

UVODNIK

Sveska 1 Volumen 27 Godište 2025 naučnog časopisa *Ekonomski horizonti*, nakon sprovedenog dvostruko anonimnog recenzentskog postupka, sadrži šest izvornih naučnih članaka.

Koautori *Wenjie Zhang, Muhammad Daaniyall Abd Rahman i Chakrin Utit* istražuju efekte kreiranja trgovine po RCEP-u (sveobuhvatnom regionalnom ekonomskom partnerstvu) i preusmeravanja tokova trgovine na Kinu i njene sektore, kao i uticaj uvoza i izvoza na njene pokrajine. U radu se primenjuje tzv. WITS-SMART alat (softver svetskog integrisanog trgovinskog rešenja za analizu tržišta i ograničenja u domenu trgovine), tabele OECD-a sa ulaznim i izlaznim komponentama (ICIO) na međudržavnom nivou i tabele sa ulaznim i izlaznim komponentama na nivou većeg broja regiona (MRIO) u Kini. Rezultati sprovedene studije ukazuju na značajan rast trgovine sa Japanom i Južnom Korejom i, istovremeno, na relativno niske trgovinske efekte sa nacijama i regionima ASEAN-a (Udruženje nacija Istočne Azije), poput Australije i Novog Zelanda. Koautori naglašavaju disparitete između različitih regiona u Kini. Takođe, ukazuju na činjenicu da istočne priobalne pokrajine ostvaruju veće trgovinske benefite u odnosu na centralne i zapadne oblasti. Pored toga, isti su značaj sprovedenja politika koje podstiču saradnju u sektorima koji ostvaruju visoki rast, kao i značaj razvoja usko prilagođenih strategija za regionalni napredak.

Polazeći od činjenice da u relevantnoj literaturi nije dovoljno rasvetljena uloga koju u Nigeriji imaju pokretači intenzivnijeg izvoza proizvoda koji nisu naftni derivati, koautori *Mohammed Shuaibu i Usman Gana* istražuju odrednice izvoznih aktivnosti koje su u funkciji rasta privrede ove zemlje. Pored

fokusa na navedene proizvode, u istraživanju se eksplicitno razmatraju sistemi trgovinskih kredita i digitalnih plaćanja. Primenjuje se autoregresioni model sa rasporedom docnji i koriste se mesečni podaci za period od 2010. do 2013. godine. Rezultati ukazuju na to da povećani trgovinski krediti i bolji sistem elektronskog plaćanja značajno poboljšavaju efikasnost sektora za izvoz proizvoda koji nisu naftni derivati. Koautori zaključuju da povećanje trgovinskih kredita i poboljšanje sistema za elektronsko plaćanje mogu da posluže kao alternativa za pospešivanje potencijala izvoznog sektora Nigerije kada su u pitanju proizvodi koji nisu naftni derivati. Takođe, konstatuju da promovisanje trgovinskih kredita i povećano korišćenje elektronskog plaćanja mogu pomoći Nigeriji da poboljša efikasnost izvoza proizvoda koji nisu derivati nafte u cilju podsticanja održivog ekonomskog rasta.

Shodno stavu da je poslovni ciklus jedne ekonomije veoma složen fenomen koji nije lako meriti i interpretirati, autor *Emilija Janković* istražuje poslovne cikluse odabranih zemalja analizirajući podatke o bruto domaćem proizvodu (BDP), cikličnom kretanju komponenti BDP-a, varijabli tržišta rada i nominalnih varijabli (inflacija, kamatne stope i devizni kurs). U fokusu istraživanja su Evropska unija (EU) kao celina, Nemačka, kao najrazvijenija privreda EU i privreda Republike Srbije. Autor nastoji da otkrije pravilnosti u kretanju navedenih varijabli u periodu od prvog kvartala 2009. do trećeg kvartala 2023. godine. Uz pomoć detaljne statističke analize vremenskih serija, proučene su stilizovane činjenice i ispitana volatilnost ovih varijabli, njihova korelisanost sa BDP-om, kao i perzistentnost. Opšti zaključak jeste da poslovni ciklus Srbije ne zaostaje za razvijenijim zemljama.

