

Број: 15

Издавач

УНИВЕРЗИТЕТ
У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ
ФАКУЛТЕТ ПОСЛОВНЕ ЕКОНОМИЈЕ
БИЈЕЉИНА

ЗА ИЗДАВАЧА, ДЕКАН

ПРОФ. ДР СРЂАН ДАМЈАНОВИЋ

ГЛАВНИ И ОДГОВОРНИ УРЕДНИК

ПРОФ. ДР БОЖИДАР СТАВРИЋ

УРЕДНИК

МР ПРЕДРАГ КАТАНИЋ

ЛЕКТОР

МР НИНА ЂЕКЛИЋ

ТЕХНИЧКИ УРЕДНИК

МР ИВАН МИРОВИЋ

ГРАФИЧКИ УРЕДНИК

ВАЊА ЂУРИЋ

РЕДАКЦИЈА:

А. Научна: Вуњак др Ненад, Дамјановић др Срђан, Живковић др Бошко, Јовичић др Миладин, Јосиповић др Сандра, Костић-Станковић др Милица, Кочовић др Јелена, Крсмановић др Бранко, Мاستило др Зоран, Микеревић др Драган, Милојевић др Алекса, Мировић др Драгутин, Митрашевић др Мирела, Панић др Пајо, Пауновић др Благоје, Поповић др Витомир, Радовић др Рајко, Савановић др Горан, Старчевић др Витомир, Ставрић др Божидар, Стевић др Стеван, Трифуновић др Љубомир.
(Научни текстови се рецензирају)

Б. Стручна: Катанић мр Предраг, Лалић мр Срђан, Петровић мр Весна, Дракул Борислав – Мастер, Радојчић Биљана – Мастер, Данка Матић – Мастер, Дамјановић мр Јелена, Елчић мр Сузана, Гавриловић мр Звјездана, Станивук Биљана, Бошковић Наташа, Стевановић Сузана

Штампарија: Графика ГОЛЕ

АДРЕСА РЕДАКЦИЈЕ

ФАКУЛТЕТ ПОСЛОВНЕ ЕКОНОМИЈЕ
БИЈЕЉИНА, Семберских ратара бб
E-mail: ekonomist@fpe.unssa.rs

Цијена по издању:

За правна лица 100 КМ (11 ком.)

За физичка лица: 10 КМ (1 ком.)

ТИРАЖ: 300 примјерака

Жиро рачун: 5510010000907076

Врста прихода: 722549

Нова Бањалучка Банка

ЈИБ: 4400337770005

Часопис излази полугодишње

КАТАЛОГИЗАЦИЈА

ISSN 1840-2313

1	<i>Божидар Ставрић</i> У ПОВОДУ ЗОИ У СОЧИЈУ	2
I	ИНФОРМАТИКА	
2	<i>Dr Branko Krsmanović</i> KONCEPT DIGITALNE EKONOMIJE	4
3	<i>Проф. др Љиљана Дмитриновић Шапоња; Саиша Граворац; мр Сунчица Милутиновић</i> РАЧУНОВОДСТВЕНИ ИНФОРМАЦИОНИ СИСТЕМ У ФУНКЦИЈИ УПРАВЉАЊА КОРПОРАЦИЈАМА	11
II	ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА	
4	<i>Проф. др Миладин Јовичић; мр Мирна Вукадин</i> ИСКУСТВА ЗЕМАЉА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ У ПРИМЈЕНИ ЈАВНО-ПРИВАТНОГ ПАРТНЕРСТВА	19
5	<i>Др Валентина Дувњак</i> АНАЛИЗА УЗРОКА ПОСЛОВНОГ НЕУСПЈЕХА У ПРЕДУЗЕЋИМА У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ	26
6	<i>Љиљана Танасић, Економски факултет Брчко</i> LEAN МЕТОДЕ И ТЕХНИКЕ – РЈЕШЕЊЕ ЗА САВРЕМЕНЕ УСЛОВЕ ПОСЛОВАЊА	31
III	МАРКЕТИНГ	
7	<i>Aleksandra Đorđević; prof. dr Milica Kostić Stanković; Jelena Cvijović</i> UPOREDNA ANALIZA OGLAŠAVANJA PUTEM TRADICIONALNIH I DRUŠTVENIH MEDIJA	39
8	<i>Др Никола Глуховић, доцент</i> СТРАТЕШКИ ЗНАЧАЈ ПРОВЈЕРЕ ЛОЈАЛНОСТИ БРЕНДУ У САВРЕМЕНИМ ТРЖИШНИМ УСЛОВИМА	44
9	<i>Биљана Станишић, дип.ек. др Драгиша Станишић</i> ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАЦИ КОНЦЕПТА ИНТЕГРИСАНЕ МАРКЕТИНГ КОМУНИКАЦИЈЕ	52
IV	МАКРОЕКОНОМИЈА	
10	<i>Prof. dr Žarko Ristić; doc. dr Kristijan Ristić</i> NEOLIBERALNA ORTODOKSIJA KAO KVAZI IZAZOV NOVE EKONOMIJE	57
11	<i>Проф. др Спасоје Тушевљак,</i> ДОПРИНОСИ ЛИ ОБРАЗОВАЊЕ РАЗВОЈУ У КРИЗИ?	65
12	<i>Доц. др Славиша Ковачевић, Мр Биљана Попарић-Стојановић</i> МОГУЋНОСТИ ПОБОЉШАЊА ОДНОСА РОБНЕ РАЗМЈЕНЕ БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ У УСЛОВИМА ГЛОБАЛНЕ ЕКОНОМСКЕ КРИЗЕ	72
V	ЈАВНЕ ФИНАНСИЈЕ	
13	<i>dr Novo Plakalović, redovni profesor</i> RELEVANTNOST VAŠINGTONSKOG KONSENZUSA U BiH	77
14	<i>Biljana Stanivuk</i> REFORMA FISKALNOG SISTEMA BOSNE I HERCEGOVINE	83
VI	МЕНАџМЕНТ	
15	<i>Prof. dr Zoran Lukić, Mr Predrag Đurić</i> MATERIJALNI I NEMATERIJALNI EFEKTI LOŠE ADMINISTRACIJE S POSEBNIM OSVRTOM NA POSLOVANJE PREDUZEĆA	89
16	<i>Нено Себастијановић</i> КОНЦЕПТ ХАОСА – СТРАТЕШКИ ОКВИР ЗА УПРАВЉАЊЕ ОПАСНОСТИМА И ПРИЛИКАМА	93
VII	БАНКАРСТВО	
17	<i>Mr Milan Radović, Mr Jelena Vitomir, Milan Radaković, master ekonomije</i> ALM KONCEPT U FUNKCIJI LIKVIDNOSTI POSLOVNE BANKE	97
VIII	ОСИГУРАЊЕ	
18	<i>Наташа Бошковић</i> ОСИГУРАВАЈУЋЕ КОМПАНИЈЕ У УЛОЗИ ИНСТИТУЦИОНАЛНИХ ИНВЕСТИТОРА У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ	104
IX	СОЦИЈАЛНА СФЕРА	
19	<i>Проф. др Синиша Остојић, Доц. др Зоран Мاستило</i> ИНДЕКСИРАЊЕ ПЕНЗИЈА У ЕКОНОМИЈАМА ЕСА РЕГИОНА – АНАЛИЗА СРБИЈЕ И РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ	112
X	ТРЖИШТЕ КАПИТАЛА	
20	<i>Сузана Стевановић, дипл. ек.</i> УЧЕШЋЕ ОБВЕЗНИЦА У РАЗВОЈУ ТРЖИШТА КАПИТАЛА БИХ	120
21	<i>Мр Драган Миловановић</i> АНАЛИЗА ПРИНОВОСА ИНВЕСТИЦИОНИХ ФОНДОВА НА ТРЖИШТУ КАПИТАЛА РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ	127

У ПОВОДУ ЗОИ У СОЧИЈУ

Mens sana in corpore sano.

Латинска изрека

Док се овај број часописа припрема за штампу, цео свет је окренут према руском граду Сочију, у коме се одржавају XXII Зимске олимпијске игре. Зато, није случајно да овај уводник започиње латинском изреком која упућује на то да здрав дух треба да буде у здравом телу. Ова порука се поклапа са циљевима образовања и одржавања физичког здравља, посебно младих људи, како би могли да се ухвате укоштац са проблемима које ће морати решавати по завршетку школовања.

Зашто се овом приликом у први план стављају Зимске олимпијске игре које се ових дана (од 7. до 23. фебруара 2014.) одржавају у Сочију? То је прилика да се подсетимо на вредности стваране у олимпијском духу, који се негује у целом свету још од 776. године пре нове ере. Наиме, сваке четврте године, од њиховог оснивања, одржавају се олимпијске игре, са извесним прекидима, све до данашњих дана. Тако се и четворогодишњи период између двеју олимпијских игара назива олимпијада.

Можда је ово прилика са се укратко подсетимо историјата ове светске спортске манифестације, да бисмо указали на њен значај за данашњи свет, а посебно за мир који треба да омогући стварање услова за достојанствен живот свих људи. Окупљањем спортиста из целог света, олимпијске игре доприносе зближавању људи и њиховом бољем међусобном разумевању.

Прве олимпијске игре одржане су у месту Олимпија (одакле и потиче њихов назив) у старој Хелади, односно данашњој Грчкој као колевци европске цивилизације. То је била најмасовнија спортска манифестација у свету. Спортска надметања одржавала су се у пентаклону, односно

у пет дисциплина: трчању, скоку удаљ, бацању диска, бацању копља и рвању. Одржавање олимпијских игара подржавали су и познати грчки филозофи, као што су Питагора, Сократ, Аристотел, Платон и други, истичући значај физичког здравља за одржавање здравог духа људи. Међутим, 346. године нове ере, римски цар Теодосије II укинуо је ову спортску манифестацију са образложењем да представља остатак паганизма, односно многобожства које је било карактеристично за антички свет.

Модерне олимпијске игре прокламоване су на међународном конгресу, одржаном 1894. године у Паризу. Није случајно да се скуп одржао у амфитеатру чувеног универзитета Сорбона, под геслом: Citius (брже) Altius (више) Fortius (снажније), а на предлог Пјера Кубертена чију изреку важно је учествовати спортисти често цитирају као подстицај што ширем кругу младих да се укључе у спортске манифестације и редовно физичко вежбање. Тако су нове олимпијске игре одржане две године касније, односно 1896. у Атини, чиме је одато признање престоници домовине ове светске спортске манифестације. На овим играма било 484 учесника, од чега 285 такмичара и то само мушкараца. Тек од 1900. године право на учешће у олимпијским такмичењима стичу и жене.

За стицање статуса домаћина олимпијских игара влада велика конкуренција међу заинтересованим земљама, јер се тиме остварује престиж како на спортском пољу, тако и у области туризма, привреде уопште, па и у политичком погледу. Већ данас су познати домаћини и летњих и зимских олимпијских игара за десетак наредних година, који су прошли оштру конкуренцију великог броја кандидата.

Неговање олимпијског духа развијало се увођењем зимских олимпијских игара 1924. године, које су се први пут оджале у Шамонију, познатом француском зимском спортском и туристичком

центру, а у конкуренцији је било још неколико земаља, што је случај и са свим будућим кандидовањем земаља за неке од будућих догађања ове врсте. Овом приликом треба подсетити да су се зимске олимпијске игре 1984. године одржале у Сарајеву, те се и данас на околним планинама налазе објекти за зимске спортове и туризам, у којима се одржавају и међународни научни и стручни скупови. Тако је и почетком фебруара ове године одржан на Јахорини научни међународни симпозијум економиста, а неки скупови се одржавају традиционалне сваке године.

