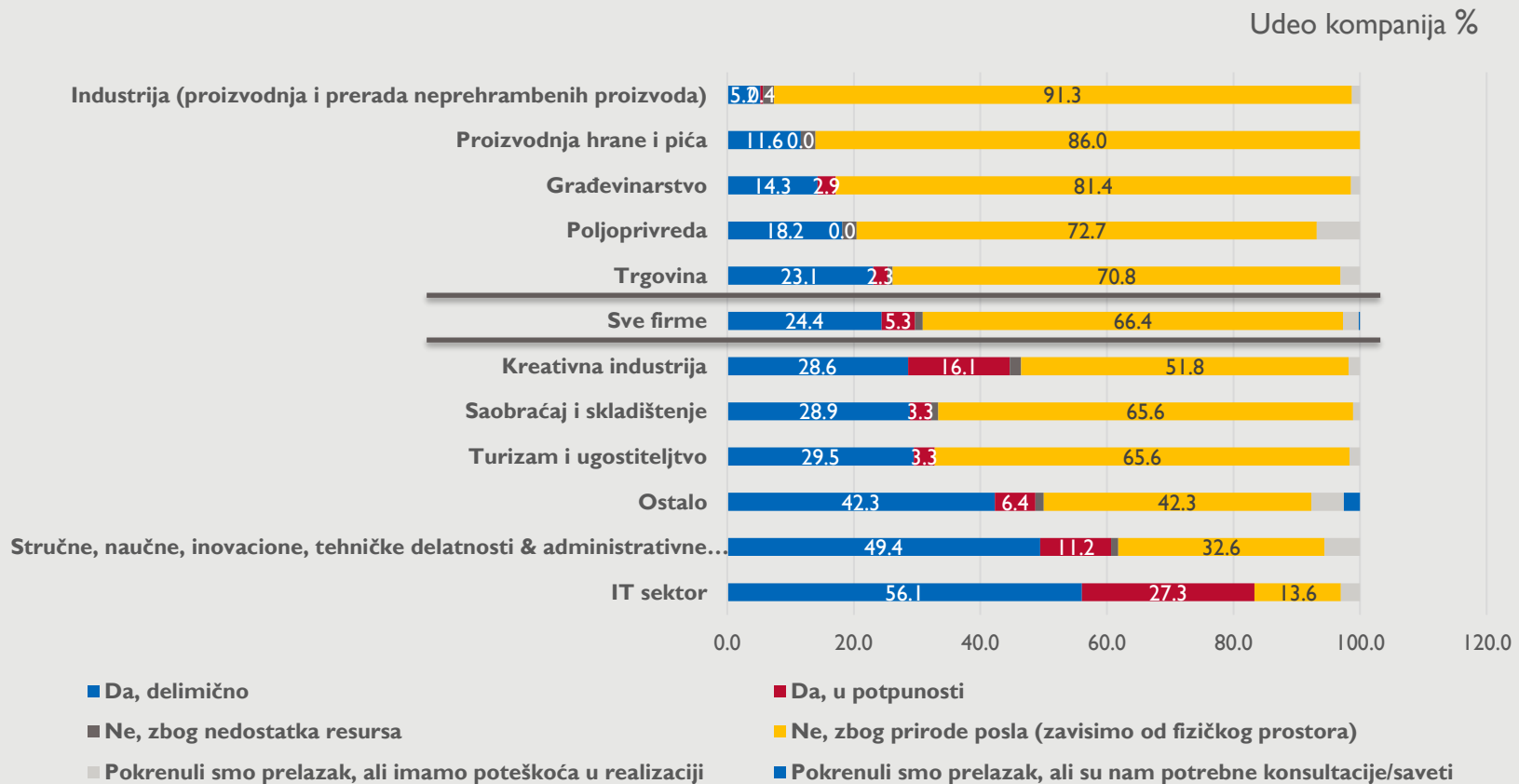
Svaka treća firma može se delimično (24%) ili potpuno (5%) prilagoditi poslovanju putem interneta. Ipak, 2/3 firmi je vezano za fizički prostor zbog prirode delatnosti. Oko 4% firmi se izjašnjava da ima finansijske ili druge barijere prelaska (potrebne su im dodatne konsultacije).

Posmatrajući prema veličini, preduzetnici i mikro preduzeća se mogu brže, u poređenju sa većim firmama, prebaciti na poslovanje putem interneta.



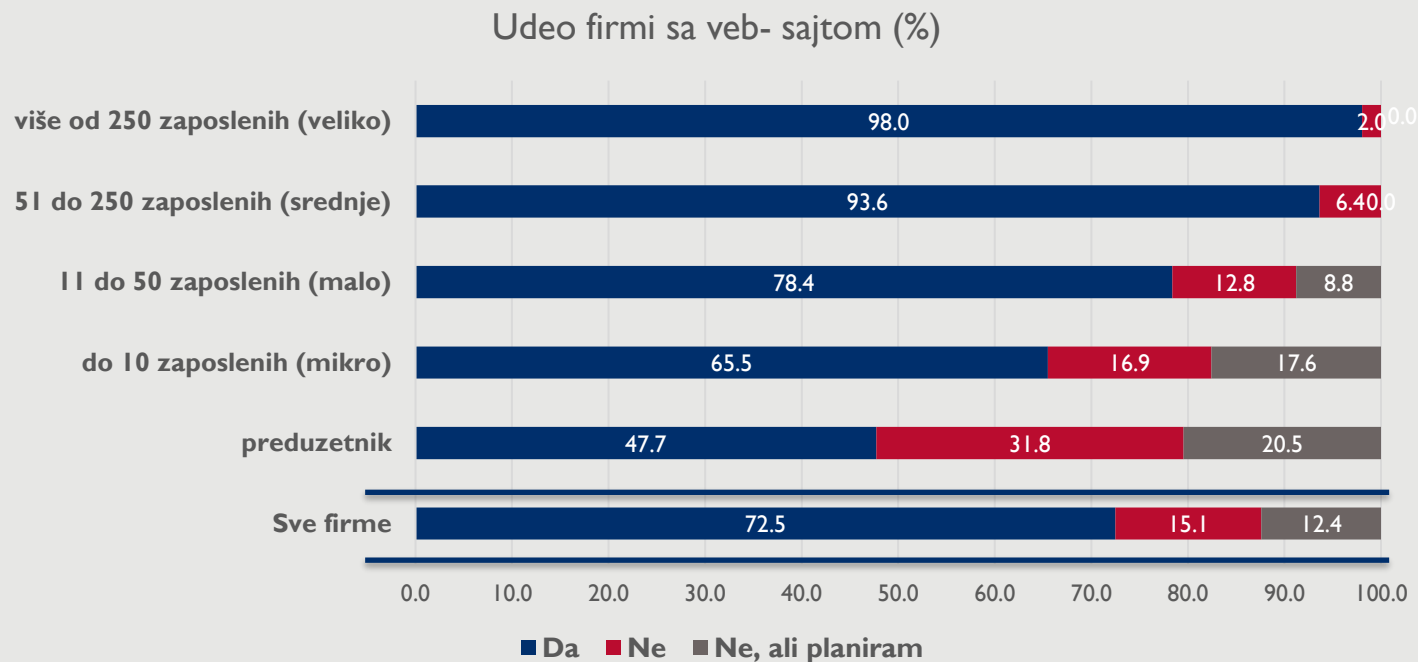
Da li je vaš posao moguće raditi bez/nezavisno od fizičkog prostora, putem interneta?

Kada analiziramo po delatnostima, najveći procenat firmi koje se mogu prebaciti na “online” je očekivano u okviru IT sektora (84%) a zatim stručne, naučne, inovacione, tehničke i administrativne delatnosti (61%). Sektori kojima je u najvećoj meri neophodan fizički prostor su industrija, proizvodnja hrane, građevinarstvo i poljoprivreda.



Da li imate veb- sajt?

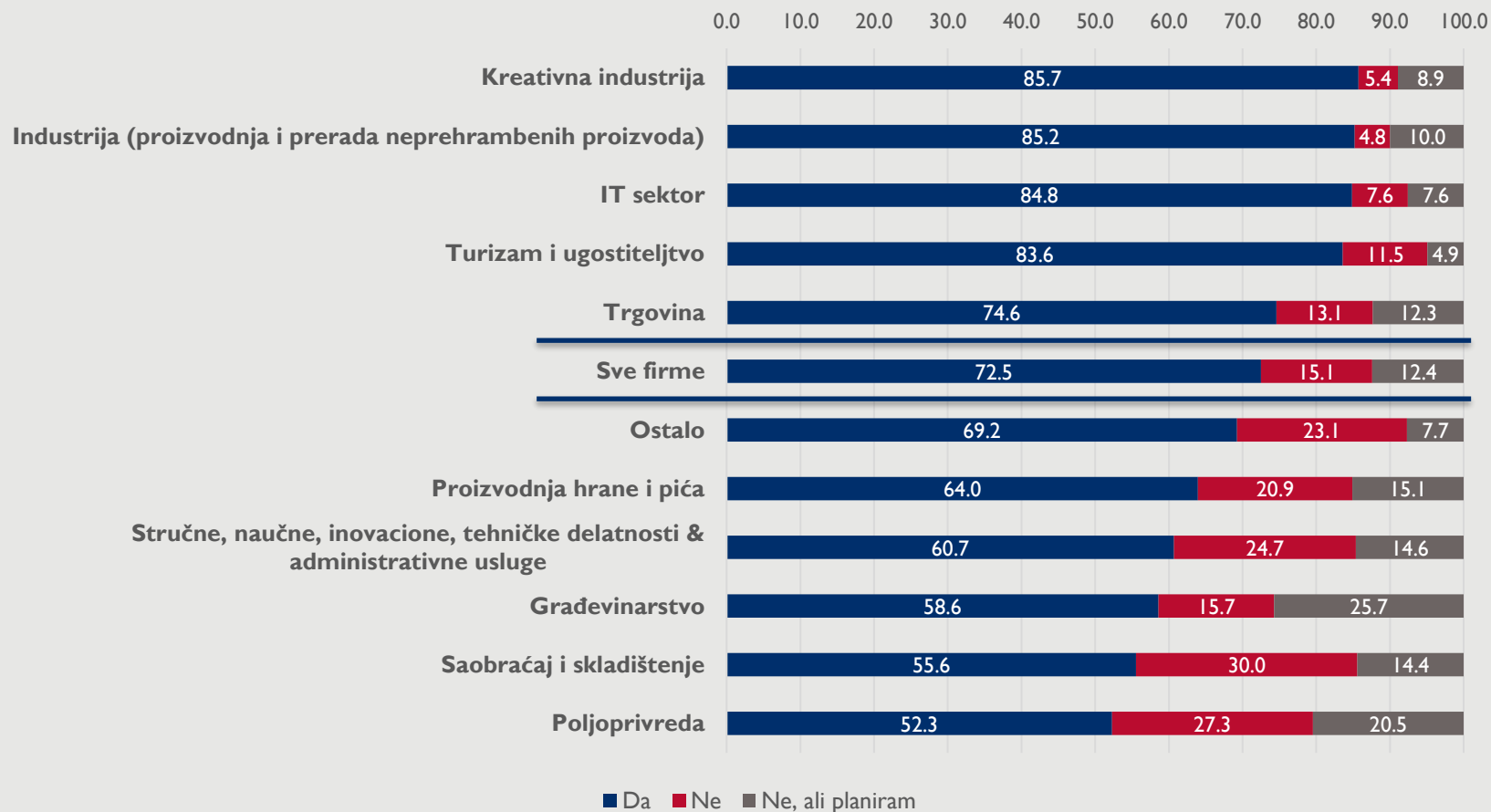
Kompanije su svesne važnosti prisustva na internetu – samo 15% njih nema i ne planira da ima veb- sajt. Postojanje veb- sajta je delom determinisano veličinom firme. Dok je među preduzetnicima, tek svaki drugi uredno predstavio poslovanje na internetu, među srednjim i velikim firmama gotovo da nema firme koje nema svoj veb- sajt.



Da li imate veb- sajt?

Sektori čije je postojanje i poslovanje iznadprosečno prisutno na internetu su kreativna industrija, industrija neprehrambenih proizvoda, IT sektor, turizam i ugostiteljstvo i trgovina. Ipak, i sektori tradicionalno okrenuti offline poput poljoprivrede ili građevinarstva, pokazuju da je svaka druga firma već prisutna na internetu.

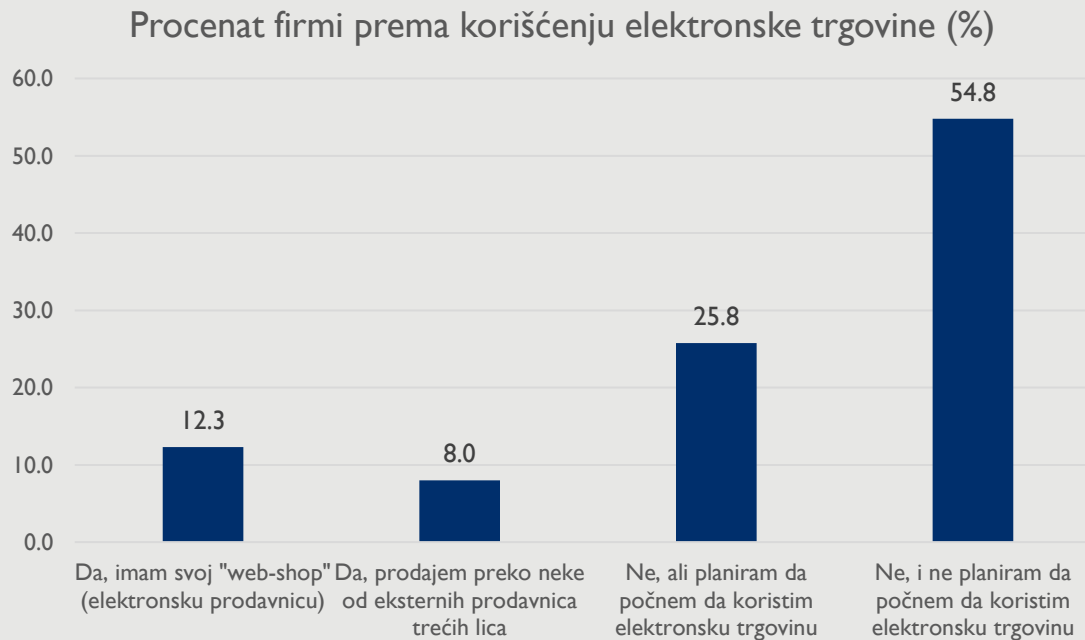
Udeo firmi koje poseduju veb- sajt (%)



Da li prodajete gotove proizvode/robu /usluge putem elektronske trgovine?