Imajući u vidu značaj interneta i komunikacije sa potrošačima u *online* okruženju, prvenstveno putem društvenih medija, kao i rastući značaj održivosti u

* Korespondencija: M. Jakšić, Ekonomski fakultet
Univerziteta u Kragujevcu, Liceja Kneževine Srbije 3, 34000
Kragujevac, Republika Srbija; e-mail: milenaj@kg.ac.rs

savremenom poslovanju, koautori *Jovana Filipović* i *Srdan Šapić* analiziraju uticaj marketing aktivnosti na društvenim medijima na ponašanje potrošača u pogledu zelenih proizvoda. Konkretno, koautori istražuju marketing aktivnosti na društvenim medijima domaćih i globalnih kompanija u Republici Srbiji, koje obuhvataju pet aspekata: zabavu, interakciju, praćenje trendova, kastomizaciju i elektronsku usmenu propagandu. Primenom empirijskog istraživanja metodom anketiranja i putem SEM analize, zaključuje se da navedeni aspekti društvenih medija utiču različito na stavove prema zelenim proizvodima domaćih i globalnih kompanija. Utvrđen je pozitivan moderacijski uticaj globalnog identiteta na veze navednih varijabli u modelima. Rad doprinosi analizi veze između marketing aktivnosti na društvenim medijima i ponašanja potrošača prema zelenim proizvodima, sa uporednom analizom domaćih i globalnih kompanija.

Uvažavajući činjenicu da je večita dilema investitora kako pronaći kompanije u koje investirati, a da povrat od investicije bude zadovoljavajući, koautori *Tadija Đukić*, *Bojana Novičević Čečević* i *Adrijana Jevtić Tomić* ispituju mogućnost primene sistematskog pristupa za izbor kompanija za investiranje. Fokus istraživanja je na dva nivoa analize - racio analizu, sa usmerenjem na likvidnost i profitabilnost, i višekriterijumsko rangiranje primenom PROMETHEE metode. Rezultati sprovedene racio analize pokazuju da kompanije čiji je PE racio (profit-earning ratio) veći, ostvaruju bolje poslovne performanse u odnosu na one čiji je PE racio manji, sa stanovišta individualnog poređenja. Međutim, kako uočljive razlike u vrednostima analiziranih racija među kompanijama ne mogu da daju jasne i precizne smernice za donošenje opšteg zaključka, primenjena je kombinacija racio analize i PROMETHEE metode, koja omogućava efikasniju ocenu performansi, dajući smernice investitorima

da odaberu najbolje kompanije to jest one koje imaju najveći potencijal.

Koautori *Ines Milohnić* i *Ivana Licul* primenjuju teoriju planiranog ponašanja kako bi istražili uticaj ličnih stavova u vezi sa preduzetništvom, društvenim normama i kontrolom uočenog ponašanja na preduzetničke namere studenata. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 184 studenta u Hrvatskoj u cilju prikazivanja stvarnog konteksta u kom studenti razvijaju svoje preduzetničke namere. Sprovedena analiza višestruke regresije otkriva da sve komponente teorije planiranog ponašanja pozitivno i značajno utiču na preduzetničke namere. Najuticajniji faktor je kontrola uočenog ponašanja, za kojim slede lični stav i društvene norme. Ta saznanja povećavaju nivo razumevanja kritičnih elemenata koji oblikuju preduzetnička stremljenja studenata. Uz to, rezultati istraživanja pružaju korisne informacije za ustanove visokog obrazovanja, pomažući im da razumeju preduzetničko ponašanje studenata i usmeravajući razvoj ciljnih programa i unutrašnjih politika. Takođe, rezultati istraživanja su značajni za širu akademsku zajednicu, kada je u pitanju dizajniranje strategija koje promovišu preduzetničke ambicije studentske populacije.

U ime Uredništva Časopisa i u svoje ime zahvaljujem autorima priloga koji su objavljeni u Svesci 1 Časopisa. Istovremeno, posebnu zahvalnost dugujemo recenzentima koji su, svojim konstruktivnim i kritičkim komentarima i sugestijama autorima podnetih priloga, doprineli podizanju nivoa kvaliteta publikovanih članaka.

Izdavanje časopisa *Ekonomski horizonti* finansijski je podržalo Ministarstvo nauke, tehnološkog razvoja i inovacija Republike Srbije.

Glavni i odgovorni urednik
Milena Jakšić

Milena Jakšić je redovni profesor na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Kragujevcu. Doktorirala je na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Kragujevcu, iz uže naučne oblasti Opšta ekonomija i privredni razvoj. Ključne oblasti njenog naučnoistraživačkog interesovanja su finansijski sistem, finansijska tržišta, finansijski instrumenti i finansijske institucije.