На Зимским олимпијским играма у Сочију учествује око 2 800 такмичара у великом броју спортских дисциплина, а на њиховом отварању присуствовао је велики број државника из целог света. Тиме је и ова спортска манифестација добила шири друштвено-политички, али и економски значај, јер је ради њене припреме изграђено много нових објеката погодних за спортска такмичења, али и за туризам и друге намене. У изградњи нових спортских објеката, као и неопходне инфраструктуре учествовале су и грађевинске и друге пословне фирме из овог региона, што је допринело додајном запошљавању њихових производних капацитета и радне снаге. Процењује се да је у припреме ове спортске манифестације уложено око 50 милијарди америчких долара, што је вишеструко више него приликом припреме прошлних игара одражаних у Ванкуверу, Канада, када је утрошено око 7 милијарди долара. Тиме се, поред осталог, исказује значај организовања оваквих спортских манифестација како за престиж земље домаћина, тако и за афирмацију спорта у међународним односима.

Олимпијски дух и вредности које се на њему заснивају, доприносе не само развоју врхунских спортова него има и широки друштвени значај, као што је ширење спорта међу омладином, а посебно међу студентима, али и зближавању људи са свих континената и држава. По угледу на

олимпијске игре, већ дуго се одржавају међународна студентска спотрска такмичења, као што је Универзијада. Такође, студенти појединих групација факултета и у нашем региону одржавају своја спортска такмичења, као што је, у нашим случају, Економијада. На оваквим скуповима, поред спортских такмичења, студенти већине факултета одржавају и такмичења у стручним и научним знањима, што потврђује оправданост поруке из поднаслова овог текста. Тако се олимпијски дух одржава и развија кроз векове, а потврда његовог значаја исказује се трајањем скоро три миленијума и прихватањем у целом свету.

У Бијелини, фебруара 2014.

Божидар Ставрић

KONCEPT DIGITALNE EKONOMIJE

CONCEPT OF DIGITAL ECONOMY

Dr Branko Krsmanović, redovni profesor

Univerzitet u Istočnom Sarajevu, Fakultet poslovne ekonomije Bijeljina

Rezime: Digitalna ekonomija je ekonomija zasnovana na savremenim digitalnim tehnologijama. Susreće se i pod nazivima internet ekonomija, veb-ekonomija, nova ekonomija i informatička ekonomija. Karakterišu je elektronsko poslovanje, globalizacija, umrežavanje, mobilnost, integracija, novi digitalni proizvodi i usluge kao i nove organizacione forme. Sociolozi su, danas, zaokupljeni fenomenom informatičkog kapitalizma, svijet je sve više digitalan, a ljudski um postaje direktna proizvodna snaga. Kritični faktor razvoja preduzeća u takvoj ekonomiji postaje softver, a informacionim tehnologijama se pripisuje dvije trećine porasta produktivnosti preduzeća. Nova ekonomija je dinamička, globalna i umrežena, znanje postaje najvažniji resurs, a faktori konkurentnosti preduzeća su inovacije, kvalitet proizvoda i usluga, vrijeme i niski troškovi. Za razliku od klasične ekonomske teorije koja se bazira na aksiomu rijetkosti i prema kojoj rijetkost generiše vrijednost, nova ekonomska teorija zasnovana je na aksiomu da obilje generiše vrijednost („vrijednost mreže raste kao kvadrat broja njenih korisnika“ – Metcalfeov zakon). Novu ekonomiju karakteriše i pojava novih rizika u poslovanju preduzeća i sajber-kriminala.

Ključne riječi: Digitalna ekonomija, internet, informaciona tehnologija

Abstract: Digital economy is the economy based on contemporary digital technologies. It is commonly named as internet economy, web economy, new economy and informatics economy. It is characterised by electronic business, globalisation, networking, mobility, integration, new digital products and services, as well as, the new organisational forms. Sociologists are currently preoccupied by the phenomenon of informatics capitalism, the world is becoming predominantly digital and the human mind is considered as a direct production force. The critical factor of companies' development in such an economy becomes software, and information technologies are attributed to two thirds rise in companies' productivity. The new economy is dynamic, global and networked, knowledge becomes the most important resource and companies' competitiveness factors are innovations, quality of products and services, time and

low costs. As opposed to the classical economic theory, which is based on the axiom of rarity and according to which rarity generates value, the new economic theory is based on the axiom that plenty generates value („the value of network grows as a quadrant of number of its users“ Metcalfe's law). The new economy is characterised also by appearance of new risks in corporate actions and „cyber“ criminal.

Keywords: Digital economy, Internet, Information technologies

I. UVOD

Digitalna ekonomija je ekonomija koja je zasnovana na digitalnim tehnologijama uključujući i digitalne komunikacione mreže i druge povezane informacione tehnologije. Kao sinonimi koriste se i termini kao što su: internet ekonomija, veb-ekonomija i nova ekonomija. Ovom množtvu srodnih naziva treba dodati i, nerijetko, korišćeni naziv ekonomija znanja (knowledge based economy).

Termin digitalna ekonomija se koristi i kao sinonim za „informaciono društvo“. Polovinom prošlog vijeka pojavio se ovaj termin kojim je opisivano futurističko društvo koje je snažno zavisno od informacija¹. U takvoj ekonomiji, digitalno umrežavanje i komunikaciona infrastruktura pružaju globalnu platformu na kojoj se djeluje, komunicira, saraduje i traže informacije². Ova platforma može da obuhvata široku matricu proizvoda koji se mogu digitalizovati (baze podataka, vijesti i informacije, knjige, magazini, televizijski i radio programi, elektronske igre, muzika, i sl.), potom, potrošače i preduzeća koji realizuju finansijske transakcije digitalno (preko digitalnih valuta, ili finansijskih žetona preko umreženih računara i mobilnih uređaja) kao i fizička roba u koju su ugrađeni mikroprocesori i koja se može umrežavati. Digitalna ekonomija označava približavanje informacionih i komunikacionih tehnologija putem Interneta i drugih mreža. Ta konvergencija omogućava da svi tipovi informacija budu uskladišteni, obrađeni i prenijeti putem mreže na destinacije širom svijeta. Takvu ekonomiju karakteriše rastuća stopa u proizvodnji, distribuciji i korišćenju informacija. Promijenio se način proizvodnje dobara, pružanja usluga, transformisale su se gotovo sve industrijske grane, pojavili su se novi proizvodi, usluge i poslovi.

Nova, digitalna ekonomija se suštinski razlikuje od tradicionalne (klasične) ekonomije. Nove tehnologije zahtjevaju suštinski drukčiji oblik ekonomije i pravo je pitanje u kojoj mjeri principi i pravila klasične ekonomije važe za digitalnu ekonomiju. Nova

¹ Stephen M. Mutula, Digital economies : SNEs and E-Readiness, Business Science Reference, New York, 2010.

² Opširnije : Prof dr Branko Krsmanović, Izazovi digitalne ekonomije, VIII Međunarodni simpozijum o korporativnom upravljanju, Banja Vrućica, 2013.

ekonomija revolucionarno mijenja stil života i rada uz pomoć informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT).

II. KOMPONENTE DIGITALNE EKONOMIJE

Brojne su komponente digitalne ekonomije, a najvažnije su: vlada, politike i regulativa, internet, World wide web (WWW), telekomunikaciona industrija, provajderi digitalnih usluga, e-poslovanje i e-trgovina, informacije i sistemi upravljanja znanjem, prava intelektualne svojine, ljudski kapital i znanja radnika te istraživanje i razvoj novih tehnologija.

Vlada

Važna uloga vlade kao komponente digitalne ekonomije sastoji se u izgradnji komunikacione infrastrukture zemlje i unapređenju tzv. e-spremnosti zemlje. Vlade su zadužene za nacionalne strategije razvoja informacionog društva i za izgradnju vizije razvoja infrastrukture radi unapređenja pružanja digitalnih usluga. Ulaganja vlade u razvoj informacionog društva utiče na poboljšanje poslovanja poslovnih organizacija.

Sa druge strane, na strani potražnje, vlade se javljaju i kao veliki „konzumenti” informacionih tehnologija. Vlade zemalja ulažu u projekte inofrmaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) u javnom sektoru kako bi unaprijedile servise javne uprave odnosno administracije. Nadalje, vlade kroz različite podsticaje privlače investicije u sektoru IKT. Kako bi se podstakla upotreba IKT često se carinskim politikama (olakšicama) stimulišu nabavke računarske i komunikacione opreme i sl.

Politike i regulativa

Najvažniji preduslov za izgradnju informacionog društva u kome je dominantan značaj digitalne ekonomije su IKT i odgovarajuće politike. Da bi poslovna zajednica imala koristi od IKT potrebni su jasni zakoni koji regulišu najvažnija pitanja iz ove oblasti, transparentan i otvoren poslovni okvir, jednostavna i pristupačna korporativna regulativa, te jasan, fer i stabilan pravni okvir za nacionalne i prekogranične elektronske transakcije.

Jasne politike i regulativa treba da omoguće adekvatnu pravnu zaštitu svih učesnika u digitalnim transakcijama. Zadatak vlada je da izgrade konkurentne telekomunikacije i tržište Internet usluga. Pravni okvir (ambijent) neke zemlje treba da obezbijedi osnovu za slobodnu i fer trgovinu. Kao značajno pitanje nameće se i utvrđivanje legitimiteta on-line transakcija ili priznanja digitalnog potpisa na sudu.

Internet, www i e- infrastruktura

Globalizacija i internet su najvažnija obilježja novog milenijuma. Internet kao „mreža svih mreža” je paradigma savremenog poslovanja i metafora novog digitalnog doba. Razvoj u ovoj oblasti promijenio je

svijet i pretvorio ga u digitalno umreženu zajednicu. Ogroman je potencijal za dalji rast Interneta i novih srodnih tehnologija. Omogućavanje poslovanja „bez granica” pri čemu je globalna razmjena roba i usluga veoma jednostavna, čini se ključnim dostignućem Interneta. Naročitu korist od interneta imaju mala i srednja preduzeća jer im je povećao globalni domet. U dobroj mjeri internet veze pokazuju nivo e-spremnosti neke zemlje odnosno spremnosti građana i preduzeća da učestvuju u digitalnoj ekonomiji. Sem interneta, i intranet i ekstranet koji funkcionišu na bazi internet protokola su od velike koristi za preduzeća, odnosno organizacije jer omogućavaju olakšanu komunikaciju i preuzimanje podataka između poslovnih organizacija. Pri tome ekstranet može naročito pomoći u poslovanju ako se podesi prema velikim dobavljačima i distributerima i na taj način olakša razmjenu informacija, naručivanje, obavljanje transakcija i plaćanja.

Evolucija interneta je iznjedrila digitalnu ekonomiju. Početak trećeg milenijuma obilježio je zamah on-line bankarstva i finansija, on-line kupovine, on-line vijesti, e-mail komunikacija i sl. internet je bio presudan u globalizaciji svjetske ekonomije jer se kupovina i prodaja mogla obavljati u sajber (cyber) prostoru, bez ograničenja. Internet je glavna komponenta digitalne ekonomije. WWW čini dio interneta i sastoji se od sistema servera na kojima se nalaze posebno formatirane informacije kojima se može pristupiti preko tzv. veb-pretraživača. Korišćenje interneta i WWW je u krajnjem zasnovano na neprekidnom električnom napajanju, a što je jedan od ograničavajućih uslova za razvoj digitalne ekonomije u nekim ekonomijama svijeta.