Elektronska trgovina se globalno pokazala kao osnovna poluga **rasta** (do krize), a posebno osnovna poluga “**spasa**” od prvog trenutka udara krize, uzrokovane COVID 19. Kada je Srbija u pitanju, „online“ transakcije beleže enormne stope raste. Posmatrajući stepen uključenosti firmi u Srbiji, u okviru ovog istraživanja može se videti da polovina firmi ima elektronsku trgovinu u svom poslovnom modelu ili u planu. Oko 12% firmi je reklo da ima svoj „web-shop“, dok 8% njih plasira proizvode/usluge koristeći neku od eksternih E prodavnica/platformi.

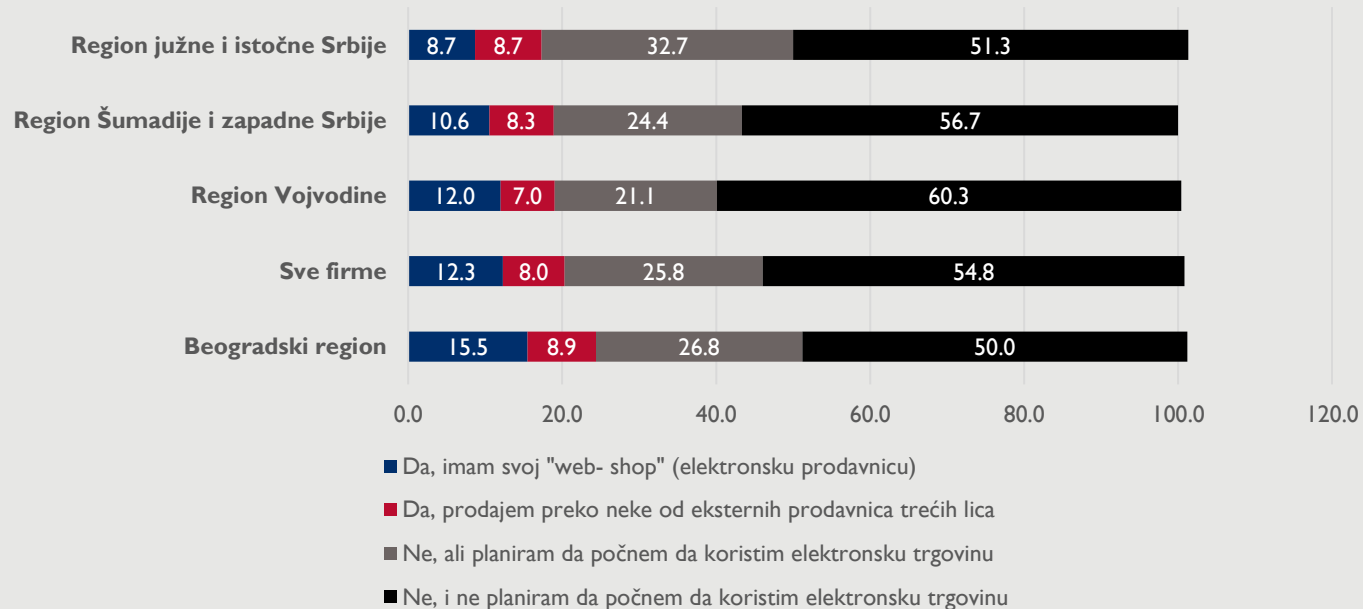
**suma procenata je različita od 100 zbog mogućnosti da firma ima i svoj „web- shop“ i koristi neku od eksternih e prodavnica.*



Da li prodajete gotove proizvode/robu/usluge putem elektronske trgovine?

Privredni subjekti iz beogradskog regiona su iznadprosečno usmereni elektronskoj trgovini – četvrtina je već koristi, dok ih četvrtina ima u poslovnim planovima.

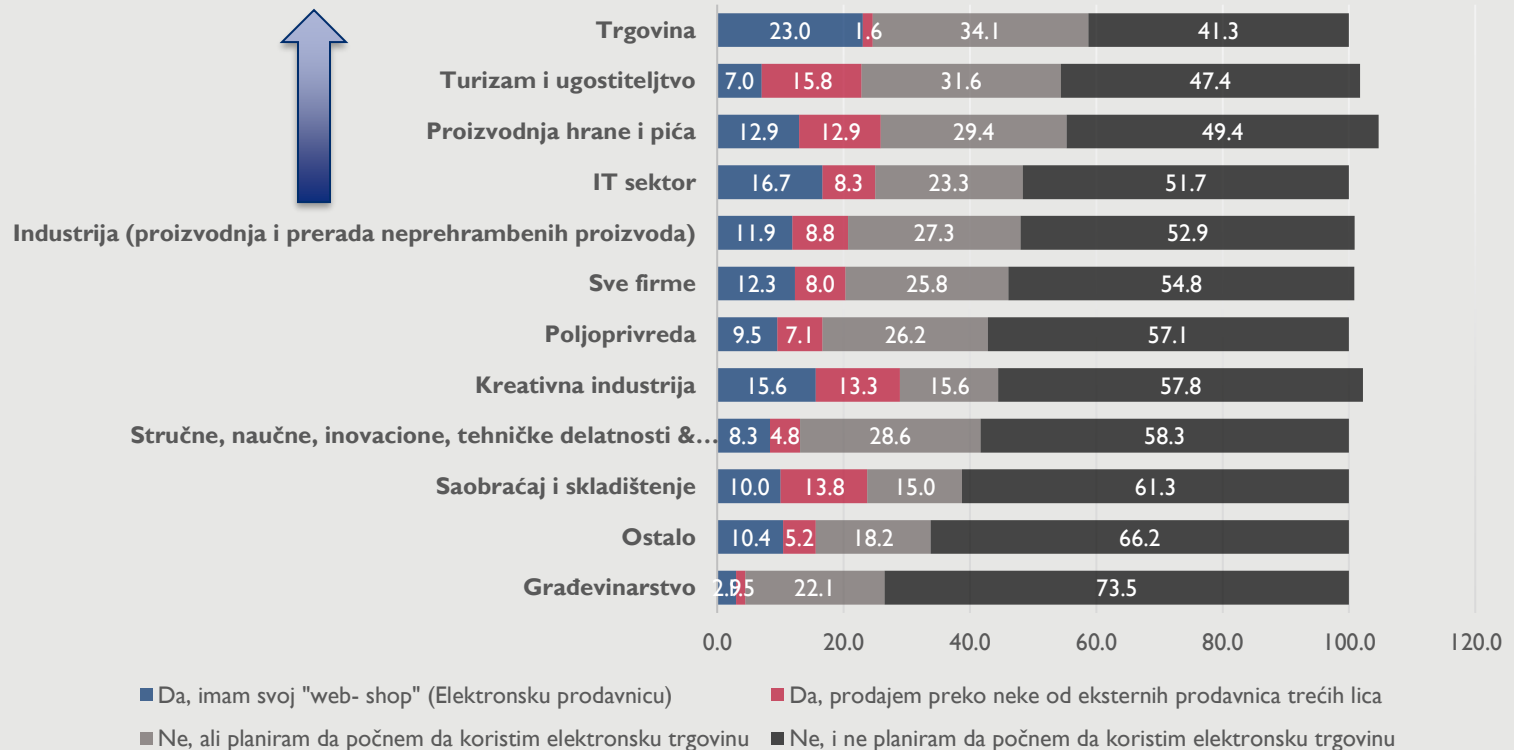
Procenat firmi prema korišćenju elektronske trgovine (%)



Da li prodajete gotove proizvode/robu/usluge putem elektronske trgovine?

Nosioci korišćenja elektronske trgovine u Srbiji su sledeći sektori: trgovina, turizam i ugostiteljstvo, proizvodnja hrane i pića, IT sektor i industrija.

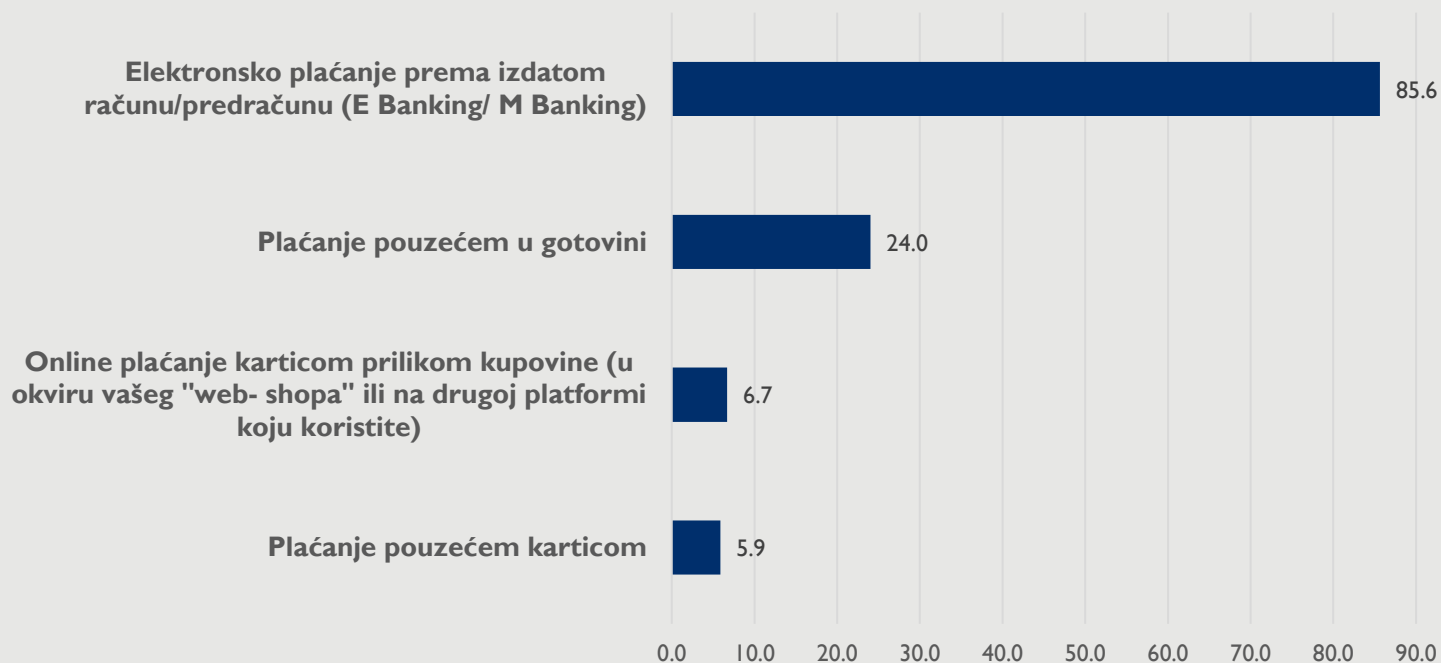
PROCENAT FIRMI PREMA KORIŠĆENJU ELEKTRONSKE TRGOVINE (%)



Kada prodajete robu/usluge koju opciju plaćanja nudite klijentima?

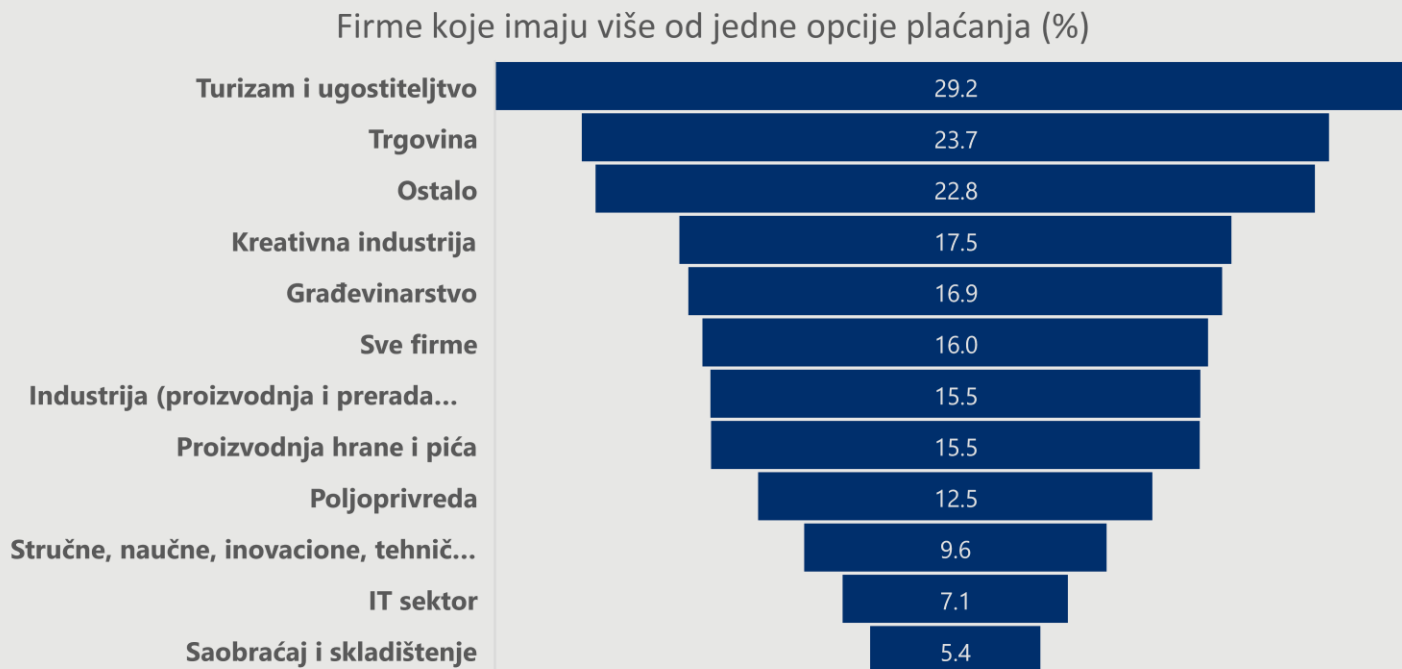
Većina firmi koristi elektronsko bankarstvo (86%). Iako „online“ plaćanja karticom beleži snažan rast prethodnih meseci, u Srbiji je plaćanje pouzećem u gotovini i dalje najzastupljeniji način plaćanja (primenjuje se dvostruko češće od plaćanja karticom).

Udeo firmi koje nude pojedinačne načine plaćanja (%)



Kada prodajete robu/usluge koju opciju plaćanja nudite klijentima?

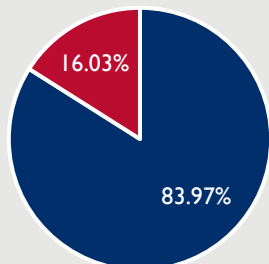
U proseku, 16% firmi nudi klijentima više od jedne opcije plaćanja. Najnapredniji po ovom pitanju su turizam i trgovina, u kojima svaka četvrta firma omogućava svojim kupcima nekoliko opcija plaćanja roba/usluga.



Kada prodajete robu/usluge koju opciju plaćanja nudite klijentima?

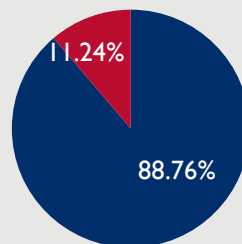
U svetlu razvojnih potencijala biznisa na krilima E comerca, preporuka je omogućavanje kupcima (naročito u B2C odnosu) svih opcije plaćanja: E banking, plaćanje karticom (online i pouzećem), kao i plaćanje gotovinom. Posmatrajući sve transakcije (pod pretpostavkom dominantnosti B2B), samo 11% firmi nudi opcije plaćanja karticom. Postoji pretpostavka da su se ovi rezultati značajno razlikuju prema vrsti transakcionog odnosa (B2B ili B2C), te će biti predmet dalje i dublje analize.

Firme koje imaju **više od jedne** opcije plaćanja



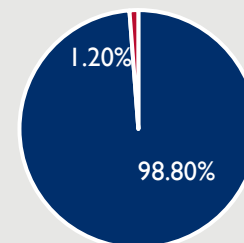
■ Ne ■ Da

Firme koje imaju mogućnost plaćanja **karticom**: online ili pouzećem



■ Ne ■ Da

Firme koje imaju mogućnost **sve četiri** opcije plaćanja



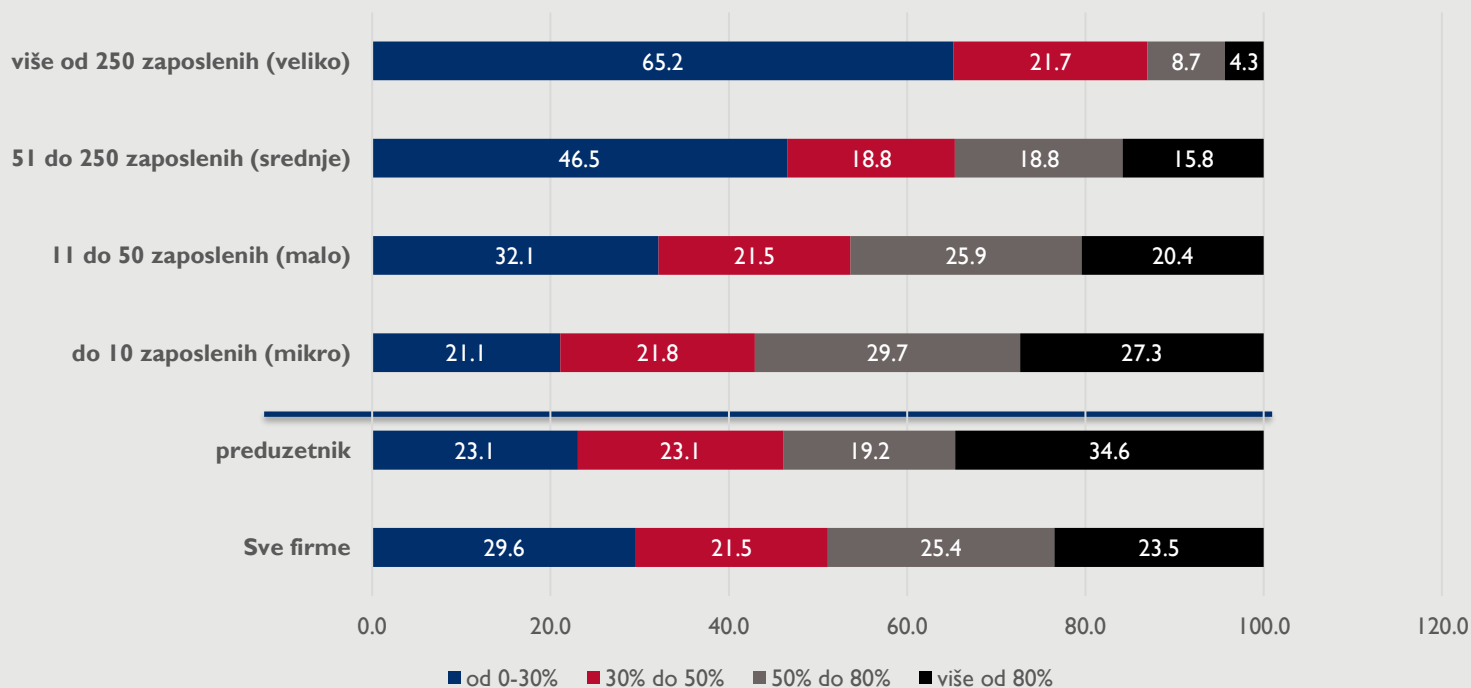
■ Ne ■ Da

U poređenju sa istim mesecom u 2019. koliko procenjujete gubitak u prihodima?

Kao i nakon prvog talasa krize, svaka druga firma, u proseku, veruje da su joj poslovni prihodi barem prepolovljeni u poređenju sa istim mesecom prošle godine. Ipak, udeo firmi koji veruje da očekuje veoma snažan gubitak, veći od 80%, blago je opao u odnosu na početak krize i sada je 23%.

Posmatrajući procenjen gubitak prema veličini privrednih subjekata, sa veličinom firme korelisano opada dubina procenjenog gubitka. Među velikim firmama, svega 13% njih ocenjuje gubitak veći od 80%. Sa druge strane preduzetnici i mikro firme se ističu kao posebno pogođene: trećina njih procenjuje gubitak veći od 80%.

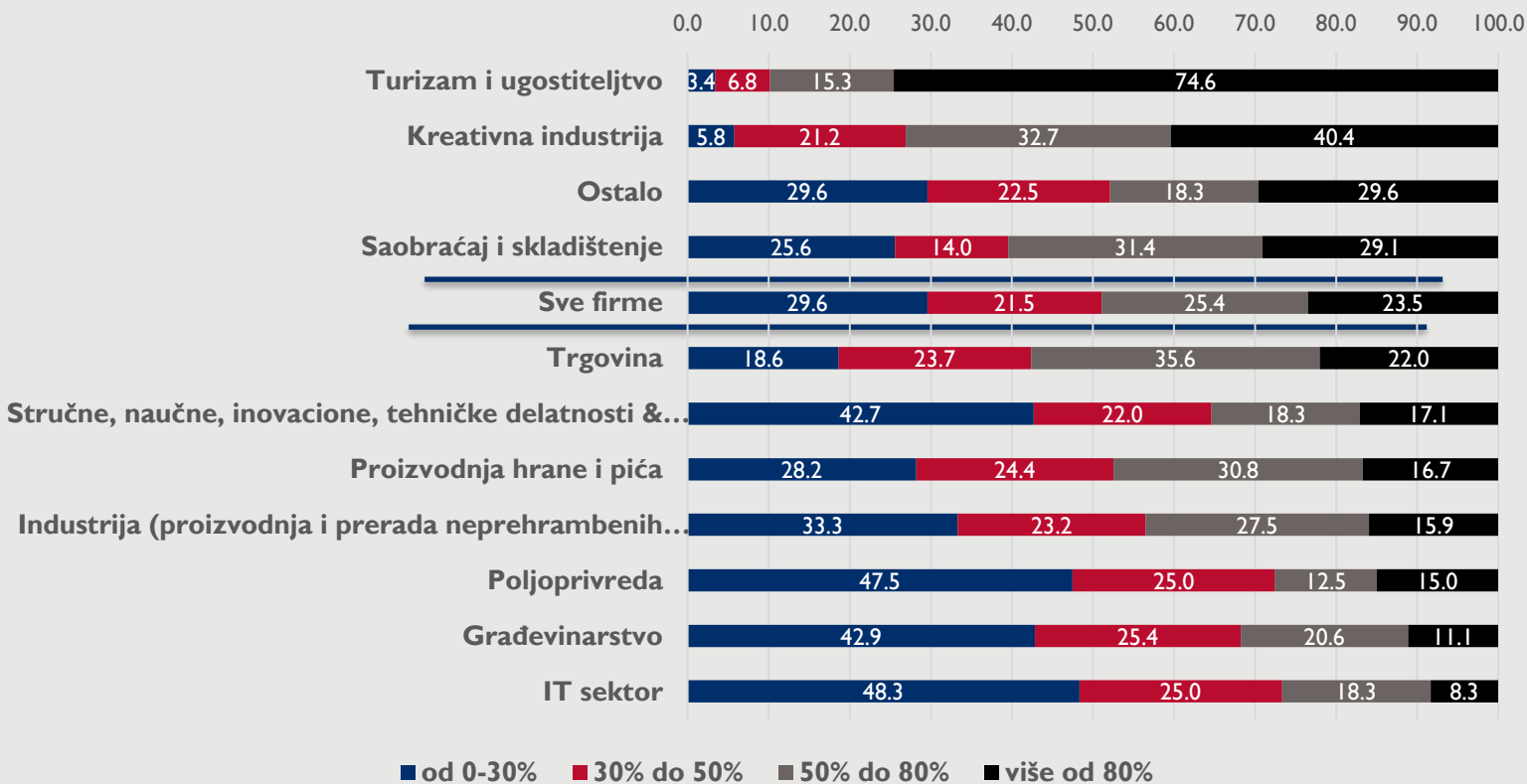
Procenjeni gubitak u odnosu na isti mesec prethodne godine (udeo firmi %)



U poređenju sa istim mesecom u 2019. koliko procenjujete gubitak u prihodima?

Prema sektorima delatnosti, najveće gubitke u odnosu na isti mesec prošle godine beleže turizam i ugostiteljstvo (njih 75% procenjuje drastičan pad prihoda, veći od 80%), ali i kreativna industrija, kao i saobraćaj i skladištenje i trgovina.

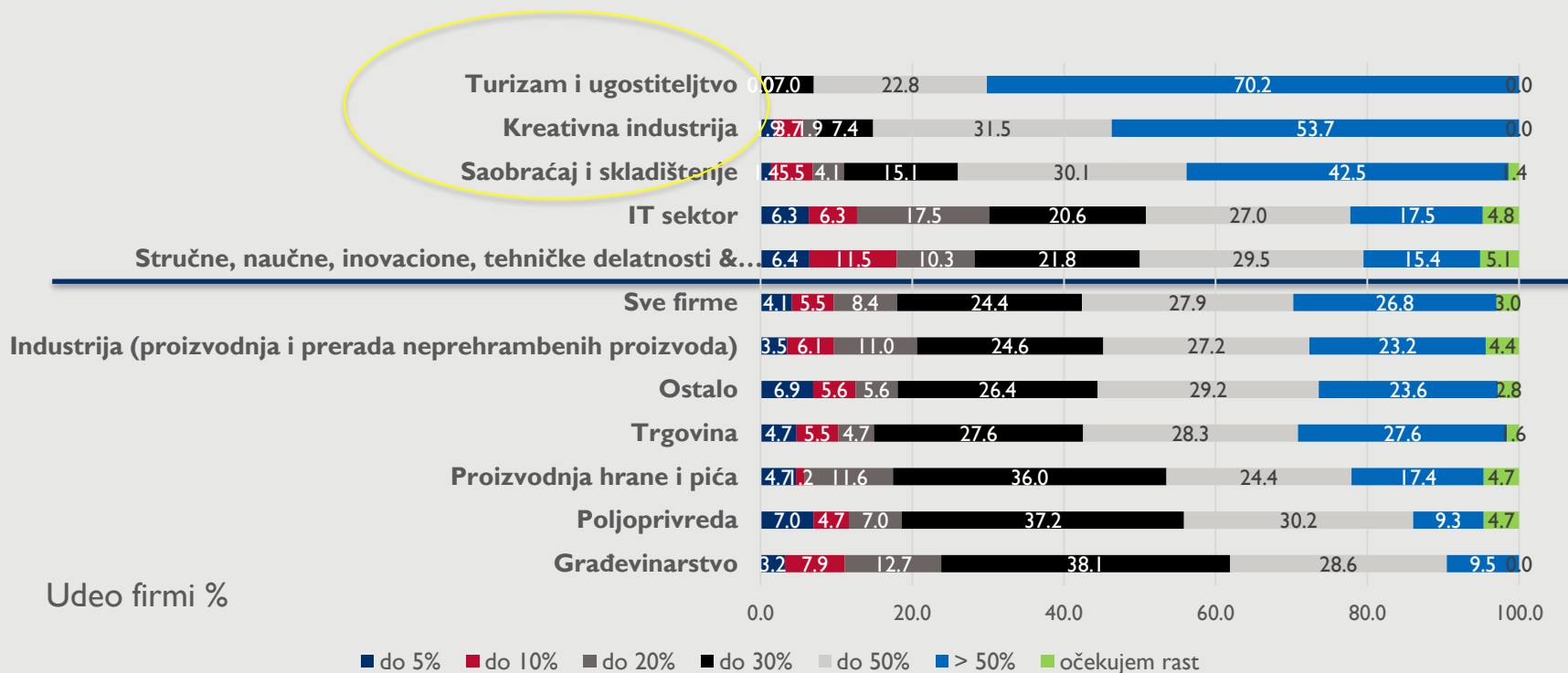
Udeo firmi %



Koliki će biti ekonomski uticaj koronavirusa na smanjenje vaše prodaje u 2020?

Ako analiziramo očekivanja firmi o ekonomskom uticaju koronavirusa na smanjenje prodaje u 2020, u odnosu na početak krize, blago pada broj onih koji se izjašnjavaju da očekuju više nego dvostruko smanjenje prodaje (sada je 27%).