Hardverska i softverska industrija

Računarska oprema (hardver) je ključna infrastruktura za obradu, čuvanje i „kretanje” poslovnog sadržaja u digitalnoj ekonomiji. Različite hardverske platforme, uključujući mikroprocesore, neuronske mreže, klijent/server tehnologije, disk memorije, vještačku inteligenciju i dr. djeluju zajedno u okruženju digitalne ekonomije. U posljednje vrijeme naročito su zastupljene tehnologije koje omogućavaju bežičnu i mobilnu komunikaciju. Softverska industrija obuhvata različite softverske proizvode među kojima su najznačajniji: planiranje resursima preduzeća (ERP sistemi), sistemi upravljanja odnosima sa potrošačima (CRM), baze podataka, usluge kompjuterskog programiranja, kompjuterski integrisani sistemi, kompjuterska obrada, usluge preuzimanja informacija i sl.

Industrija telekomunikacija

Za poslovanje elektronskim putem potrebni su komunikacioni proizvodi, a njih generiše telekomunikaciona industrija. Prisutan je još jedan aspekt telekomunikacione infrastrukture: globalna informaciona infrastruktura koja je bila preteča

interneta³. To je više od „mreža svih mreža” jer obezbeđuje svjetski sistem koji integriše nekoliko komponenti, uključujući i komunikacione mreže, kao što su telefon, mobilni telefon i satelitske mreže i informacionu opremu/aparate, kao što su kompjuteri, televizori, telefoni, itd.

Globalna informaciona infrastruktura - GII je evoluirala u mobilni i sveprisutni računarski sistem kroz koji više uređaja - lični digitalni asistenti - PDA, internet, kućni intranet, mobilni telefoni, laptopovi, bežične kamere, štampači, skeneri, serveri, itd. – se integrišu, koristeći zajedničke interfejse i tako razmjenjuju informacije. Globalna informaciona infrastruktura - GII podržava aplikacije i usluge kao što su servisi e-uprave i e-trgovine.

Digitalni pružaoci usluga

Digitalni pružaoci usluga su važna komponenta digitalne ekonomije, a čine je internet provajderi, provajderi internet sadržaja i davaoci aplikativnih usluga. Provajderi internet sadržaja postoje uglavnom kao **lokacije portala** sa ciljem da se obezbede sadržaji koji su zanimljivi za kupce. Neki komercijalni provajderi Internet sadržaja **olakšavaju** transakcije na mreži (obično tipa biznis-potrošač, B2C) i time utiču na efikasnije generisanje prihoda. Drugi provajderi internet sadržaja se specijalizuju za jednu temu (oblast) i obezbeđuju informacione usluge pretrage na jednom mestu. Ovakvi “Portal” sajtovi su nastali sa ciljem efikasnog upravljanja sa velikom količinom informacija koje su putem Interneta dostupne.

Davaoci aplikativnih usluga su, zapravo, specijalizovani tip provajdera internet sadržaja koji imaju za cilj da isporuče i upravljaju aplikacijama i kompjuterskim uslugama iz udaljenih centara za obradu podataka, za više korisnika putem Interneta ili privatne mreže. Oni pomažu preduzećima da svoje IT funkcije povjere u tzv. *outsourcing* (usluge obrade informacija se obavljaju izvan organizacije i to od strane specijalizovanih preduzeća). Davaoci aplikativnih usluga mogu da obezbijede integrisana e-komerc rješenja, kao što su upravljanje lancem snabdjevanja i dr.

E-poslovanje i e-komerc industrija

Brojne su prednosti e-poslovanja i e-trgovine u odnosu na tradicionalno poslovanje. Zato se ove komponente digitalne ekonomije označavaju kao kritične i druge su po važnosti u digitalnoj ekonomiji. E-poslovanje omogućava poslovnim organizacijama efikasnije uključivanje u komunikaciju sa lokalnim i inostranim klijentima, te efikasniju obradu i brže vrijeme odziva koristeći e-mail, elektronsku razmjenu podataka (EDI), Intranet i sl.

E-trgovina predstavlja proces kupovine i prodaje robe i usluga elektronskim putem uz podršku kompjuterizovanih poslovnih transakcija putem Interneta, mreža i drugih digitalnih tehnologija. Uključuje naručivanje, fakturisanje, marketing,

istraživanje tržišta, pronalaženje potencijalnih kupaca i dobavljača i dr. Brojne su vrste interakcija između učesnika e-poslovanja i e-trgovine, a najčešće su: poslovanje ka potrošaču (B2C), poslovanje ka poslovanju (B2B) što označava e-transakcije između preduzeća, potom uprava prema potrošaču (G2C), uprava prema poslovanju (G2B) i sl.

Informacija i sistemi za upravljanje znanjem

Ostvarivanje ciljeva poslovnih organizacija u velikoj mjeri zavisi od toga koliko dobro stižu, razumiju, sintetišu, procjenjuju i razmjenjuju informacije i koliko dobro njihovi informacioni kanali podržavaju organizacione procese. Digitalna ekonomija se zasniva na primjeni ljudskog znanja i nužno je *ekonomija znanja*. Zbog kompleksnosti digitalne ekonomije potrebni su kvalitetni alati za upravljanje znanjem. I informacija i znanje dodaju vrijednost i omogućavaju povrat investicije u njih, te otuda proističe nužnost njihovog usmjeravanja i upravljanja. Poslovne organizacije postaju sve više intenzivne po pitanju znanja, pa upravljanje i razmjena znanja postaje veoma vrednovano.

Prava intelektualne svojine

Važan aspekt infrastrukture digitalne ekonomije su i prava intelektualne svojine. To podrazumijeva razumijevanje intelektualnih prava (IP), IP aspekte e-trgovine, e-poslovanja, IP prilikom projektovanja i izgradnje softvera, sajtova, Internet domena, patenata na e-komerc poslovanje, IP u distribuciji sadržaja na Internetu, IP u partnerstvu sa vladinim i obrazovnim institucijama, IP u međunarodnim transakcijama e-trgovine, e-poslovanja i dr.

Ljudski kapital i znanja radnika

Važnu komponentu digitalne ekonomije čini ljudski kapital, kolektivno znanje i vještine radne snage. To je suštinski faktor konkurentnosti savremenih poslovnih organizacija. Danas je poslovnim organizacijama potrebna radna snaga koja ima vještine za rad sa IKT kako bi bile konkurentne na međunarodnim tržištima. E-spremnost neke poslovne organizacije zavisi i od ljudskog kapitala koji obuhvata IT stručnjake, stručnjake za veb-ekspertize i sl. Ljudski kapital se ogleda u znanju radnika, a opisuje se kao sposobnost manipulacije simbolima, a ne mašinama.

Istraživanje i razvoj

Za digitalnu ekonomiju su veoma važna istraživanja koja počivaju na povezivanju istraživača poslovnih organizacija, univerziteta, instituta, poslovnih udruženja, javnom sektoru, privatnom sektoru, poslovnim agencijama, kupcima, dobavljačima, regulatorima, poslovnim konsultantima, finansijskim institucijama, menadžerima, zaposlenima i javnosti u cjelini. Između tih entiteta javlja se digitalna komunikacija i razmjena znanja promovišući tako projekte za istraživanje i razvoj u IKT. Za ekonomski rast u digitalnoj ekonomiji važne su i nove tehnologije.

³ Stephen M. Mutula, Digital economies : SNEs and E-Readiness, Business Science Reference, New York, 2010.

Nove tehnologije

U razvoju digitalne ekonomije od ključne važnosti je primjena novih tehnologija. Široku podršku su već dobile tehnologije kao što su Wi-Fi, Wi-Max, Bluetooth i Voice over IP (VoIP). Wi-Max je skraćena za world wide interoperabilnost za mikrotalasni pristup, a odnosi se na širokopojasni bežični pristup. Ova tehnologija je korisna za proširenje fiksne telefonske veze. Takođe se primjenjuje u mobilnim uređajima, laptop računarima i drugom sličnom hardveru.

Bluetooth tehnologija omogućava inteligentnu, brzu i jeftinu bežičnu komunikaciju između uređaja, omogućava roaming i može da podrži bežične miševе i web kamere. VoIP, sa druge strane, je Internet telefonija koja koristi efikasne i jeftine Internet protokole za saobraćajnice glasa preko mreže kompanije.

III. KONCEPT DIGITALNE EKONOMIJE

Koncept informacionog društva nije nov i prije pedesetak godina govorilo se o „industriji znanja“ i pretpostavljalo se da će „elektronske industrije“, a posebno informacije, komunikacije i obrazovanje biti od ključnog značaja za strukturne transformacije industrijskog društva. Postindustrijsko društvo je već karakterisalo sve veće učešće informatičkog sektora u odnosu na proizvodnju. Proizvodnja zavisi i od informacija, a ne samo od sirovina i energije. U industrijskom društvu robe su proizvedene uz podršku mašina, a u postindustrijskom društvu odnosno u informacionom društvu proizvodnja je usmjerena na informacije i znanje putem informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT). Danas je na sceni, gotovo za sve sektore, transformacija iz industrijske ekonomije u ekonomiju znanja koja se u velikoj mjeri oslanja na informacije.

Svejedno, govorimo li o informacionom društvu, digitalnoj ekonomiji ili ekonomiji znanja, govorimo zapravo konceptima koji su zasnovani na računarima i znanjima koje je u njih inkorporirano. Informaciono društvo karakteriše rast naučnog i ne-naučnog znanja, tehnika zasnovanih na znanju, vrsta mehanizovanog znanja, potom širenje informacionog sektora, povećanje investicija u tehnički razvoj, što sve zajedno dovodi do „eksplozije informacija“.

Društvo znanja ima sve više proizvoda sa ugrađenom inteligencijom i transformacijom organizacija u organizacije zasnovane na znanju. Ključni aspekt informacionog društva je odnos između proizvodnje znanja i primjene znanja kroz učenje. Tehnološku osnovu za novo, informaciono društvo pruža Internet kao globalna mreža. Nastaju novi poslovni modeli kojim se omogućava brza i efikasna realizacija poslovnih procesa a posledično, građanima se omogućava kvalitetniji način života.⁴

⁴ Šire : Dr Gordana Lazarević, Uticaji IT informacionog društva na društveno-ekonomski razvoj.

IV. E-SPREMNOST

E-spremnost podrazumijeva mjeru sposobnosti zemalja da iskoriste informacionu podršku za ekonomski i društveni razvoj. S obzirom na značaj „e-spremnosti“ razvijeni su i brojni alati njenu za procjenu. Najčešće „e-spremnost“ obuhvata: brzinu pristupa konkurentnim tržištima, primjenu IKT u školama, državnim institucijama, preduzećima, zdravstvenim ustanovama, pitanja korisničke privatnosti i bezbjednosti na mreži, te vladinim politikama koje promovišu povezanost odnosno korišćenje mreže. Takođe, nerijetko „e-spremnost“ mjeri se i neophodnom fizičkom infrastrukturom (propusni opseg), pouzdanošću, pristupačnim cijenama te integrisanim IKT u svim sferama ljudske djelatnosti. S tim u vezi značajna su i pitanja koja se odnose na globalnu rasprostranjenost interneta, nivo implementiranosti e-trgovine, nivo tehnoloških dostignuća i sl. Svakako da bi visoka „e-spremnost“ podrazumijevala pristup sa velikim brzinama, visok kvalitet mreže, korišćenje IKT u svakodnevnom životu, visok nivo informatičke pismenosti, upravljanje znanjem, snažna fizička infrastruktura te intenzivno obavljanje poslovnih i komercijalnih transakcija putem Interneta.

Mogli bismo utvrditi da su IKT glavni faktor uticaja na ekonomski razvoj i inovativnost odnosno povećanja efikasnosti rada, ekonomskog rasta, zaposlenosti i podizanja kvaliteta života građana. Da bi se razvoj informatičkog društva i ostvario, potrebno je preduzeti aktivnosti na uspostavljanju institucionalnog okvira kroz izgradnju i promjenu regulative kao i usvojiti politike i strategije koje se odnose na infrastrukturu elektronskih komunikacija. Nadalje, potrebno je vršiti snažno promovisanje radi primjene IKT u upravi, zdravstvu, obrazovanju, realnom sektoru i sl. A sve radi uvjerenja da bi *nova ekonomija* mogla obezbijediti rast, produktivnost i zapošljavanje. Sve zemlje u okruženju su donijele nacionalne strategije u kojima su naznačeni prioriteti i uputstva za razvoj informacionog društva. Uglavnom, prioriteti se odnose na oblasti elektronskih komunikacija, e-uprave, e-trgovine, e-marketinga, e-zdravstva, e-pravosuđa, te primjenu IKT u nauci, kulturi, inovacijama, poslovnom sektoru i sl. Takođe, strategijama su obuhvaćena i značajna pitanja koja se odnose na informacionu bezbednost, cyber-kriminal, visokotehnološki kriminal, naučno-istraživački i razvojni rad u oblasti informacione bezbjednosti.

Nivo korišćenja IKT te mogućnosti za razvoj, pokazuju stepen razvijenosti informacionog društva u jednoj zemlji. Svake godine, svjetski ekonomski forum, tzv. NR (Network Readiness) indeksom vrši rangiranje zemalja u cilju sagledavanja nacionalne konkurentnosti. Sagledavanja nacionalne konkurentnosti po pitanjima „e-spremnosti“ omogućavaju vladama zemalja, na osnovu primjera dobre prakse drugih zemalja, da preduzmu adekvatne mjere, aktivnosti i strategije radi poboljšanja u ovoj oblasti.

Tabela 1. Zemlje zapadnog Balkana rangirane prema indeksu NR (Network Readiness) 2013

Zemlja	Rang prema indeksu NR
Crna Gora	48
Hrvatska	51
Makedonija	67
Bosna i Hercegovina	78
Srbija	87

Izvor : World Economic forum , The Global Information technology Report 2013

Objelodanjeni rezultati sprovedenog istraživanja (rangiranja) upućuju na odlučnu akciju ka postizanju digitalnih vještina, kompetencija i infrastrukture. Neka druga istraživanja odnose se na implementaciju digitalne ekonomije u malim i srednjim preduzećima i u njima je pokazana neraskidiva veza između digitalne ekonomije, „e-spremnosti“ i njihove uspješnosti.

Mala i srednja preduzeća se dominantno oslanjaju na digitalne tehnologije pri obavljanju elektronskih poslovnih transakcija. Da bi bila uspješna, takva preduzeća nužno moraju stvoriti digitalno okruženje u kome dominiraju znanje i inovacije. Očigledno je da je informaciono društvo od suštinske važnosti za proizvodnju i uopšte ekonomiju. Iz pregleda datih u tabelama lako se uočava da je razlika u nivou razvijenosti država u direktnoj korelaciji sa razlikom u nivou primjene IKT. Narastajući digitalni jaz između razvijenih zemalja i zemalja u tranziciji karakterističan je i za velika i mala preduzeća, uspješna i neuspješna, gradske i ruralne sredine i sl. Nužnost izgradnje snažne IKT infrastrukture, zakonske i institucionalne osnove je više nego očigledna.

V. OSOBINE DIGITALNE EKONOMIJE

Novu ekonomiju karakterišu raznovrsni fenomeni u globalnom poslovnom okruženju uključujući i globalizaciju, digitalizaciju, virtuelizaciju i disintermeditaciju⁵. Granica gotovo da i nema i granice su sada tu gdje se nalaze elektronska ograničenja za obavljanje poslovnih transakcija. Digitalizacija je ukinula potrebu za posredovanjem – robe i usluge ne moraju biti samo materijalne i pojavljuje se čitav niz digitalnih proizvoda.

Virtuelizacija je učinila nebitnim fizičku lokaciju i neposrednost. Poslovne transakcije se odvijaju u virtuelnom okruženju. Disintermeditacija je omogućila da potrošači mogu da zaobiđu posrednike, trgovce odnosno da mogu direktno da pristupe proizvođaču. Razvijeni su kompleksni modeli progresije podataka u informacije, informacije u

⁵ Stephen M. Mutula, Digital economies : SNEs and E-Readiness, Business Science Reference, New York, 2010

znanja i znanja u mudrost. Jednom oplemenjeni podaci evoluiraju u informaciju što se može iskoristiti za donošenje valjanih odluka. U narednoj fazi dolazi se do znanja kao derivata informacije. Na kraju modela dolazi se do mudrosti što pretpostavlja sposobnost da se spozna ili odredi šta je dobro, istinito i razumno.

Nova, odnosno, digitalna ekonomija karakteriše se znanjem i informacijom kao osnovnim vrijednostima za proizvodnju i potrošnju. Oni koji žele poboljšati svoje rezultate moraju raspolagati pravim informacijama i znati upravljati znanjem. Ljudska domišljatost postaje najvažnija osobina digitalne ekonomije. Upravljanje znanjem ili menadžment znanja (MZ) postaje neophodno za rast digitalne ekonomije, a svodi se na skupljanje organizacionih praksi vezanih za generisanje, bilježenje i širenje vještina i tzv. know-how.

Uspješnost upravljanja znanjem u dobroj mjeri zavisi od alata kojima se olakšava proizvodnja znanja, rekonstrukcija, interpretacija, kontekstualizacija i primjena. Upravljanje znanjem ozbiljnije je zaživjelo sa tehnološkim napretkom i rastućom svijesti o tome da su informacije i znanje strateški resursi. Dakle, digitalna ekonomija je u osnovi zasnovana na znanju i gdje znanje suštinski utiče na konkurentnost organizacije. Kao mogućnost unapređenja produktivnosti i efikasnosti organizacije, javlja se znanje i upravljanje znanjem.

VI. IZAZOVI DIGITALNE EKONOMIJE

U nastojanju da se snažnije koristi Internet i e-poslovanje organizacije se suočavaju sa različitim izazovima koji variraju od zemlje do zemlje odnosno od sektora do sektora. Najčešće se pominje da je nemogućnost primjene Interneta u poslovanju zbog nepovoljnog okruženja, slabe infrastrukture, slabih ICT vještina, visokih troškova koji se odnose na fizičku opremu, mrežu i softver, te nepovjerenja u elektronske transakcije.

Izazovi u vezi sa Internetom

Uglavnom, problem se svodi na nemogućnost kupovine i održavanja širokopojsnog opsega (broadband) i nemogućnost sprovedena bezbjednosnih mjera zbog ograničenih resursa. Pitanja bezbjednosti se najčešće ističu kao ključna prepreka za implementiranje e-trgovine. Brojni otpori su posljedica straha i nepoznavanja mogućnosti novih IKT. Nova ekonomija je u velikoj mjeri zasnovana na Internetu kao globalnoj računarskoj mreži, ali nevolja je u tome što ne postoji neko centralno koordinaciono tijelo za sam Internet kome bi se korisnici obraćali za pomoć u slučajevima kada imaju teškoće u korišćenju.

Porast cyber kriminala uliva dodatno nepovjerenje. Priroda veb-tehnologija je takva da predstavljaju kombinaciju srodnih tehnologija uključujući servere, komunikacione veze, softver, uređaje za krajnje korisnike i sl., što za korisnika može

biti otežavajuće i za korišćenje i za održavanje. Dodatno se sve usložnjava sa pitanjima koja se odnose na pravno obavezujuće sporazume načinjene putem interneta. Negarantovanje pouzdanosti djeluje odbijajuće na korisnike internet transakcija, a naročito u uslovima kada su oni već koristili elektronsku razmjenu podataka (EDI) koja nudi mnogo veću sigurnost.

Povećana sigurnost EDI u odnosu na Internet transakcije leži u činjenici da se EDI transakcije uglavnom obavljaju putem privatnih mreža (VAN mreže) kao i zbog toga što će u slučajevima kada nastane problem jasno biti identifikovan mrežni provajder koji je odgovoran za rješavanje problema.

Izazovi e-trgovine

Ova vrsta izazova može se smanjiti na dosta niži nivo ukoliko se izrade kvalitetni korisnički interfejsi za e-trgovinu. Nadalje, ako e-uprava (e-government) ne obezbijedi kvalitetne i prihvatljive interfejse korisnicima, to će rezultirati značajnim povećanjem troškova i uticaće na nivo primjene aplikacija iz oblasti e-trgovine. Ovo je naročito u vezi sa pravnim pitanjima u slučajevima sporova po transakcijama koje su nastale putem e-trgovine. Virtuelno okruženje čini znatno težim ustanovljavanje ko su ugovorne strane i koja regulativa je važeća. Pravni vakum ili neizvjesnost djeluje loše na potencijalne korisnike i udaljava ih od e-trgovine.

Problemi bezbjednosti su i ovdje naglašeni, naročito oni u vezi sa bezbjednosti prilikom plaćanja kreditnim karticama. Bitna pitanja odnose se na elektronski potpis, elektronski dokument, politike bezbjednosti informacija kao i druga važna pitanja kojima se pravno reguliše oblast e-trgovine. Velika neizvjesnost u pogledu bezbjednosti i pravnom strukturom e-trgovine čini nužnim značajnije investiranje kako bi se razvilo i održalo povjerenje korisnika u novu ekonomiju.

Izazovi u vezi politika, nadležnosti i zakona

Kada se elektronske transakcije obavljaju između različitih zemalja, dolazi do dodatnih komplikacija koje se odnose na različite propise u oblasti trgovine. Čak i tamo gdje su zakoni isti ili u većoj mjeri harmonizovani nastaju teškoće zbog različitog tumačenja zakonskih odredbi. Komisija Ujedinjenih nacija za međunarodno trgovinsko pravo – UNCITRAL (*The United Nations Commission on International Trade Law*) ima zadatak da uskladi odnosno harmonizuje različite zakonske propise u ovoj oblasti kako bi se, između ostalog, unaprijedila implementacija e-trgovine. OECD-a (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) je usvojio politiku prema kojoj države članice pristaju na neutralnost pri oporezivanju, efikasnost, sigurnost i jednostavnost, te pravičnost i fleksibilnost. Što se tiče pravila oporezivanja, tu se problem svodi na oporezivanje poslovnih aktivnosti koje se odvijaju u vlastitoj zemlji i dvostruko oporezivanje. Dodatne

teškoće nastaju jer e-trgovina funkcioniše u okruženju bez granica.

S obzirom na važnost i prirodu prikupljanja poreskih i carinskih prihoda, trgovinske i poreske politike, teško se usklađuju sa prirodom elektronskih transakcija. Zakoni i propisi koji se odnose na potrošača ne mogu da se koriste u zemljama odakle potiče prodavac. Regulatorni organi s tim u vezi imaju još uvijek neprevaziđene barijere i možemo utvrditi da ovaj problem nije još uvijek adekvatno riješen. Iz ovoga proističe nužnost jake saradnje između regulatornih tijela različitih zemalja kako ove barijere ne bi sputavale velike ekonomske potencijale digitalne ekonomije.

Kupci (potrošači, građani) kao učesnici u elektronskoj trgovini kod modela biznis (preduzeće) – kupac (potrošač, građanin) odnosno B2C modela veoma teško mogu da znaju da dodatne obaveze prilikom realizacije ovakvih transakcija. To se naročito odnosi na carinske dadžbine jer čak ni dobro obaviješteni kupci i dobro obaviješteni prodavci ne mogu znati carinske propise svih zemalja čiji učesnici obavljaju elektronske transakcije. U tom smislu, možemo reći da e-trgovina, u dobroj mjeri, podriva primjenu domaćih i nacionalnih poreskih propisa za proizvode i usluge koji mogu da budu digitalizovani i koji se isporučuju posredstvom mreže on-line. Postoji opravdana bojazan preduzeća koja obavljaju transakcije putem e-trgovine da bi moglo doći do pretjerane regulative u pogledu korišćenja Interneta odnosno do, na neki način, *cenzure* poslovanja putem Interneta.