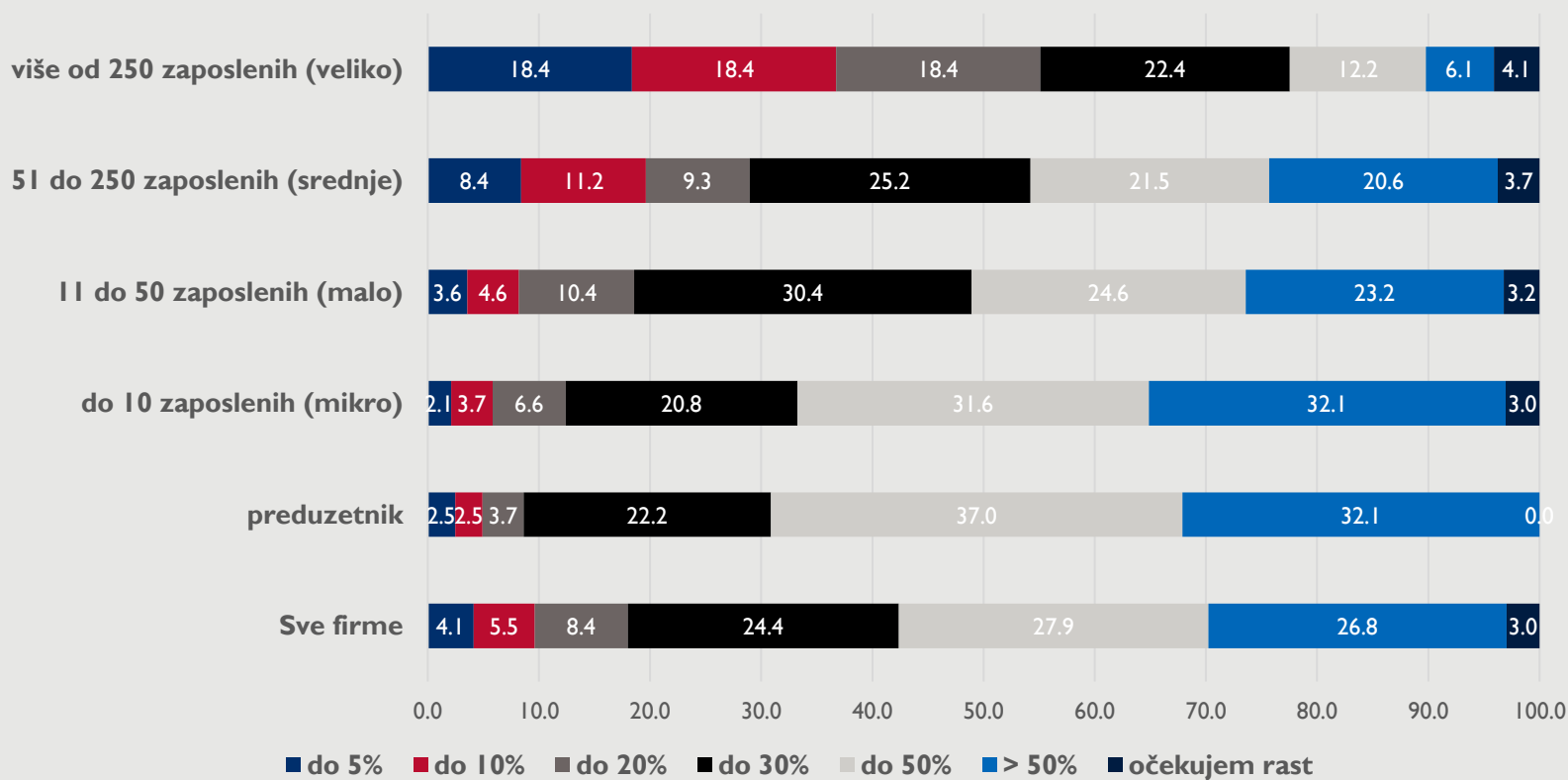
Najteže posledice po prodaju očekuju sektori turizma i ugostiteljstva, kreativna industrija i saobraćaj i skladištenje i IT sektor. Posebno treba obratiti pažnju na pad performansi sektora koji intenzivno utiču na druge, u okviru lanaca vrednosti (poput transporta).



Koliki će biti ekonomski uticaj koronavirusa na smanjenje vaše prodaje u 2020?

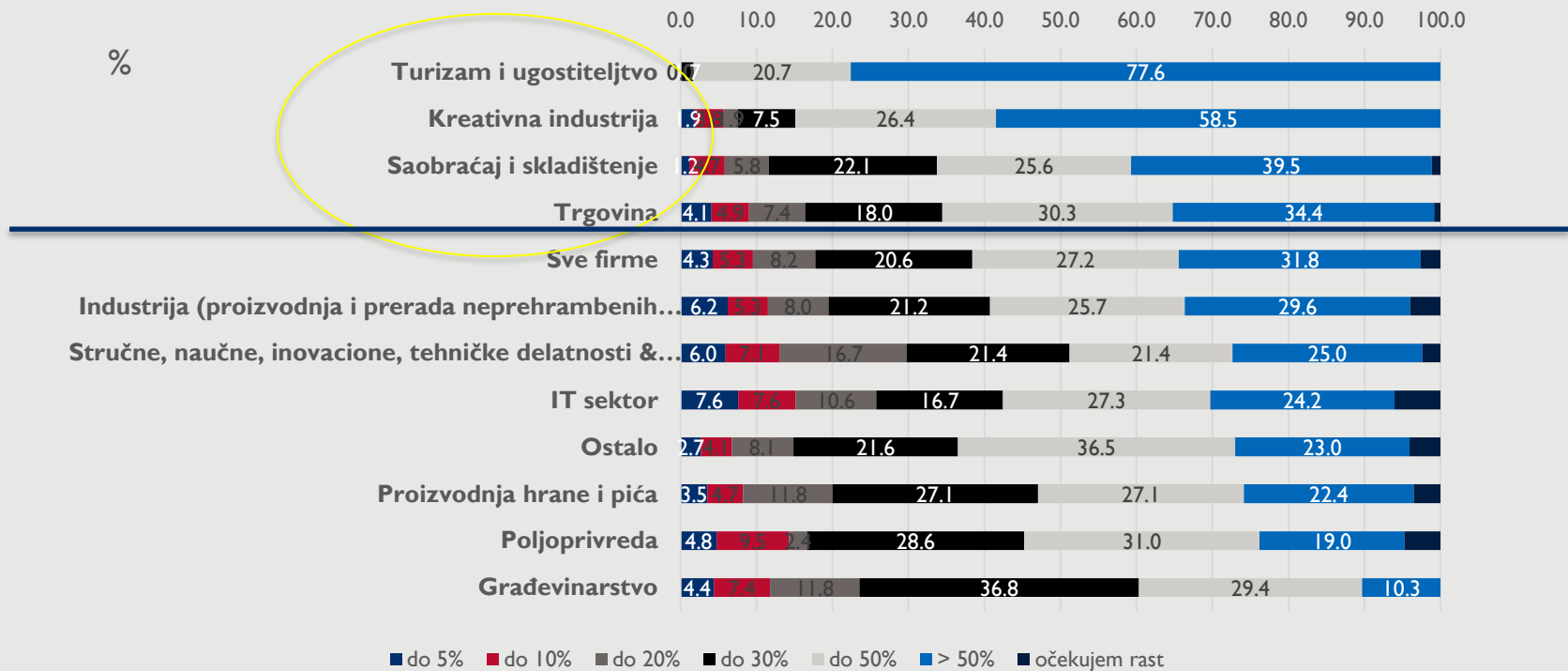
Sa veličinom firme, opada udeo onih koji očekuju više nego dvostruke gubitke u prodaji, do kraja ove godine. Manja firme su dakle ranjivije i očekuju veće gubitke u prodaji.

%



Koliki će biti ekonomski uticaj koronavirusa na smanjenje vaše profitabilnosti u 2020?

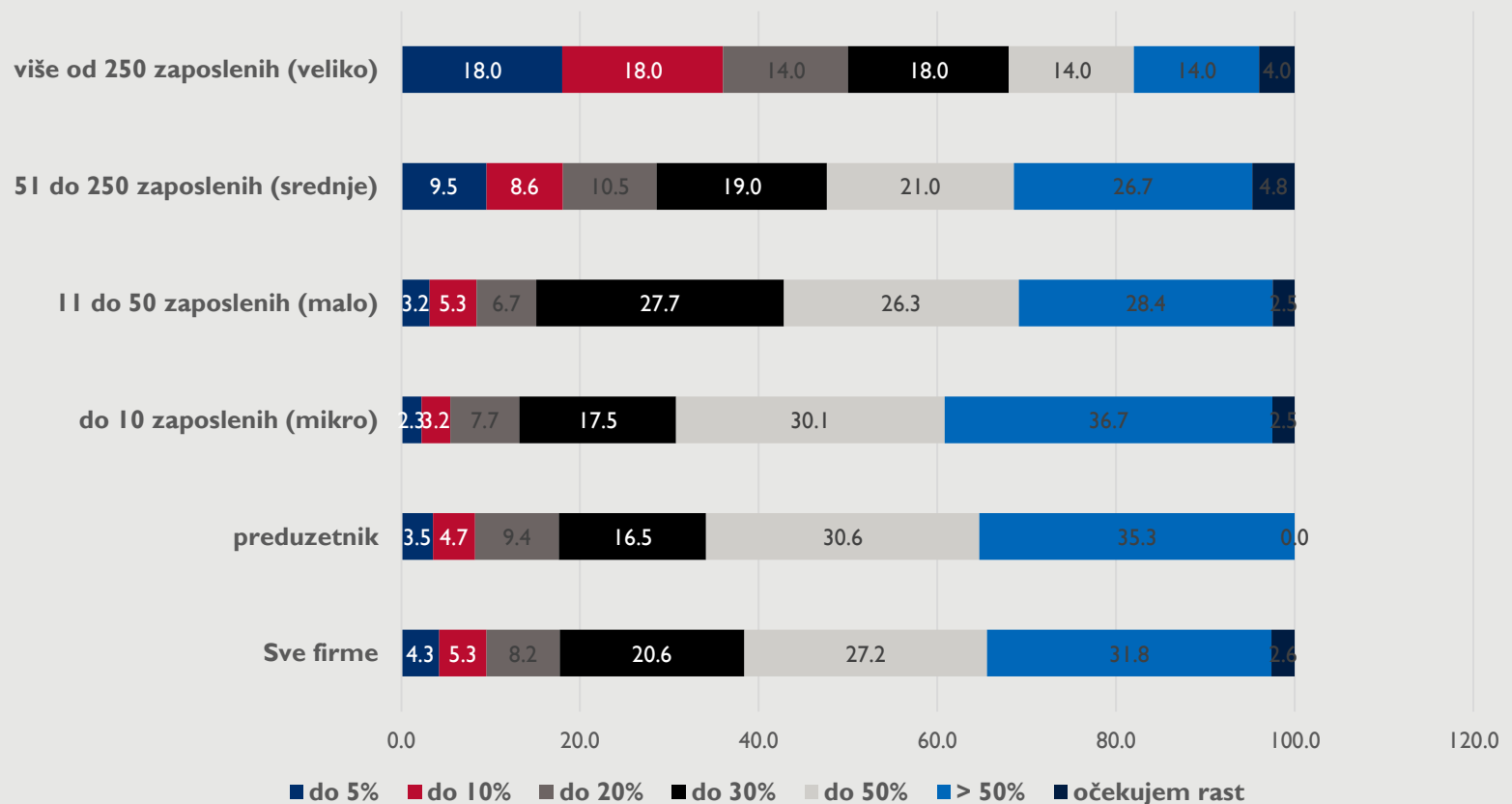
Kod očekivanja firmi vezano za smanjenje profita u 2020, po delatnostima, iznadprosečno pogođeni su: turizam i ugostiteljstvo, kreativna industrija, saobraćaj i skladištenje, kao i trgovina.



Koliki će biti ekonomski uticaj koronavirusa na smanjenje vaše profitabilnosti u 2020?

Sa veličinom firme, opada udeo onih koji očekuju više nego dvostruke gubitke u profitu, do kraja ove godine. I u okviru ovog nalaza se može primetiti da su manje firme ranjivije i očekuju veće gubitke.

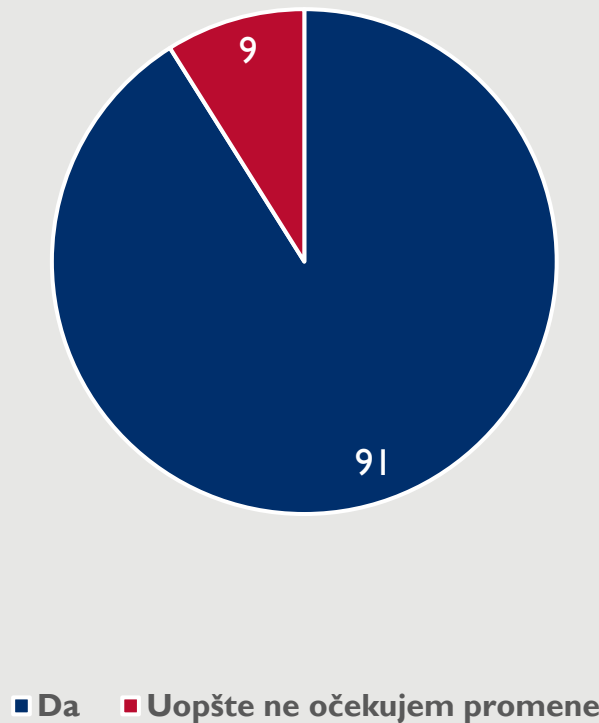
Ipak, može se primetiti da velike firme očekuju snažnije negativne uticaje vezane za gubitke u zaradi, u poređenju sa negativnim uticajem pada prodaje/ prometa na njihovo poslovanje.



Da li očekujete teškoće u pogledu izmirenja obaveza?

Kao i nakon prvog udara krize, i dalje apsolutna većina firmi (91%) očekuje teškoće u pogledu izmirenja obaveza, dok samo 9% ispitanih uopšte ne očekuje promene. U okviru grupacije firmi koje ne očekuju teškoće u pogledu izmirenja obaveza su uglavnom male firme iz IT sektora, kao i male i srednje firme iz sektora industrije, poljoprivrede ili građevinarstva.