Mnoge vlade zemalja podržavaju internet kao tržišno vođenu, a neuređenu platformu. Drugim riječima, poželjno je uzdržavanje od donošenja propisa koji striktno uređuju poslovanje putem interneta. Smatra se da bi se ponašanje na Internetu moglo urediti kroz privatno i zajedničko djelovanje a ne kroz državne propise i regulativu. Cilj bi bio da korisnici zaštite svoju privatnost, kontrolišu sadržaj elektronskih poruka i zaštite se od neprimjerenog ponašanja nekih učesnika e-trgovine. Vlade zemalja bi trebale da obezbijede povoljno okruženje u kome se odvijaju elektronske transakcije vodeći posebno brigu o uklanjanju ograničenja u primjeni ICT, a kojima se sputava rast i razvoj preduzeća. Dakle, potrebne su progresivne politike i strategije, napredno zakonodavstvo kako bi učesnici e-trgovine mogli nesmetano koristiti prednosti digitalnog načina poslovanja.

ZAKLJUČAK

Razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) zahtjeva fundamentalno drukčiji oblik ekonomije. Nova ekonomija je dinamička, umrežena, globalna uz snažnu ekspanziju usluga i znanja kao resursa. Ta Nova ekonomija je *digitalna ekonomija* i sastoji se iz brojnih komponenata među kojima su najvažnije: Vlada, politike i regulativa, Internet, telekomunikaciona industrija, e-poslovanje, sistemi upravljanja znanjem, ljudski kapital i znanja radnika,

te istraživanje i razvoj novih tehnologija. Vlade zemalja (pa i naša) treba da intenzivno rade na realizaciji aktivnosti definisanih nacionalnom strategijom razvoja informacionog društva kako bi se preveliki „digitalni jaz“ u odnosu na razvijene zemlje smanjio. To podrazumijeva brojne aktivnosti na izgradnji infrastrukture IKT, uvođenju novih e-servisa u oblasti uprave, javnog sektora, školstva kao i na razvoju domaće IT industrije.

Prema opšteprihvaćenim mjerenjima „e-spremnosti“ BiH, prema rangiranju po tzv. NR indeksu zauzima najlošije pozicije među zemljama zapadnog Balkana, koje su i same veoma loše pozicionirane. Visoka korelacija između ekonomske i društvene razvijenosti sa jedne strane i „e-spremnosti“ sa druge strane nalaže hitne aktivnosti na unapređenju e-poslovanja i razvoja informacionog društva. Digitalna ekonomija može obezbijediti nove poslove i nova radna mjesta, obezbjeđuje konkurentnost i transparentnost, donosi ekološke prednosti, jača demokratiju i značajno mijenja stil života i rada uz pomoć IKT.

LITERATURA

- [1] Branko O. Krsmanović, Izazovi digitalne ekonomije, VIII Međunarodni Simpozijum i korporativnom upravljanju, Banja Vrućica, 2013.
- [2] Branko O. Krsmanović, Stanislav R. Polić, Informacione tehnologije u računovodstvu i reviziji, Bijeljina, 2008.
- [3] Mayurakshi Ray, Parthasarathy Ramaswamy GTAG 7 - Global Technology Audit Guide: Information Technology Outsourcing, The Institute of Internal Auditors mart 2007.
- [4] Stephen M. Mutula, Digital economies : SNEs and E-Readiness, Business Science Reference, New York, 2010.
- [5] Chris Davis, Mike Schiller and Kevin Wheeler, IT revizije Savez računovođa i revizora Srbije, 2008.
- [6] Dr Gordana Lazarević, Uticaji IT informacionog društva na društveno-ekonomski razvoj, Izvorni naučni članak, UDK:681.518:330.34, JEL:D83, F63, 2012.
- [7] Nimrod Kozlovski, A Paradigm Shift in Online Policing – Designing Accountable Policing
- [8] Jan Eloff, Mariki Eloff, Information Security Management – A New Paradigm
- [9] David Coderre, Internal Audit, efficiency through automation, John Wiley&Sons Inc.New Jersey, USA, 2009.
- [10] Michael S. Mahoney, The History of Computing in the History of Technology, Program in History of Science Princeton University, Princeton, NJ (Annals of the History of Computing 10(1988), 113-125)

РАЧУНОВОДСТВЕНИ ИНФОРМАЦИОНИ СИСТЕМ У ФУНКЦИЈИ УПРАВЉАЊА КОРПОРАЦИЈАМА

THE ROLE OF THE ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS IN CORPORATE MANAGEMENT

Проф. др Љиљана Дмитривић Шапоња, Саша
Граворац, мр Сунчица Милутиновић

Департман за финансије, банкарство, рачуноводство и
ревизију, Универзитет у Новом Саду, Економски
факултет Суботица, Република Србија

Резиме: *Управљање корпорацијом представља изузетно сложену и захтевну активност која се поставља пред менаџмент корпорација. У циљу обезбеђења континуираног раста, развоја и подизања пословне ефикасности корпорација, менаџменту су потребне релевантне, поуздане и благовремене информације. Информације у данашњим условима пословања представљају ресурс без којих се не може реализовати адекватно пословно одлучивање. Поменути информације обезбеђује само добро постављен и организован рачуноводствени информациони систем ради што бољег пословања и управљања корпорацијама. У раду ће се презентовати основне карактеристике добро постављеног рачуноводственог информационог система, указаће се на детерминанте процеса корпоративног управљања, као и на улогу и значај рачуноводственог информационог система у обезбеђивању адекватног корпоративног управљања, а што треба да се манифестује унапређењем квалитета пословања корпорација и њиховом бољем позиционирању на све неизвеснијем, и по корпорације, сложенијем тржишту оптерећеном бројним ризицима којима су оне изложене на истом.*

Кључне ријечи: *рачуноводствени информациони систем, корпорација, корпоративно управљање, ризици, перформансе*

Abstract: *Corporate management is an extremely complex and demanding activity encountered by the corporate management. In order to secure continuous growth and development and raise their corporations' operating efficiency, the management requires relevant, reliable and timely information. In the current business circumstances, information is an indispensable resource for appropriate business decision making. This information is provided only by*

well-arranged and organised accounting information system, aimed at maximum-quality operation and corporate management. This article will present the basic characteristics of a well-arranged accounting information system, point to the determinants of the corporate management process, and finally, the role and importance of accounting information system in providing good corporate management, which should be manifested through enhanced operation of corporations and their better positioning on the insecure market, increasingly complex for corporations burdened by numerous risks they face in such a setting.

Keywords: *accounting information system, corporation, corporate management, risks, performance*

УВОД

Рачуноводствени информациони систем као најважнији извор података у свакој корпорацији у савременим турбулентним условима пословања добија све више на значају. То пре свега произлази из све већег степена неизвесности са којим се корпорације у свом пословању суочавају. Захваљујући рачуноводственом информационом систему корпорације могу у извесној мери ову неизвесност смањити и на тај начин своје пословање унапредити. Информације у савременим тржишним условима представљају главни ресурс сваке корпорације и истовремено значајни извор компаративне предности.

Са друге стране подаци које рачуноводствени информациони систем обезбеђује су потребни успешном процесу корпоративног управљања. Доношење квалитетних пословних одлука захтева добру информациону основу коју управо обезбеђује рачуноводствени информациони систем. Због тога, менаџери у савременим условима пословања у доношењу бројних пословних одлука, пре свега стратешке природе консултују информације које обезбеђује рачуноводствени информациони систем. Самом чињеницом да од добро постављеног рачуноводственог информационог система зависи квалитет продукованих пословних одлука, јасно је да је интерес читаве корпорације да овај систем буде правилно изграђен и постављен на здравим основама. Рачуноводствена професија својим професионалним понашањем, такође, треба да допринесе квалитетном раду рачуноводства у оквиру корпорације, тако што ће задатке који се постављају пред њу обављати са високом дозом одговорности, водећи рачуна о етичким нормама и угледу професије.

1. ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ, ПРИРОДА И СУШТИНА КОРПОРАТИВНОГ УПРАВЉАЊА

Успех и изградња сваког система почива на квалитетном управљању. Успешно управљање је претпоставка опстанка, развоја и континуираног напретка сваке организације. Оно нарочито долази до изражаја када су у питању савремени пословни системи, а пре свега корпорације. Управљање корпорацијом или корпоративно управљање представља изузетно сложену и захтевну активност која се поставља пред менаџмент корпорације. Она, пре свега, подразумева свакодневно доношење пословних одлука које треба да обезбеде развој и напредовање корпорације, као и елиминисање високог степена ризика и неизвесности који су пратиоци савременог тржишног амбијента.

О корпоративном управљању присутне су бројне дефиниције, али једна од најчешће коришћених дефиниција корпоративног управљања је да оно подразумева скуп правила, принципа и механизма како се управља и контролише пословање корпорација. Корпоративно управљање укључује како одређене законске прописе којима је регулисано, затим опште акте самог привредног друштва, као и добру пословну праксу саме корпорације. Изградња ефикасног система корпоративног управљања представља комплексан процес који многе корпорације доживљавају као терет који се пред њих поставља. Често се у развој успешног система корпоративног управљања укључује држава својом законском регулативом, јер је и самој држави од изузетног значаја успех пословања корпорација, будући да се то директно одражава на привредну активност земље и њен константни привредни развој. Инвеститори, кредитори и остали стејхолдери су заинтересовани за успешно функционисање система корпоративног управљања, јер је то на извесни начин гаранција њихових легитимних интереса у датој корпорацији. То само потврђује да је изградња успешног система корпоративног управљања сложен процес, али да су користи од његовог успешног функционисања многоструке. Дате користи од добро постављеног система корпоративног управљања се могу класификовати у четири основне групе (http://www.pks.rs/Documents/Slu%C5%BEba%20za%20informisanje/Nacr%20Kodeksa_FINAL.pdf, датум приступа: 24.03.2013.):

1) Бољи и квалитетнији учинак – укупни учинак пословања корпорација се значајно увећава, пре свега кроз рационализацију процеса који се одвијају у корпорацијама. Подиже се квалитет донетих пословних одлука јер су канали одлучивања прецизно дефинисани, систем надзора постаје знатно ефикаснији и квалитетнији,

обезбеђује се боља усклађеност са законским процесима и уопште унапређује квалитет пословања.

2) Лакши приступ тржиштима капитала – добро устројен систем корпоративног управљања обезбеђује боље позиционирање корпорација на тржиштима капитала. Већи степен транспарентности, поузданости информација на свим нивоима, као и њихова благовременост и потпуност су пратећи елементи доброг корпоративног управљања, а то омогућава већу заинтересованост и спремност инвеститора да улажу у одређену корпорацију. То произлази из чињенице да инвеститори свој интерес могу јасно да идентификују и са високим степеном сигурности пласирају своја средства.

3) Бољи услови за обезбеђење новог капитала – ефикасан систем корпоративног управљања даје корпорацијама веће могућности за прибављање јефтинијег капитала на финансијском тржишту. Цена капитала је директна последица ризика којем је инвеститор изложен приликом улагања свог капитала у одређени субјект. Та цена капитала је продуктована системским ризиком који делује на макро нивоу, као и ризиком детектованом на нивоу саме корпорације. Унапређујући квалитет укупног корпоративног управљања, корпорације могу значајно смањити ризик који је њима специфичан и тако делујући на микро нивоу обезбедити прибављање јефтинијег капитала за своје потребе. Колико је постојање добре праксе корпоративног управљања значајно, најбоље сведочи чињеница да бројне међународне финансијске институције попут Међународне финансијске корпорације, Европске банке за обнову и развој приликом пласирања својих средстава захтевају постојање Кодекса корпоративног управљања и његове ефикасне имплементације у пословној пракси.