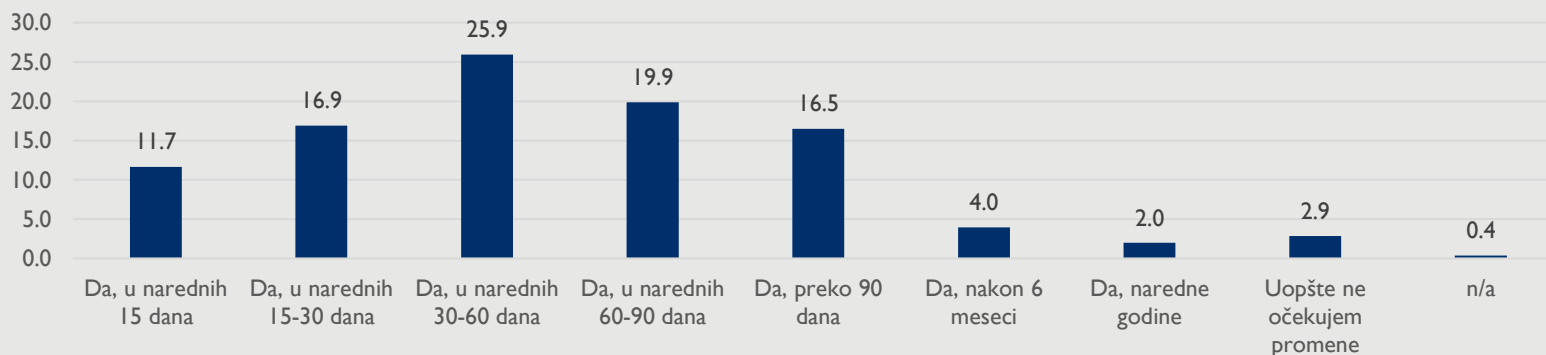
Sedma nedelja krize APRIL (% firmi)



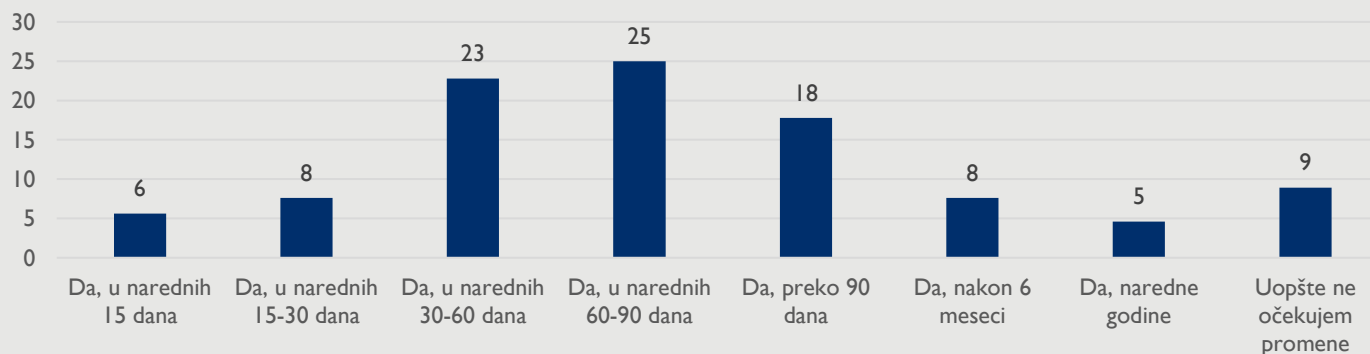
Da li očekujete teškoće u pogledu izmirenja obaveza?

Problemi likvidnosti se produbljuju. Iako je nakon prvog talasa krize svaka druga firma očekivala teškoće u pogledu izmirivanja obaveza u periodu do 60 dana, sada, u sedmoj nedelji, firme percipiraju da će problemi likvidnosti stići nešto kasnije. Oko 60% firmi izveštava da je došlo do nekog vida prestanka izmirenja finansijskih obaveza (plaćanje dobavljačima i drugih obaveza).

PRVI TALAS KRIZE Da li očekujete teškoće u pogledu izmirenja obaveza? (%)

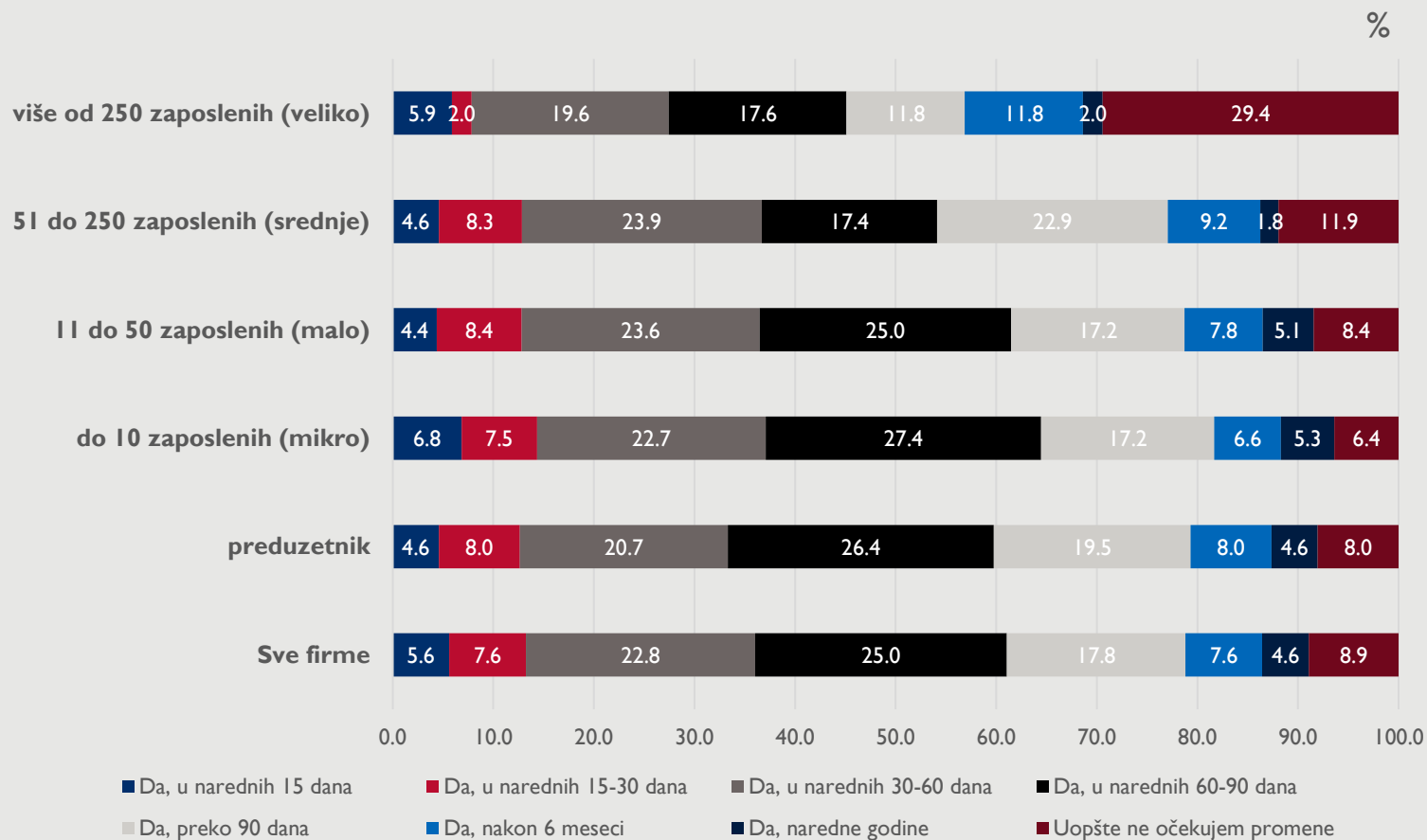


SEDMA NEDELJA KRIZE



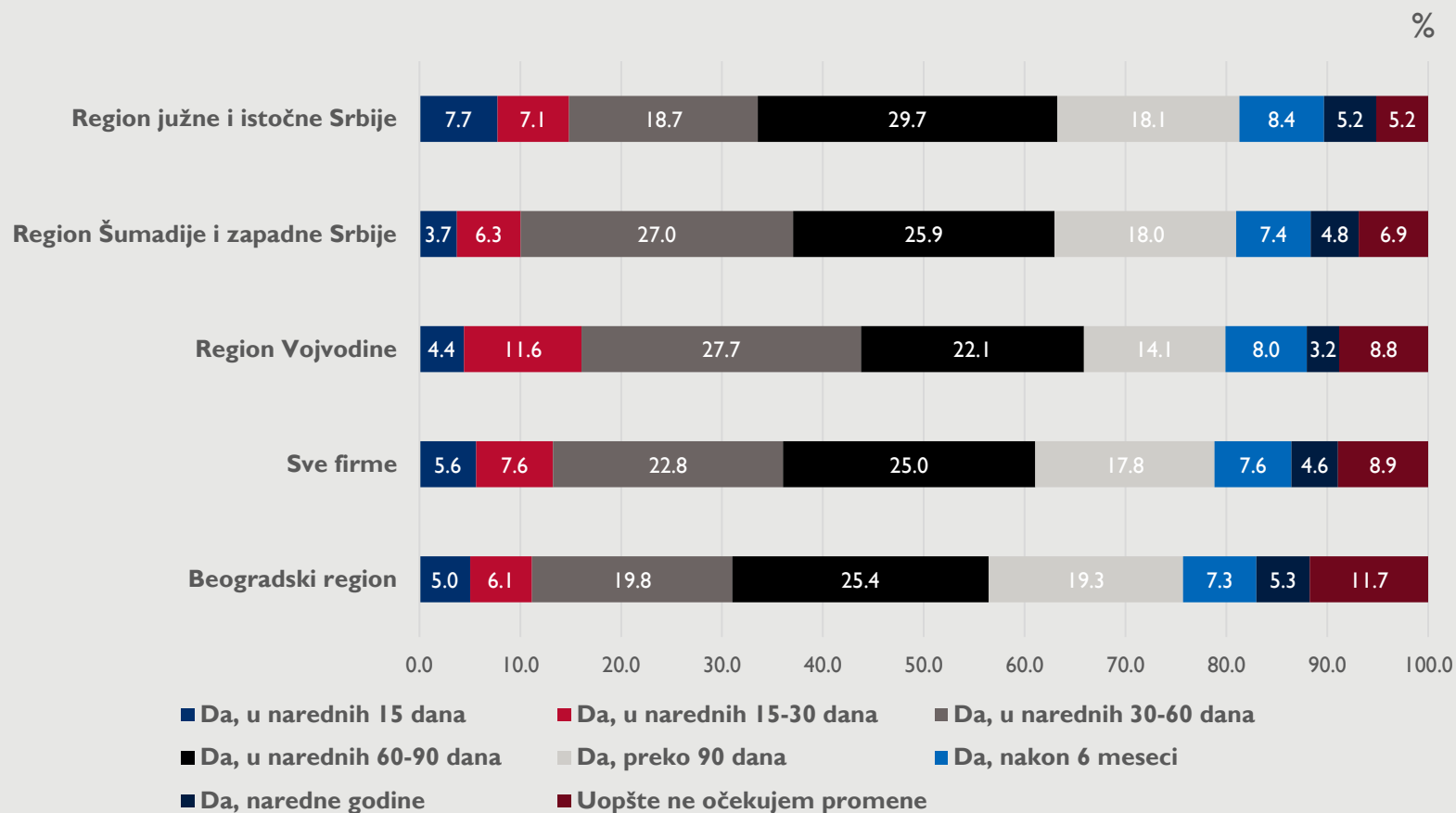
Da li očekujete teškoće u pogledu izmirenja obaveza?

Postoji značajna razlika u pogledu na teškoće u izmirenju obaveza između velikih firmi i SME sektora. Skoro svaka treća velika firma ne očekuje promene u izmirenju obaveza, dok u proseku tek 8 posto SME firmi može reći isto.



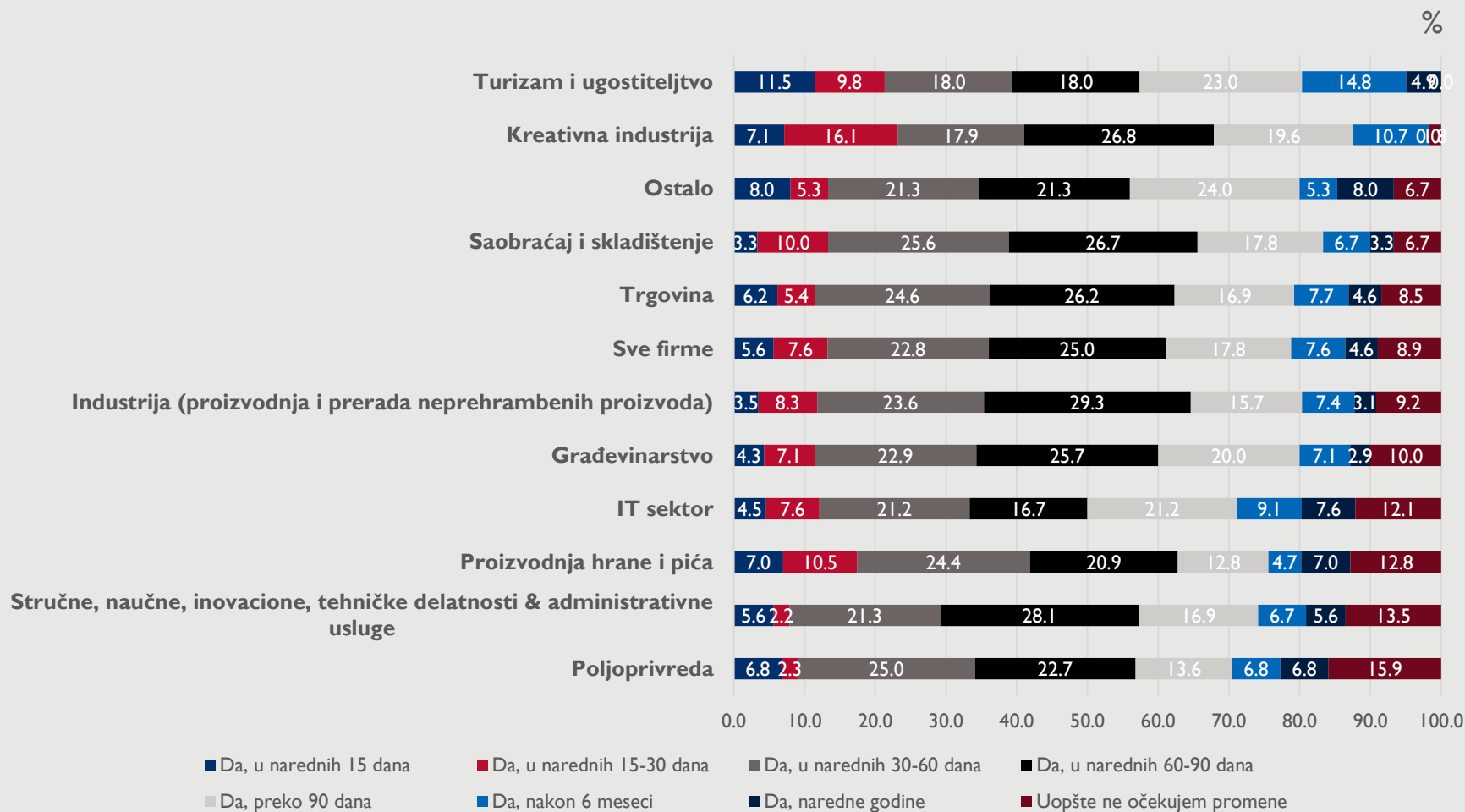
Da li očekujete teškoće u pogledu izmirenja obaveza?