4) Боља репутација и већи углед у пословном окружењу – репутација и углед корпорација у савременим пословним условима представљају значајну претпоставку успешног пословања. Заправо, колики је њихов значај најбоље сведочи чињеница да су они интегрални део имовине сваке корпорације. Корпорације које уредно извршавају обавезе према повериоцима, своје пословање транспарентно и на поузданим основама презентују јавности, те поштују права и интересе запослених уживају већи углед на тржишту што је у директној вези са њиховим успешним пословањем. Због тога је рад на унапређењу репутације и постизању већег угледа на тржишту неопходна активност коју свака корпорација треба да предузме.

Егзистенција ефикасног система корпоративног управљања захтева укључивање свих нивоа менаџмента унутар корпорација, као и запослених у његову изградњу. Да би се то постигло, неопходно је да сви запослени схватају значај и

користи које могу остварити захваљујући добро организованом корпоративном управљању. То је навело многе корпорације да сачине Кодекс корпоративног управљања којима су регулисана сва питања везана за успешну егзистенцију система корпоративног управљања. У домицилним пословним условима у којима је само корпоративно управљање у повоју утицало је да само мали број корпорација има изграђен дати Кодекс. Београдска берза, Привредна комора Србије и привредна друштва чије се акције котирају на берзи су први почели са изградњом свог Кодекса корпоративног управљања и представљају светле примере донекле имплементираног система корпоративног управљања. Уважавајући ову чињеницу Привредна комора Србије је своје напоре усмерила ка изградњи јединственог Кодекса корпоративног управљања за сва привредна друштва, било да припадају категорији акционарских или друштава са ограниченом одговорношћу. Овај Кодекс би требао, по очекивањима Привредне коморе Србије, значајно да унапреди праксу корпоративног управљања на нивоу Републике Србије и тиме омогући корпорацијама да пруже адекватан одговор изазовима савременог пословног окружења.

Имплементација ефикасног система корпоративног управљања унутар корпорације подразумева креирање адекватних одговора на неколико главних питања која су се појавила у оквиру корпоративног управљања (Микеревић, 2005: 356):

- Претпоставка добро постављеног система корпоративног управљања је егзистенција баланса моћи у оквиру Одбора директора који управљају корпорацијом. То захтева стварање таквих нормативних оквира у оквиру којих ни један извршни директор или групација неће моћи имати доминантан утицај.

- Стварање предуслова да сваки извршни директор буде поштено награђен за своје резултате, као и изградња стратегије награђивања којом појединци (како менаџери, тако и извршиоци), треба да буду адекватно награђени за своје резултате. Пословна пракса је показала да похлепа извршних директора који сами себи одређују високе премије негативно се одражава на пословање корпорације и мотивацију свих запослених. Ова ситуација изискује стварање добре стратегије награђивања која ће подстицајно деловати на све запослене у корпорацијама.

- Обезбеђивање независне екстерне ревизије финансијских извештаја корпорација. Јавно поверење и кредибилитет финансијских извештаја корпорација су претпоставка добре позиције корпорације на тржишту, раста угледа и репутације корпорације, а што је директна претпоставка веће заинтересованости инвеститора

за корпорацију с једне стране и прибављања јефтинијег капитала са друге стране.

- Изградња ефикасног система корпоративног управљања захтева постојање високог степена социјалне одговорности, бригу о запосленима, те њихову заштиту од малтретирања и злостављања на радном месту, као и висок степен пословне етике у корпорацији.

Опредељење корпорације ка изградњи ефикасног система корпоративног управљања захтева предузимање читавог низа активности, а истовремено и решавање читавог низа проблема. У оквиру изградње система корпоративног управљања неопходно је успоставити ефикасан систем управљања, затим успоставити ефикасну структуру управљања и поставити адекватне стандарде успешности менаџмента, те обезбедити претпоставке за постављање отворене и конструктивне корпоративне културе. У ситуацијама када изградњу корпоративног управљања прати недовољна стратешка усмереност менаџмента, мањак професионализма и недовољна стратешка контрола процес изградње система корпоративног управљања је изузетно сложен.

На простору Републике Србије процес изградње корпоративног управљања је у почетном стадијуму. Потешкоће са којима се суочавају домицилне корпорације су бројне. Како би овај процес могао несметано тећи, неопходно је да се читаво друштво укључи у његову ефикасну реализацију. Ту се пре свега мисли на државу и њене институције које треба да створе законски оквир који ће подстицати развој корпоративног управљања. Активан допринос овом процесу треба обезбедити стручна јавност и професионална удружења која треба да обезбеде стручну подршку и савете у изградњи ефикасног система корпоративног управљања. Али, и саме корпорације треба да уложе значајне напоре у реализацију ових процеса, користећи искуства развијених тржишних земаља, при томе стално имајући у виду чињеницу да ефикасан систем корпоративног управљања је у функцији њихове директне економско – финансијске користи.

2. РАЧУНОВОДСТВЕНА ФУНКЦИЈА – „БАЗА ПОДАТАКА“ КОРПОРАЦИЈАМА

Пословање корпорација у савременим условима се не може замислити без добро организоване рачуноводствене функције. Њен значај произлази из лепезе података који се у њу сливају и које она трансформише у информације и дистрибуира бројним корисницима. Улога рачуноводствене функције се огледа у обухватању, регистровању и информисању о свим значајним пословним догађајима вредносног карактера у корпорацији.

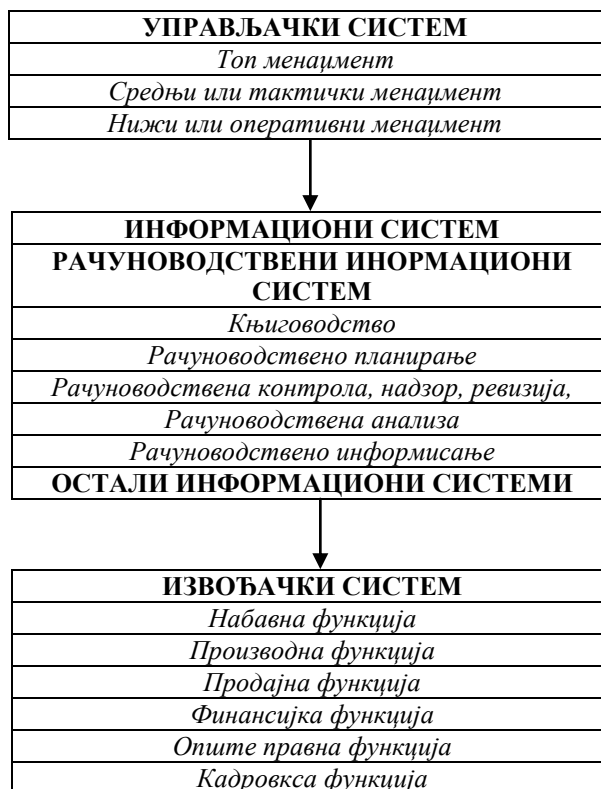
Често се неоправдано рачуноводство поистовећује са књиговодством (од стране оних који рачуноводство не познају довољно), што је заправо погрешно, јер је књиговодство само један сегмент рачуноводства. Због тога, гледиште по коме је РАЧУНОВОДСТВО=КЊИГОВОДСТВО представља погрешан приступ посматрању рачуноводства. Књиговодство је централни и најстарији део рачуноводства које представља његову базу и првенствено је окренуто ка прошлим подацима. Временом, са привредним развојем, рачуноводство је добијало све значајнију улогу, услед захтева и потреба тржишта за адекватним информацијама, оно се ширило и сада садржи: рачуноводствено планирање, рачуноводствену анализу, рачуноводствену контролу и рачуноводствено информисање. Стога, сви који књиговодство и рачуноводство поистовећују поседују само велики степен незнања.

Рачуноводство је много шири појам и у себи укључује поред књиговодства, и (Дмитровић Шапоња, Петкович, Јакшић, 2011):

- 1) рачуноводствено планирање – служећи се новчаним јединицама мере омогућује приказивање будућег пословања корпорација и представља супротност књиговодству које је усмерено на прошлост,
- 2) рачуноводствени надзор или контрола – усмерена је ка заштити интегритета средстава корпорација, обезбеђењу поузданих и благовремених рачуноводствених података бројним корисницима финансијских извештаја,
- 3) рачуноводствену анализу – представља део укупне пословне анализе корпорације и
- 4) рачуноводствено информисање – продукује рачуноводствене информације у циљу задовољавања потреба бројних корисника финансијских извештаја.

Свака корпорација може се посматрати као пословни систем, чији је један од саставних делова и рачуноводствени систем. Корпорација, да би као систем могла несметано да функционише, сви њени подсистеми морају бити добро повезани и међусобно компатибилни. Између пословних функција треба да постоји међусобна зависност и повезаност. Место и улогу рачуноводственог информационог система у корпорацији као систему најбоље илуструје следећа шема (Дмитровић Шапоња и сар., 2011: 9):

Шема 1. Место и улога рачуноводственог информационог система у пословном субјекту (корпорацији, прим. аутори) као систему



Анализирајући дату шему 1 уочава се да рачуноводствени информациони систем представља само један од система корпорације, поред управљачког система, извођачког система и сл. Информациони систем рачуноводства треба да обезбеди податке, како за управљачки информациони систем на бази којег ће он доносити своје пословне одлуке, тако и за извођачки систем. Са друге стране, рачуноводствени информациони систем користи податке извођачког и управљачког система, врши њихову обраду и ставља на увид свим заинтересованим странама које имају интерес да прате пословање корпорације.

Претпоставка успешног пословања сваке корпорације је добра међусобна сарадња сва три претходно поменута система. Кроз њихову тесну међусобну сарадњу остварују се циљеви корпорације. Рачуноводствена функција као саставни елемент ова три система прати кретање укупних средстава на нивоу корпорације и врши рачуноводствену контролу пословања свих организационих јединица унутар ње. Поменуто захтева од рачуноводствене функције тесну сарадњу са осталим функцијама које иста снабдева неопходним подацима с једне стране, а са друге стране, црпи неопходне податке од тих функција. Добро организована рачуноводствена функција треба да омогући податке који су претпоставка

економичног и рентабилног пословања корпорације. Таква рачуноводствена функција може да обезбеди информације неопходне менаџменту за успешно пословање, односно омогућује менаџменту корпорације следеће информације, које су претпоставка квалитетног доношења пословних одлука, а које су, с друге стране, предуслов опстанка корпорације (<http://web.efzg.hr/dok/OIM/inacinovic/PRED%20Organizacija%20poslovnih%20funkcija.pdf>, датум приступа: 25.03.2013.):

- 1) Периодичним извршењима у производњи,
- 2) Кретању средстава,
- 3) Изворима средстава и
- 4) Резултатима годишњег пословања.

Функција са којом рачуноводство најтешње сарађује јесте финансијска функција. Ове две функције су међусобно тесно повезане, па се врло често дешава у корпорацијама да су оне јединствене у организационом смислу. Такав степен повезаности произлази пре свега из предмета рада ове две функције.

Финансијска функција корпорација бави се пословима попут планирања и прибављања потребних новчаних средстава, затим рационалним коришћењем тих средстава, те анализом и контролом употребе тих средстава. У исто време рачуноводствена функција се бави обрадом тих података и снабдевањем финансијске функције свим неопходним подацима за њено успешно функционисање. Рачуноводствена функција по природи својих послова у корпорацијама врши информисање и контролу рада осталих функција.

Посматрајући организациони аспект рачуноводства у корпорацијама најчешће се уочавају следећа два облика организације рачуноводствене функције:

- 1) Самостална организациона јединица и
- 2) Саставни део друге организационе јединице, најчешће у саставу финансија.