Očekivanje u pogledu izmirenja obaveza se ne razlikuje značajno prema regionima. Ipak, može se primetiti da se firme iz beogradskog regiona osećaju nešto “snažnije”, od proseka zemlje.



Da li očekujete teškoće u pogledu izmirenja obaveza?

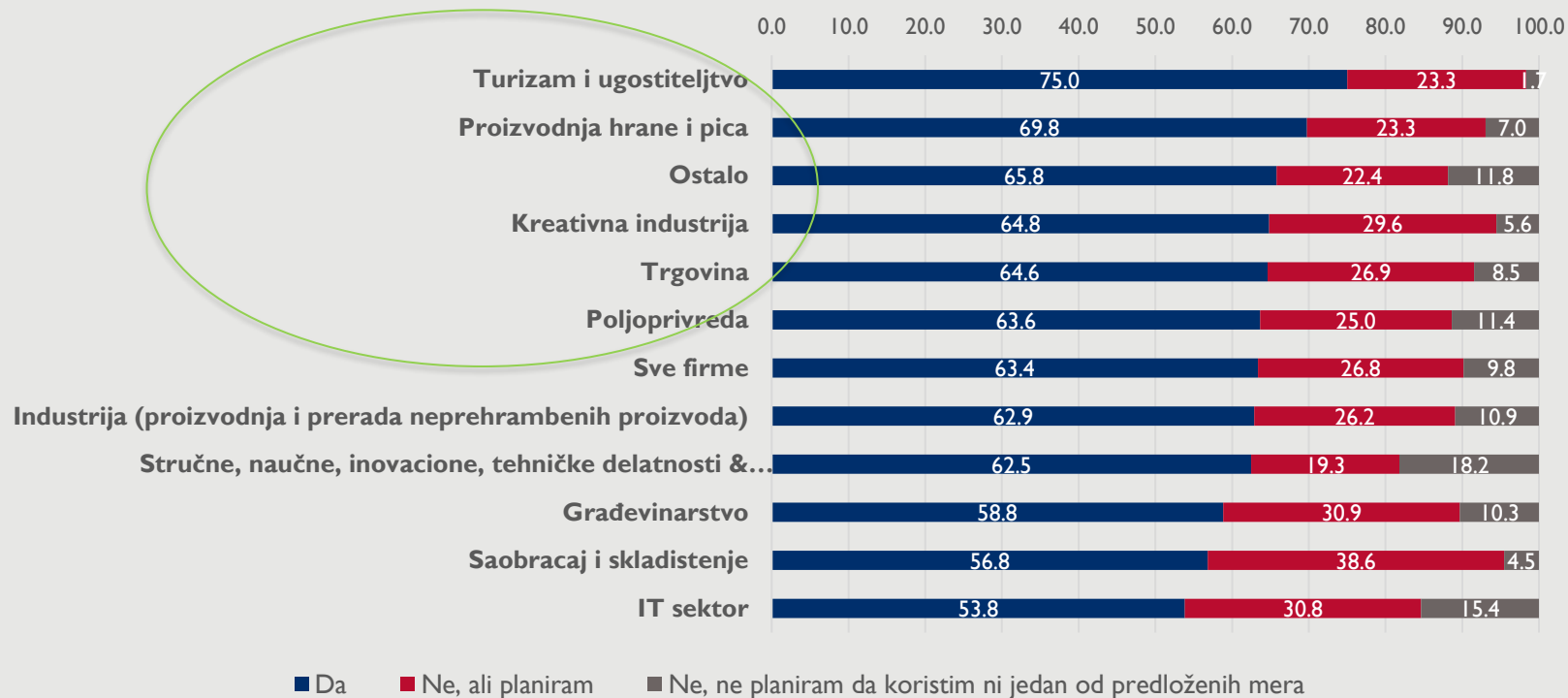
Najteža situacija po pitanju izmirenja svojih obaveza u poslovanju je u oblasti sektora turizma i ugostiteljstva kao i kod kreativne industrije, saobraćaja i trgovine.



Da li ste se već prijavili za državni program pomoći privatnom sektoru?

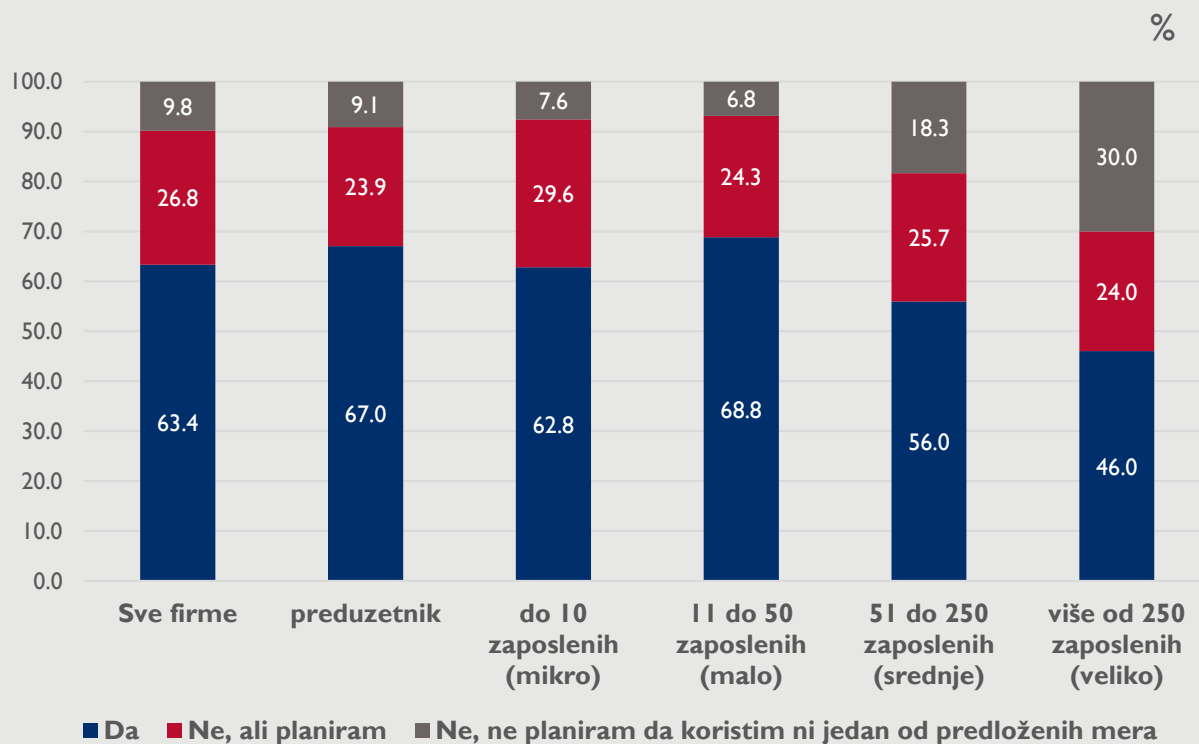
Privredni subjekti pokazuju veliko interesovanje za državni paket pomoći: 64% je već apliciralo, četvrtina planira, a tek 10% nije zainteresovano. Oni najugroženiji sektori su najpre aplicirali za neke od paketa ekonomskih mera.

Udeo firmi koji se prijavljuje za državni paket pomoci, %



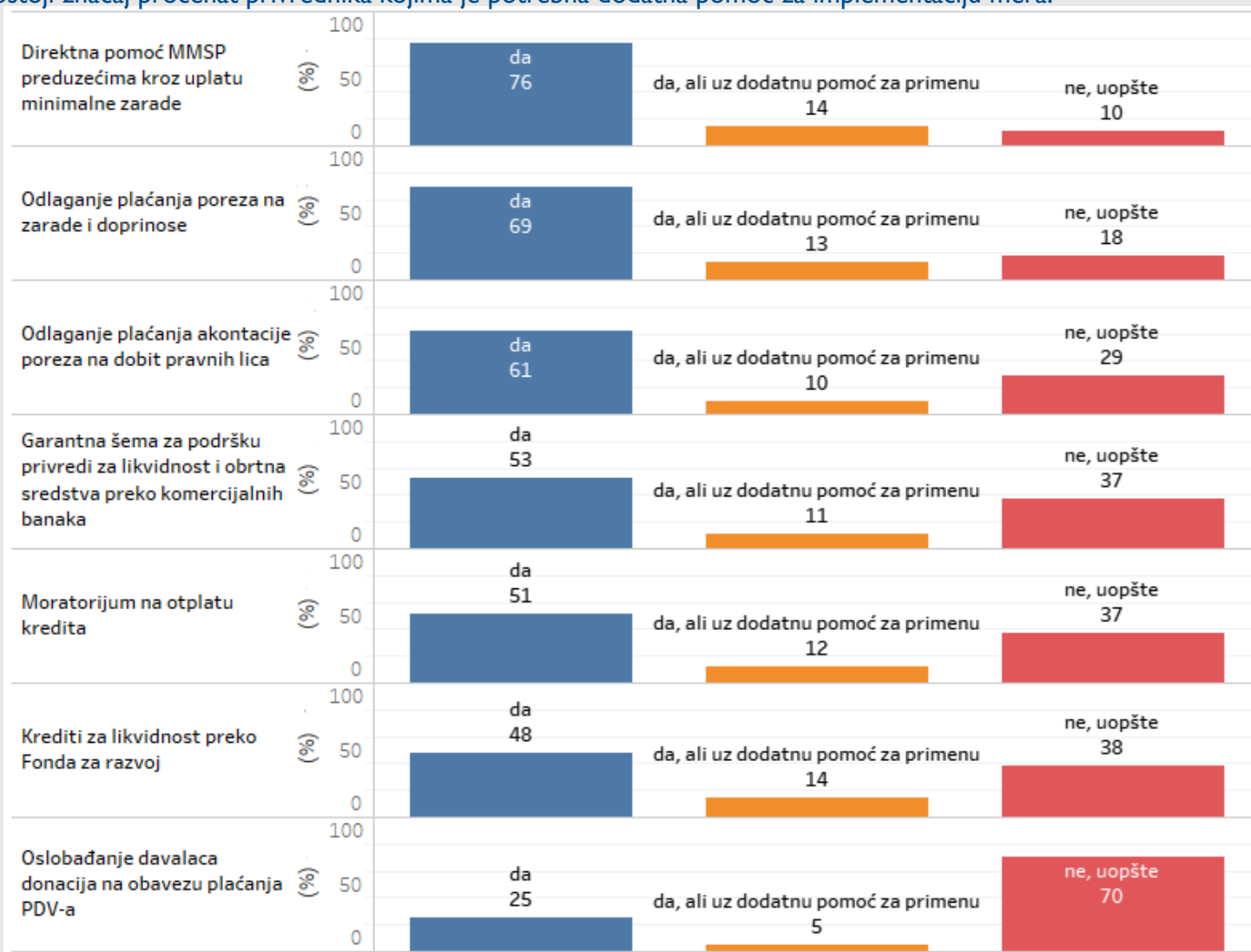
Da li ste se već prijavili za državni program pomoći privatnom sektoru?

Državni program pomoći je najpre potreban sektoru malih i srednjih preduzeća. Svaka treća velika firma iz različitih razloga, odlučuje da ne koristi državni paket pomoći.



Molimo Vas da ocenite, koliko će Vam donete mere, pomoći da lakše prebrodite posledice Covid 19 krize

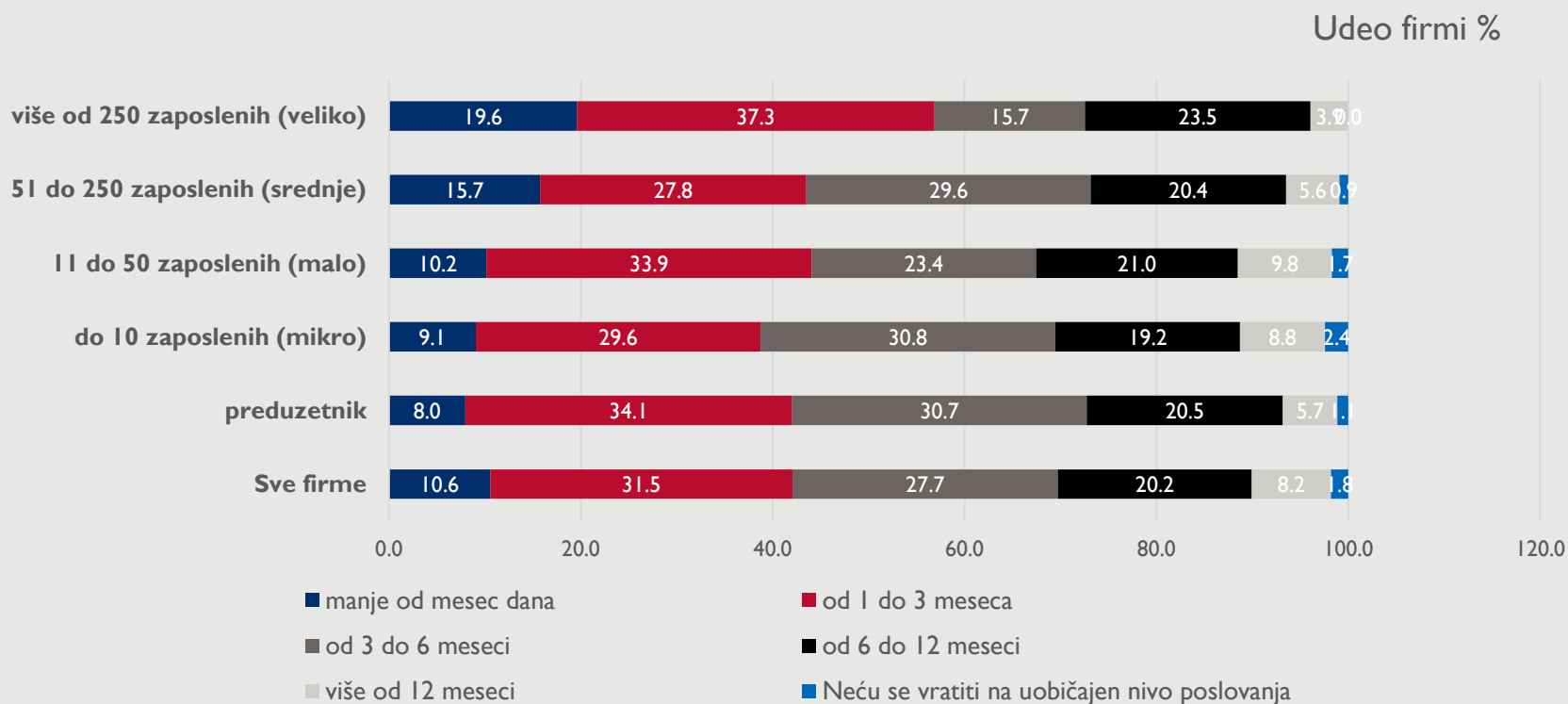
Mere koje su privrednici ocenili kao najkorisnije su direktna pomoć MMSP sektoru kroz uplatu minimalne zarade (76 firmi ocenjuje kao korisno), odlaganje plaćanja poreza na zarade i doprinose (69%), odlaganje plaćanja akontacije (61%), i garantne šeme za podršku privredi (53%). Postoji značaj procenat privrednika kojima je potrebna dodatna pomoć za implementaciju mera.



Da se COVID-19 zaustavi danas (27.april), koliko procenjujete da bi vam trebalo vremena da vratite biznis na uobičajen nivo poslovanja?

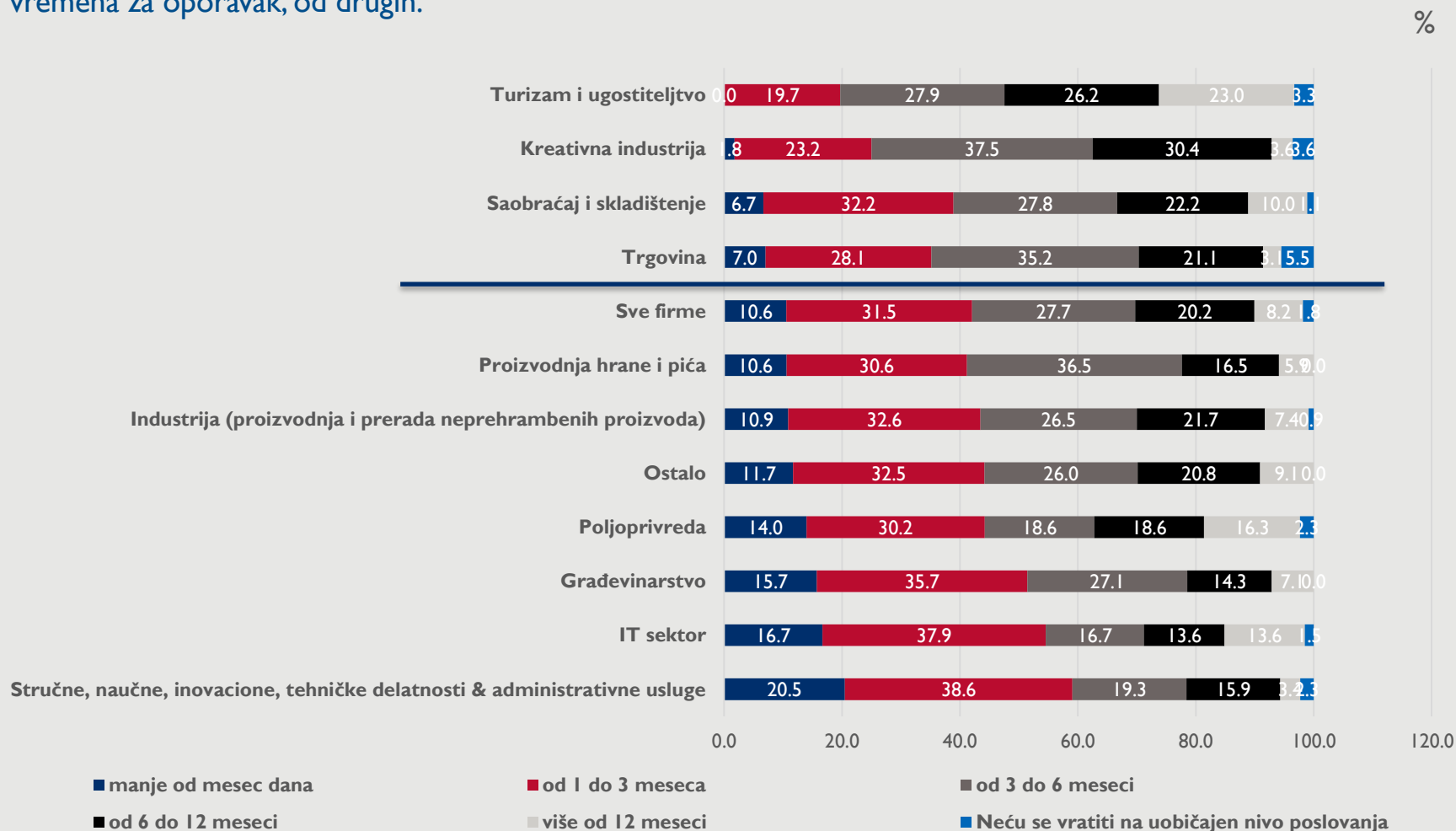
Za razliku od prvog udara krize, kompanije u sedmoj nedelji ocenjuju da će im u proseku trebati više vremena za oporavak. U ovom trenutku, ako bi kriza prestala danas (poslednji dani aprila), dve trećine firmi veruje da se može oporaviti u periodu do 6 meseci. Trećina firmi u trenutku ispitivanja ocenjuje da će im za povratak na uobičajen nivo poslovanja biti potrebno od 1 do 3 meseca, 28% firmi ocenjuje da će im trebati 3 do 6 meseci, 20% njih 6 do 12 meseci, dok 10% firmi procenjuje da se može oporaviti za manje od mesec dana. Ipak, postoje i oni koji ne vide kada se mogu vratiti na uobičajen nivo poslovanja, njih 2%.

Veće firme u proseku očekuju brže oporavke.



Da se COVID-19 zaustavi danas (27.april), koliko procenjujete da bi vam trebalo vremena da vratite biznis na uobičajen nivo poslovanja?

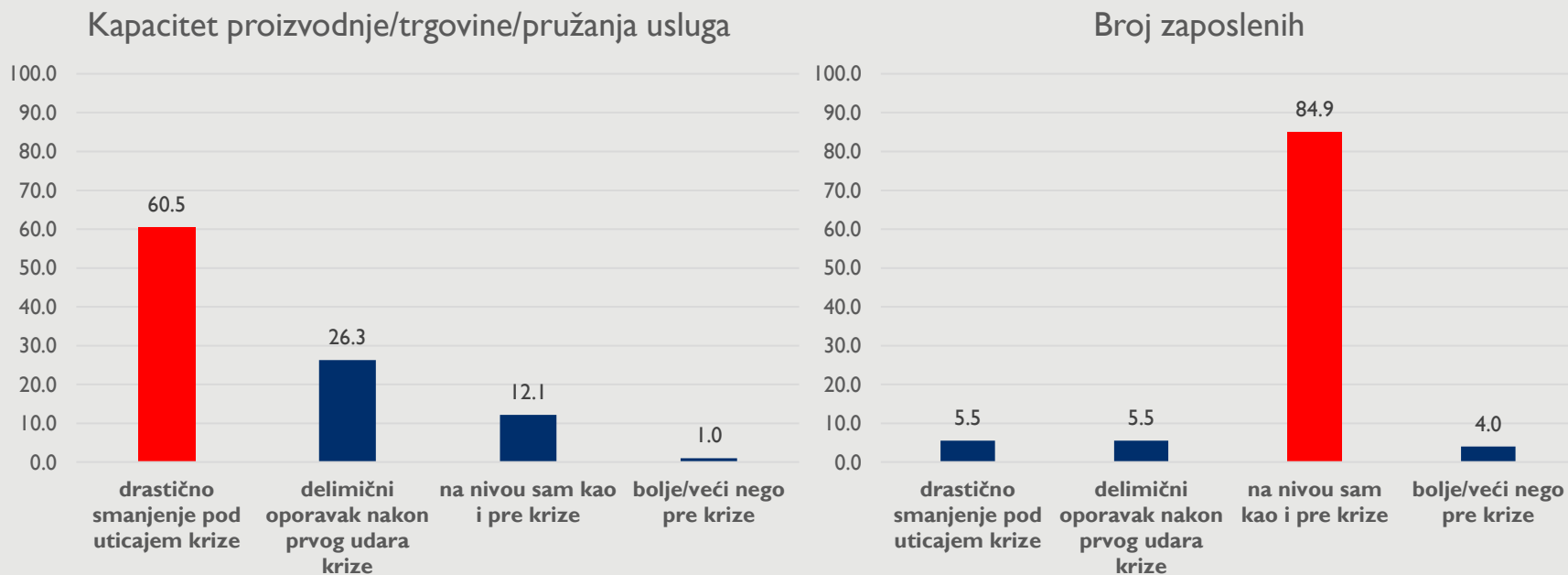
Turizam i ugostiteljstvo, kreativna industrija, saobraćaj i trgovina su sektori koji veruju da će im trebati znatno više vremena za oporavak, od drugih.



Trenutno smo u sedmoj nedelji krize. Kako biste ocenili stanje u kojem se nalazi Vaš proizvodni kapacitet, i broj zaposlenih?

Iako je kriza u nekoliko nedelja drastično uticala na smanjenje proizvodnih / uslužnih kapaciteta, poslodavci i dalje odolevaju da otpuste zaposlene radnike. **Apsolutna većina privrednih subjekata (njih 85%) je zadržala zaposlene na nivou pre krize.**

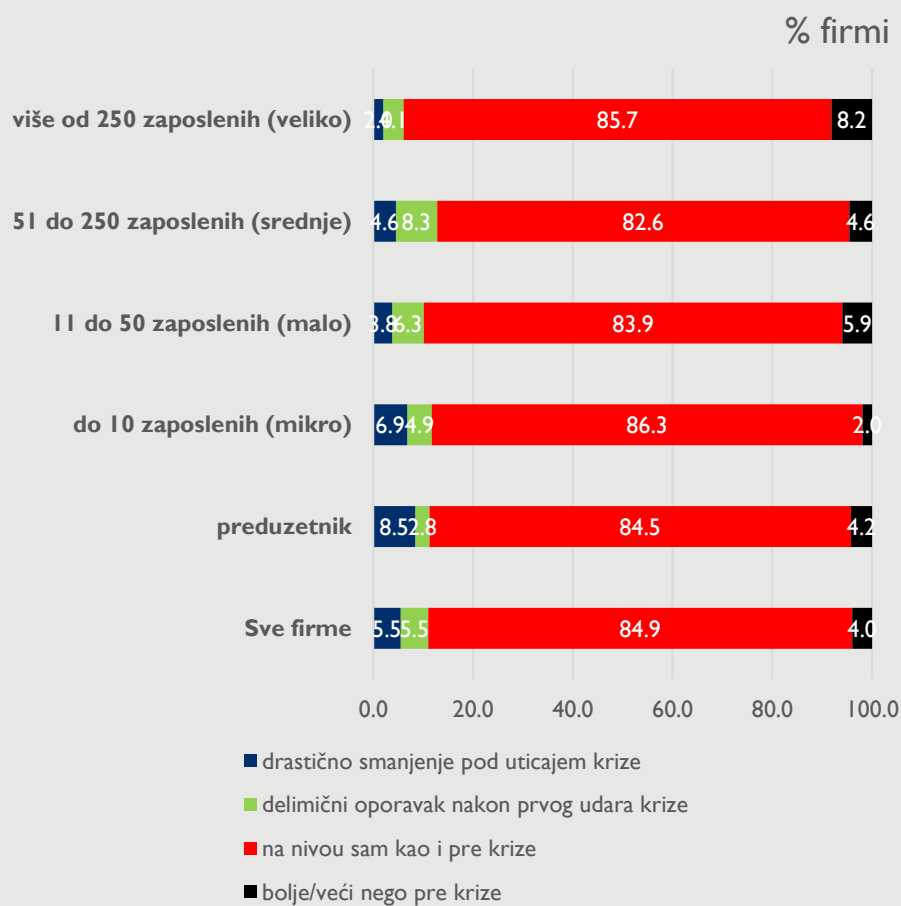
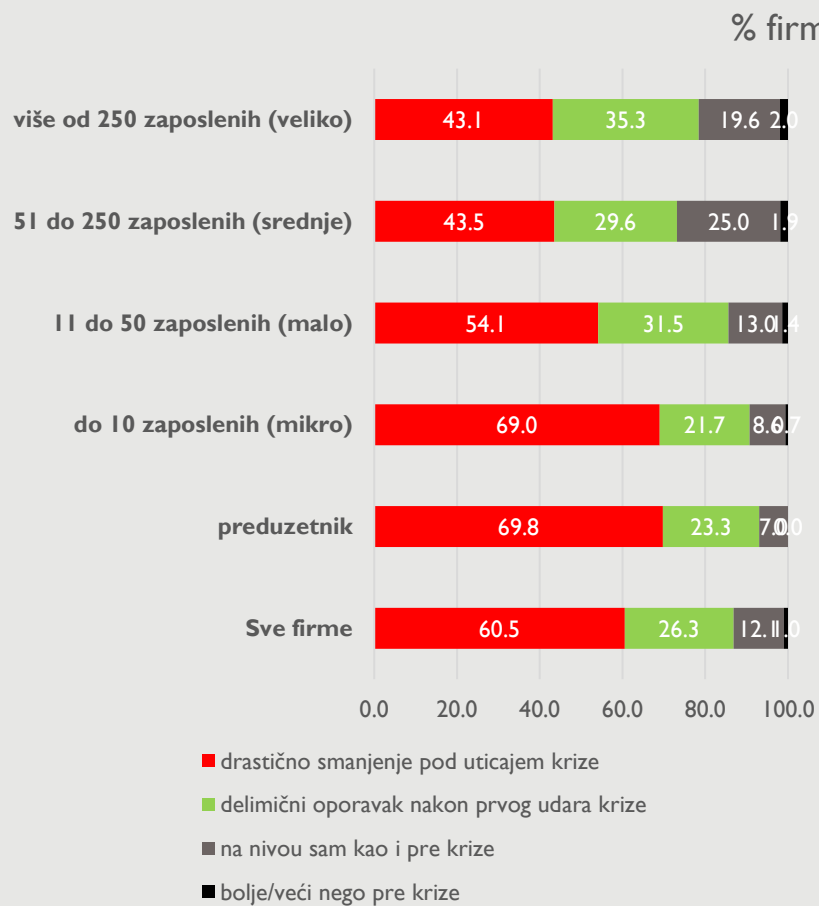
Ohrabrujući podatak predstavlja četvrtina firmi koja u sedmoj nedelji krize izveštava o delimičnom oporavku (26%). Posebno je zanimljivo da se 12% firmi vratilo na nivo pre krize.