Рачуноводствена функција у зависности од величине корпорације може бити организована као централизована и децентрализована. У данашњим пословним условима, када у домицилном привредном систему егзистира велики број малих и средњих пословних субјеката, они често ову функцију не организују у свом саставу, већ користе услуге професионалних агенција за вођење рачуноводства.

У савременој привредној пракси јављају се нови видови организације рачуноводства, који се пре свега заснивају на економичности у самој организацији рачуноводства, а они су

(<http://www.vikrevizija.hr/usluge/organizacija-racunovodstva.html>, датум приступа: 26.03.2013.):

1. In–House (рачуноводствена служба),
2. Outsourcing (услуге рачуноводствене агенције) и
3. Комбинација кроз хонорарни рад и услуге трећих лица.

In–house model организације рачуноводствене функције подразумева да се рачуноводствена функција налази у оквиру саме корпорације, која обавља све послове за потребе исте, запошљава адекватне кадрове и представља саставни сегмент њене организационе структуре. Outsourcing модел организације рачуноводствене функције данас је готово доминантан, будући да егзистира све већи број малих и средњих пословних субјеката, којима се (имајући у виду трошковни аспект) не исплати организовање сопствене рачуноводствене службе, те стога користе услуге професионалних агенција за рачуноводство, које прате њихово пословање и евидентирају све рачуноводствене послове за њих уз одговарајућу надокнаду. Трећи модел приступа организацији рачуноводствене функције подразумева ангажовање рачуновођа који су у пензији или су већ запослени у неком другој организацији за обављање рачуноводствених послова.

Ефикасан рад рачуноводствене функције изискује стручне кадрове адекватних профила. Кадрови су, заправо сама срж и суштина рачуноводствене функције. Професионално оспособљени и едуковани кадрови могу квалитетно да обављају постављене задатке. Веома је важно константно усавршавање поменутих кадрова и њиховог прилагођавања силним изменама и допунама законских прописа у турбулентном пословном окружењу, а све у циљу успешног деловања и функционисања рачуноводствене функције. Поново подвлачимо чињеницу да су заправо рачуноводствени кадрови темељ успешног реализовања задатака који се пред рачуноводствену функцију постављају. Рачуновође при реализацији задатака који се пред њих постављају треба да се придржавају строгих етичких захтева, професионализма и ефикасности, као и законских прописа и аката професионалне регулативе. Једино на тај начин могу да допринесу већем угледу саме професије.

3. ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈИ У ФУНКЦИЈИ КОРПОРАТИВНОГ УПРАВЉАЊА

Главни продукти рачуноводствене функције су финансијски извештаји који треба да пруже квалитетне и релевантне рачуноводствене информације бројним корисницима

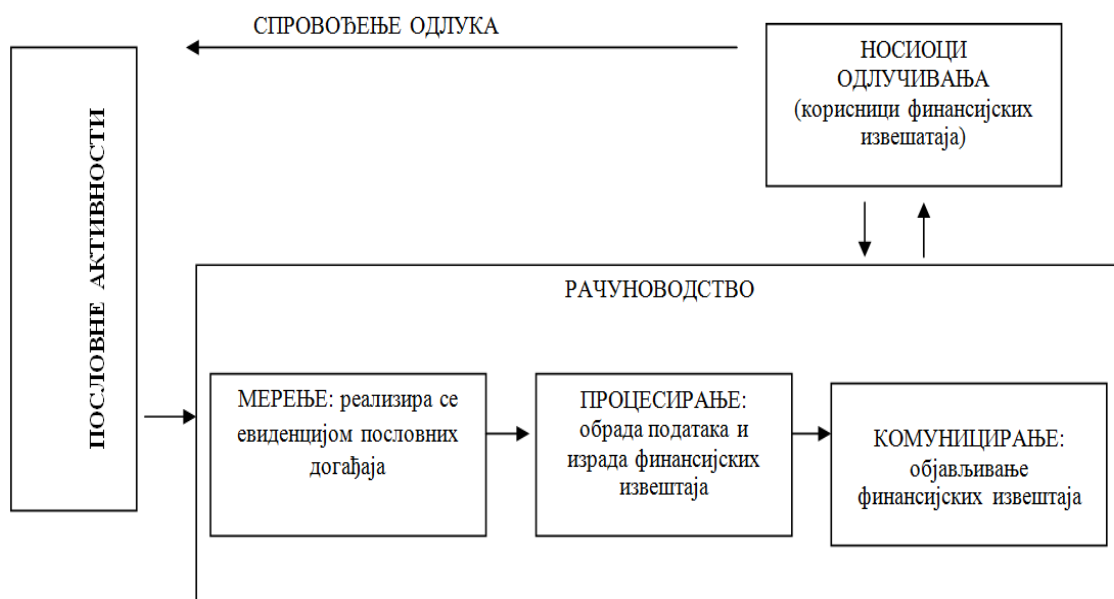
рачуноводствених информација. Да би финансијски извештаји били поуздан репрезент стања корпорације, неопходно је да информације које се користе за њихово састављање буду поуздане и релевантне, засноване на адекватној документационој основи.

Посматрајући актуелну законску регулативу финансијског извештавања уочавамо да сет финансијских извештаја које пословни субјект треба да продукује на крају сваке пословне године (31.12.) обухвата (Закон о рачуноводству и ревизији, Сл. гласник РС 46/06 и 111/09, члан 25):

- 1) Биланс стања – представља преглед стања имовине, обавеза и капитала на одређени дан,
- 2) Биланс успеха – је преглед прихода, расхода и резултата које је пословни субјект (корпорација, прим. аутори) остварио за одређени временски период,
- 3) Извештај о токовима готовине – презентује податке о примањима и издавањима готовине и готовинских еквивалената током одређеног временског периода,
- 4) Извештај о променама на капиталу – идентификује промене на капиталу током одређеног обрачунског периода,
- 5) Напомене уз финансијске извештаје – пружају, пре свега, податке о основама за састављање финансијских извештаја, примењеним рачуноводственим политикама и друга обелодањивања која се захтевају Међународним рачуноводственим стандардима / Међународним стандардима финансијског извештавања и домицилном законском регулативом.
- 6) Статистички анекс – пружа податке статусног и статистичког карактера.

Посматрајући актуелни Закон о рачуноводству и ревизији уочавамо да сет финансијских извештаја који је њиме предвиђен донекле одступа од сета који се захтева Међународним рачуноводственим стандардом 1 – Презентација финансијских извештаја. Према одредбама овог стандарда сет финансијских извештаја које корпорација треба да обелодани обухвата: Извештај о финансијској позицији на крају периода, Извештај о укупном резултату за период, Извештај о променама на капиталу за период, Извештај о токовима готовине за период, Напомене, које чине кратак преглед примењених рачуноводствених политика и друга неопходна објашњења и Извештај о финансијској позицији на почетку најранијег упоредног периода када ентитет примењује рачуноводствену политику ретроспективно или врши ретроспективно преправљање ставки у финансијским извештајима, или када рекласификује ставке у финансијским извештајима.

Путем поменутих финансијских извештаја бројни корисници (интерни и екстерни) задовољавају своје потребе. Међу најзначајнијим корисницима финансијских извештаја су свакако менаџери који на бази њих темеље све своје пословне одлуке. Само поуздане и квалитетне рачуноводствене информације могу да представљају основу за доношење релевантних пословних одлука. Менаџери на бази података садржаних у њима анализирају пословање, уочавају извесне мањкавости, сагледавају ниво и динамику кретања трошкова и сл. Иако су ови подаци историјског карактера, они представљају основу за пројекцију будућег пословања корпорације. Најбољу илустрацију претходно изнесене тврдње о рачуноводству као главном информационом систему за одлучивање представља шема 2 која



следи (Dražić Lutilsky и сар., 2010: 14) :

Шема 2. Рачуноводство као информациони систем за пословно одлучивање пословног субјекта

Шема 2 најбоље илуструје улогу и значај рачуноводства и финансијских извештаја које рачуноводство продукује у подршци одлучивања менаџмента. Менаџмент упућује према рачуноводственој функцији потребе за информацијама, које рачуноводство кроз процес обраде података продукује и прослеђује менаџменту. Тај процес производње рачуноводствених информација захтева реализацију извесних операција у рачуноводству над подацима које треба да резултирају информацијама, а обухвата: мерење које се врши евиденцијом пословних догађаја, затим процесирање у оквиру којег се врши обрада података и израда финансијских извештаја, те комуницирање у оквиру којег се врши објављивање финансијских извештаја. На основу тако презентираних информација менаџери доносе одређене пословне одлуке.

Претходна шема 2 нам указује да рачуноводство као информациони систем у себи инкорпорира три саставна елемента (Dražić Lutilsky и сар., 2010):

- 1) мерење или квантифицирање пословних догађаја у новчаним вредностима, те њихову евиденцију на контима,
- 2) обраду и процесирање података у пословним књигама и израду финансијских извештаја и
- 3) презентацију и обелодањивање финансијских извештаја путем којих рачуноводствена функција комуницира са унутрашњим и спољним корисницима, обезбеђујући им неопходне податке за пословно одлучивање.

Информације садржане у финансијским извештајима морају задовољити неопходне квалитативне карактеристике, јер само такве информације представљају поуздану основу за пословно одлучивање. Да би информације садржане у финансијским извештајима биле квалитативно одговарајуће, морају задовољити следеће карактеристике (Дмитровић Шапоња и сар. 2011):

- 1) Истинитост – подразумева добијање информација из поузданих књиговодствених докумената, јер само таква информација представља поуздану основу за квалитетну пословну одлуку.
- 2) Корисне – што подразумева да рачуноводствене информације морају бити са једне стране поуздане, односно тачне и непристрасне, а са друге стране морају бити адекватне, што значи да морају задовољити потребе и захтеве корисника.

- 3) Разумљиве – ту су оне информације које не захтевају значајно време за тумачење и морају бити прилагођене нивоу знања корисника. Уколико рачуноводствена информација није прилагођена корисницима којима је била намењена, она је фактички бескорисна. То значи да ће се једна иста информација различито презентовати менаџменту, а различито стручним службама пословног субјекта (корпорација, прим. аутора).
- 4) Економичне – то су све оне информације чије су користи веће од трошкова. Да би рачуноводствена информација била корисна, ефекти који се њеном употребом постижу морају бити значајно већи од трошкова њене производње.

Разматрањем квалитативних карактеристика рачуноводствених информација видели смо да свака информација мора бити прилагођена кориснику, односно да ће се иста информација различито презентовати различитим корисницима.

Следећа табела приказује рачуноводствене информације које захтевају поједини нивои менаџмента (Дмитровић Шапоња и сар. 2011):

Табела 1. Веза рачуноводственог информационог система и разних корисника

НИВО МЕНАЏМЕНТА	КАРАКТЕР РАЧУНОВОДСТВЕНИХ ИНФОРМАЦИЈА
ТОП МЕНАЏМЕНТ	Рачуноводствене информације намењене потребама стратешког планирања
СРЕДЊИ МЕНАЏМЕНТ	Рачуноводствене информације намењене контроли управљања
ОПЕРАТИВНИ МЕНАЏМЕНТ	Рачуноводствене информације садржане у аналитичкој евиденцији

У домену топ менаџмента корпорација, стратешко је планирање, а то су одлуке које се тичу дугорочних пословних циљева корпорације, односно то су одлуке од стратешке важности за пословање у оквиру којих се сагледавају ефекти бројних пословних алтернатива. Средњи менаџмент користи рачуноводствене информације усмерене ка контроли управљања у оквиру којих се сагледавају остварени резултати и ефекти у односу на планиране. Оперативни или најнижи менаџмент се користи аналитичким евиденцијама, а које се највише ослањају на подацима из књиговодства.