Trenutno smo u sedmoj nedelji krize. Kako biste ocenili stanje u kojem se nalazi Vaš proizvodni kapacitet, i broj zaposlenih?

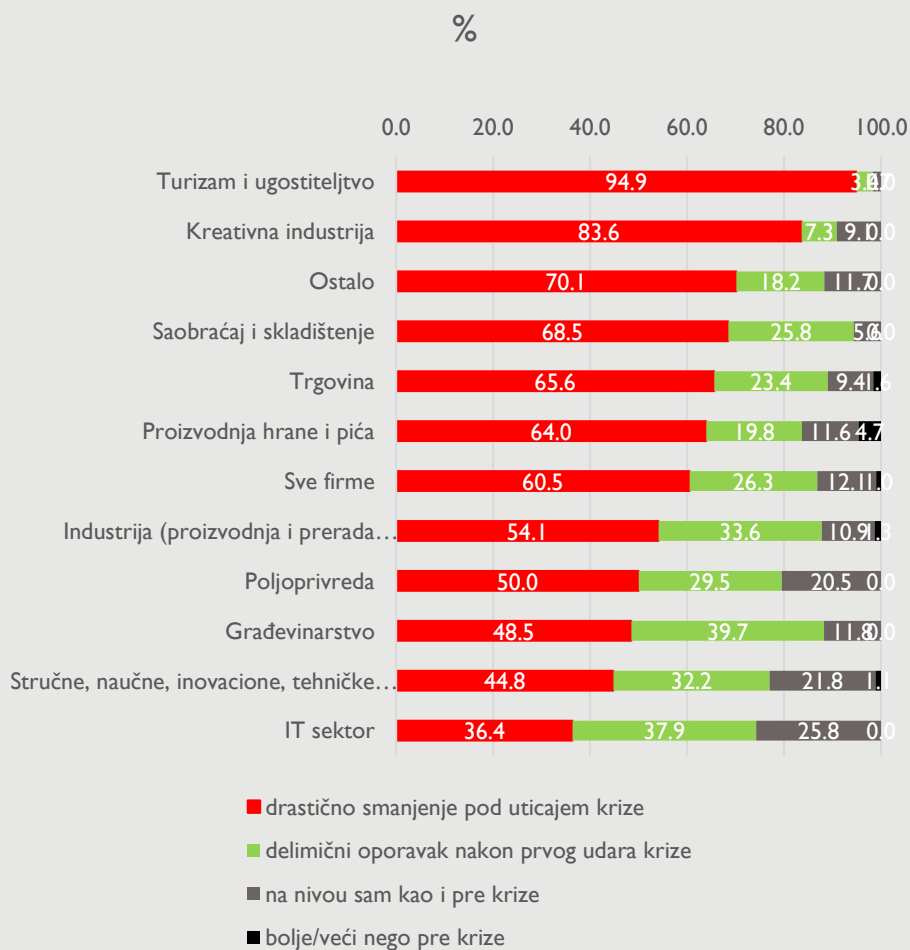
Delimičan oporavak se najpre može videti u redovima srednjih i velikih firmi.

Nema značajnih razlika u odlučnosti ka zadržavanju broja zaposlenih, prema veličini.



Trenutno smo u sedmoj nedelji krize. Kako biste ocenili stanje u kojem se nalazi Vaš proizvodni kapacitet, i broj zaposlenih?

Posmatrano prema sektorima delatnosti, delimičan oporavak se najpre može videti u IT sektoru, građevinarstvu, stručnim i inovacionim delatnostima, poljoprivredi i industriji hrane.

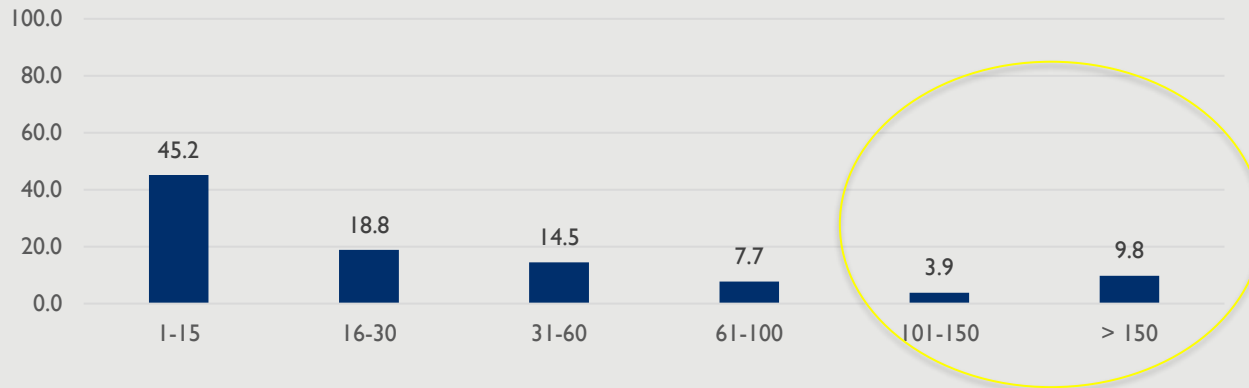


Kada biste prestali sa poslovanjem, koliko Vaših dobavljača i kupaca (pravnih lica), bi to osetilo?

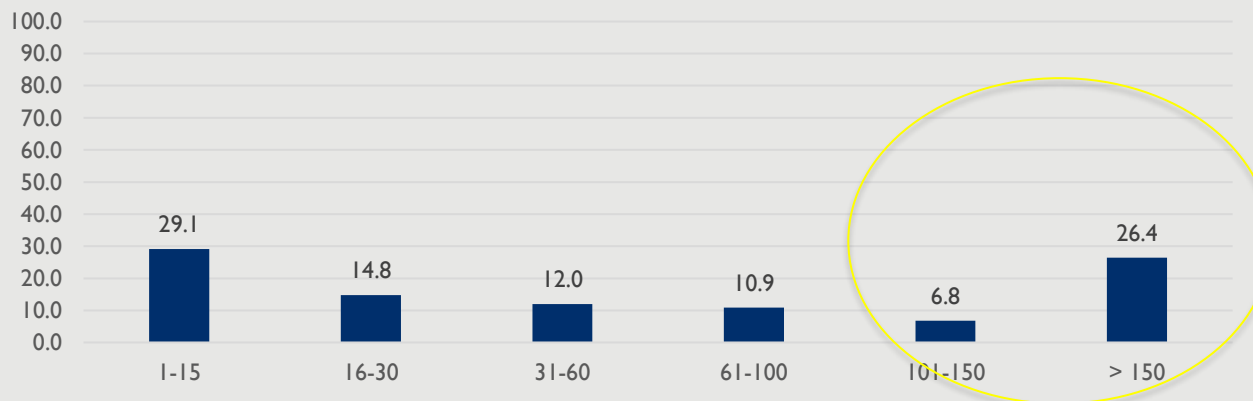
Izlazak iz krize jedne firme, nije priča sama za sebe. Uglavnom je poslovanje jedne kompanije deo jednog ili više lanaca snabdevanja/ vrednosti, te se i brzina oporavaka neke firme mora posmatrati po intenzitetu povezanosti sa drugim privrednim subjektima u lancu vrednosti. Na grafikonu ispod se može sagledati raspodela firmi prema broju aktivnih dobavljača / kupaca.

Većina firmi, dve trećine njih, svojim promenama u poslovanju utiču na do 30 drugih firmi u lancu snabdevanja unazad (njihovi B2B dobavljači), i na do 100 drugih firmi u lancu snabdevanja ispred (njihovi B2B klijenti). Ipak, postoje firme koje su visoko intenzivno povezane sa drugim firmama: 10% njih ima više od 150 dobavljača, dok četvrtina njih plasira svoje proizvode I usluge za više 150 drugi firmi.

Udeo firmi, prema broju dobavljača (%)



Udeo firmi, prema broju kupaca (%)



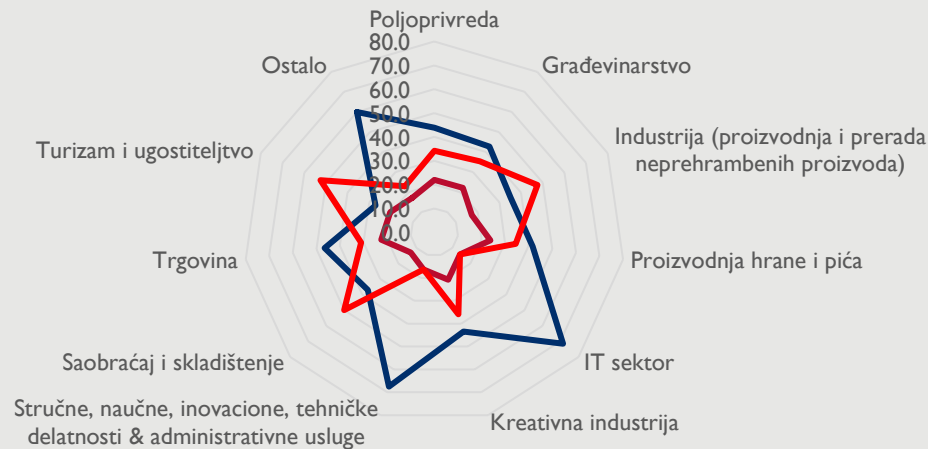
Kada biste prestali sa poslovanjem, koliko Vaših dobavljača i kupaca (pravnih lica), bi to osetilo?

Izlazak iz krize nekih sektora može različito uticati na oporavak cele privrede – neki su manje, a neki više povezani sa drugim firmama. Transport, turizam i industrija se izdvajaju kao sektori sa najvećim udelom firmi koje svojim promenama poslovanja, direktno ili indirektno, utiču na više od 30 dobavljača.

Preciznije analize lanaca snabdevanja zahtevaju detaljnije istraživačke alate, te efekat multiplikatora koji se može izazvati u lancima vrednosti može biti tema budućih istraživanja.

Intenzitet povezanosti firmi u B2B lancima, UNAZAD, prema sektorima delatnosti

- Nizak intenzitet povezanosti (do 15 dobavljača)
- Srednji intenzitet povezanosti (15 do 30 dobavljača)
- Visok intenzitet povezanosti (više od 30 dobavljača)

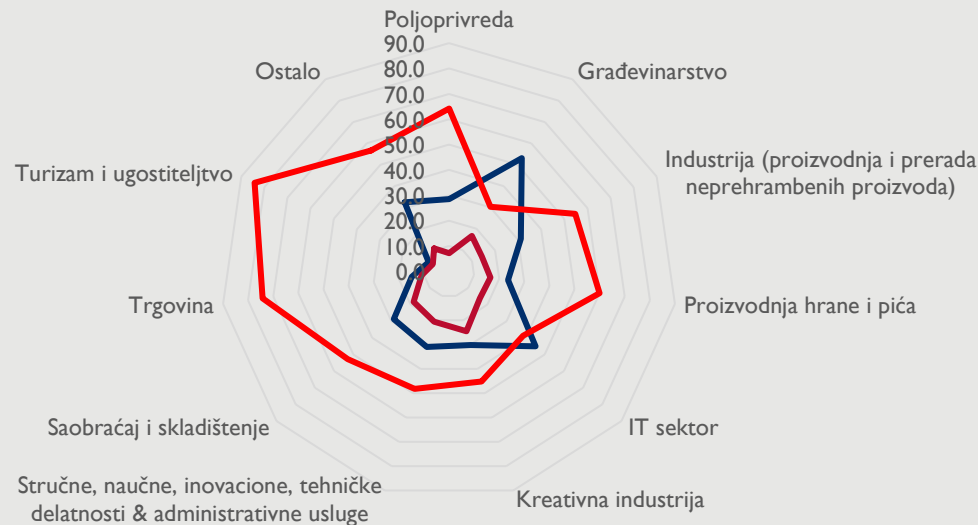


Kada biste prestali sa poslovanjem, koliko Vaših dobavljača i kupaca (pravnih lica), bi to osetilo?

Poljoprivreda, turizam, industrija hrane i trgovina se izdvajaju kao sektori sa najvećim udelom firmi koje svojim promenama poslovanja, direktno ili indirektno, utiču na više od 30 B2B kupaca.

Intenzitet povezanosti firmi u B2B lancima, UNAPRED, prema sektorima delatnosti

— Nizak intenzitet povezanosti (do 15 kupaca) — Srednji intenzitet povezanosti (15 do 30 kupaca) — Visok intenzitet povezanosti (više od 30 kupaca)





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

HVALA