ЗАКЉУЧАК

Управљање корпорацијом представља изузетно сложен и неизван процес. Менаџмент корпорација треба кроз процес доношења својих пословних одлука да константно унапређује пословање, а самим тим обезбеди континуиран развој и напредак саме корпорације. Ризици и неизвесности који прате савремено пословање, сам процес одлучивања, значајно отежавају и стварају менаџменту корпорација значајне препреке. Захваљујући информацијама које обезбеђује рачуноводствени информациони систем процес корпоративног управљања у извесној мери је олакшан, јер будућност у извесној мери постаје предвидљива.

Полазећи од претпоставке да ће са даљим привредним развојем тржишне околности бити још неизвесније, а самим тим процес корпоративног управљања сложенији, јасно је да ће рачуноводство добијати све више на значају. Неоправдана занемареност рачуноводственог информационог система и уопште рачуноводствене професије у многим корпорацијама резултирала је смањењем квалитета донетих пословних одлука, а самим тим и укупног успеха корпорација. Због тога је потребно да корпорације у наредном периоду акценат ставе на развој рачуноводствене функције, јер је њено успешно функционисање неопходан предуслов успешног пословања и развоја корпорације. Ту значајну улогу треба да имају професионална удружења која процесом континуиране едукације треба да унапреде квалитет и одговорност рачуноводствене професије, обезбеђујући стицање нових знања и упознавање са савременим рачуноводственим трендовима. Само идући овим путем корпорације могу створити предуслове за иоле извесније и сигурније пословање у будућности, а што је у директној корелацији са њиховим опстанком.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Дмитровић Шапоња, Љ., Петкович, Ђ., Јакшић, Д. (2011). *Рачуноводство*. Суботица: Економски факултет
- [2] Dražić Lutilsky, I., Gulin, D., Mamić Sačar, I., Tadijančević, S., Tušek B., Vašiček, V., et al. (2010) *Рачуноводство*. Загреб: Хрватска заједница рачуновођа и финансијских дјелатника
- [3] Микеревић, Д. (2005). *Стратешки финансијски менаџмент*. Бања Лука: Економски факултет и Финрар
- [4] *Нацрт Кодекса корпоративног управљања Привредне коморе Србије*. Преузето са сајта <http://www.pks.rs>
- [5] Закон о рачуноводству и ревизији, Службени гласник РС 46/06 и 111/09
- [6] Званични сајт Економског факултет у Загребу: <http://web.efzg.hr>

- [7] Званични сајт Института за економику и финансије: www.ief.rs
- [8] Званични сајт Министарства финансија и привреде Републике Србије: www.mfp.gov.rs
- [9] Званични сајт Велеучилишта у Шибенику: www.vus.hr,
- [10] Званични сајт Вики ревизија Загреб: www.vikrevizija.hr

ИСКУСТВА ЗЕМАЉА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ У ПРИМЈЕНИ ЈАВНО- ПРИВАТНОГ ПАРТНЕРСТВА

EXPERIENCE OF THE COUNTRIES EUROPEAN UNION IN THE IMPLEMENTATION OF PUBLIC- PRIVATE PARTNERSHIPS

Проф. др Миладин Јовичић

Мр Мирна Вукадин

Факултет пословне економије, Бијељина

Резиме: Већина европских земаља суочена је са недостатком средстава за финансирање великих развојних пројеката у разним сегментима инфраструктуре и јавних услуга. Као један од алтернативних извора финансирања наметнуло се јавно-приватно партнерство које је као модел сарадње јавног и приватног сектора већ реалност у данашњим чланицама Европске уније. С обзиром да могућности које пружа такав облик инвестирања представљају значајан напредак за цијелу привреду, партнерски однос између јавног и приватног сектора као и организација тржишта јавно-приватног партнерства у Европи је циљ истраживања у овом чланку.

Кључне ријечи: јавно-приватно партнерство, инфраструктурни пројекти, јавни интерес

Abstract: Most European countries are faced with a lack of funds to finance large-scale development projects in various infrastructure segments and public services. As one of the alternative sources of funding imposed a public-private partnership as a model of cooperation between public and private sectors are the reality of today's European Union member states. Due to the opportunities provided by this form of investment represents a significant advance for the whole economy, a partnership between the public and private sectors as well as the organization of the market in public-private partnerships in Europe, the aim of the research in this article.

Keywords: public-private partnerships, infrastructure Project, public interest

УВОД

Прије само тридесетак година основне идеје за стварање модела сарадње између јавног и приватног сектора мотивисане су искључиво буџетским ограничењима у домену инвестиција. Тај се интерес временом проширио и на стварање услова за побољшање економских, социјалних, културних и спортских активности што дугорочно доприноси и подизању стандарда квалитета живота становништва.

Увођење приватног сектора у пружање услуга и новчано улагање у јавне послове у којима је ексклузивни домен имао јавни сектор, данас се сматра уобичајеном и пожељном праксом у великом броју држава Европске уније (ЕУ). У оквиру актуелне економске ситуације фокусирање на формирање стратешког савезништва омогућава да се искористи потенцијал оба сектора у циљу постизања продуктивних активности.

У овом тренутку велики број земаља у свијету користи модел јавно-приватног партнерства (ЈПП) за финансирање скувих и захтјевних пројеката обнове или изградње јавне инфраструктуре и пружања услуга. Статистика ЕУ је показала да се примјеном ЈПП у јавним инвестицијама постиже уштеда од 17-20% у односу на вођење тих послова од стране искључиво јавног сектора. Та ефикасност произилази из вишег нивоа *know-how*⁶ који посједује предузетнички сектор и из профитне мотивације која унапријеђује организацију, ефикасност и иновације у обављању некада традиционалних јавних дјелатности. Поборници модела ЈПП располажу податком да су коришћењем модела ЈПП у 70% случајева инвестиције реализоване, а пројекат окончан на вријеме у поређењу са 30% случајева окончања пројекта у року, када је у питању изградња објеката из јавних фондова и у традиционалном поступку јавних набавки. Према „Стратегији Европе 2020“ објављене од стране Европске комисије у марту 2010. године:

“Европа мора учинити све што може како би у цијелости искористила своја финансијска средства те у том смислу мора на нове начине комбиновати приватна и јавна средства обликујући иновативне инструменте како би финансирала потребне инвестиције, укључујући и јавно-приватна партнерства.”

⁶ Енглески израз за знање како нешто учинити

1. ПРЕТПОСТАВКЕ ПАРТНЕРСТВА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА

Партнерство које подразумева динамичан однос између различитих актера на основу заједнички договорених циљева темељи се на разумјевању и рационалној подјели рада на основу одговарајућих компаративних предности сваког од партнера⁷. Оно може да функционише само када пројекат који је организован између партнера доводи до веће економске користи и ефективности него што би то било у појединачној извођењу. Поред оптималног коришћења расположивих финансијских средстава остварују се и комплементарни циљеви и користи интересних страна уз рационализацију јавних издатака и расподјелом ризика и одговорности.

У принципу ЈПП подразумева сарадњу два елемента⁸:

- код планирања, финансирања, управљања и извођења пројекта јавног сектора,
- код подјеле ризика, одговорности и награда између јавног и приватног сектора.

Значајан фактор који утиче на ефективност ЈПП су регулаторни механизми који имају директан утицај на учеснике и њихово дјеловање. Због могућих интеракција у овом смислу препоручује се да се прво преиспита правни и регулаторни систем земље у којој се склапа ЈПП уговор. У свим случајевима, кључни услов за успјешно ЈПП је постојање јасности у законодавним механизмима који омогућују континуитет и сигурност као заштиту за све укључене стране. Такође, законском регулативом се дефинишу и улоге и одговорности свих страна на начин да се обезбједи ефикасно функционисање контроле система који ће осигурати да ЈПП оствари жељени принос и обезбједи потребну транспарентност у пословању. У оквиру ЕУ није донешена посебна правна регулатива која би директно регулисала реализацију пројекта ЈПП у државама чланицама, али директиве и смјернице које постоје у овој области представљају кровну регулативу која усмјерава, препоручује и подстиче развој законодавстава држава чланица ЕУ у сврху бољег уређења подручја ЈПП. Значајан подстицај развоју ЈПП у ЕУ, европско законодавство налази у двије директиве које се односе на ЈПП:

[1] Смјернице за успјешно ЈПП (2003.)и

[2] Зелена књига о ЈПП(2004.).

У теоријском контексту веома је тешко дефинисати и анализирати ЈПП јер постоји широк спектар облика ове сарадње који се јавља са различитим карактеристикама на различитим подручјима и са различитим роковима трајања. У

економској литератури не постоји прецизна и широко прихваћена дефиниција овог концепта, јер се ЈПП трансформише и различито дефинише у зависности од државе у којој се примјењује.

Ипак, у Смјерницама за успјешно ЈПП, Европска комисија је уопштено дефинисала ЈПП као облик сарадње између јавног и приватног сектора у циљу реализације пројекта или снабдјевања јавне службе услугама у којем јавни и приватни сектор остварују одређене користи кроз адекватан степен реализације специфичних задатака. Према Смјерницама, омогућавањем сваког сектора да уради оно што најбоље може, јавне услуге се пружају на најефикаснији начин.

Финална анализа ЈПП дата је у Зеленој књизи о ЈПП у којој је представљен и преглед постојећих облика сарадње јавног и приватног сектора, који су засновани на међусобним везама између различитих учесника. Међународна пракса ЈПП познаје око двадесетак различитих изведених облика ЈПП, у распону од тачке класичног државног финансирања (што не представља ЈПП), преко бројних облика ЈПП, и крајње тачке, која би била класична приватизација (такође не представља ЈПП). Разлика између постојећих облика је у зависности од степена инволвираности јавног и приватног сектора у пројектовање, изградњу, одржавање, финансирање, управљање, као и алокацију ризика код пружања јавних услуга и/или изградње јавне инфраструктуре.

С обзиром на широк спектар постојећих модела и пројекта у којима се ЈПП може примјенити, партнерство између јавног и приватног сектора многи су схватили као предност коју би од стране јавног сектора требало искористити. Конкретно, то подразумева могућност добијања додатних извора финансирања у условима недостатка буџетских средстава, користећи оперативне ефикасности приватног сектора у циљу смањења трошкова и побољшања квалитета услуга свим корисницима и могућност убрзања привредног и економског просперитета. Сарадњом са приватним сектором могуће је обезбједити нове изворе капитала, створити услове за убрзани привредни развој, одржати и унаприједити услуге, валоризовати недовољно коришћене ресурсе и сл. Поред сарадње са приватним сектором, ЈПП подразумева и одговарајући ниво сарадње јавног сектора међусобно, без обзира на хијерархијски ниво. Задовољење интереса локалних заједница поред новчаних и материјалних ресурса претпоставља и адекватна знања а поготово иновативне приступе управљању. Искуства многих земаља су показала да је код локалних заједница основни ограничавајући фактор развоја недостатак квалитетног људског ресурса⁹.

⁷ Brinkerhoff, Jennifer M., *Assessing and Improving Partnership Relationships and Outcomes: A Proposed Framework. Evaluation and Program Planning*, 2002., стр.215

⁸ Јовичић М., *Менаџмент: принципи и функције*, Факултет пословне економије, Бијељина, 2012.

⁹ Јовичић М., Јовичић А., *ЈПП као могућност побољшања ефикасности јавног сектора*, International Symposium Engineering Management and Competitiveness EMC, Зрењанин, 2011.

2. УКЉУЧЕНОСТ МЕЂУНАРОДНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ИНСТИТУЦИЈА ЗА ПОДРШКУ ПРОЈЕКТИМА ЈПП

Позитивне карактеристике ЈПП у развоју инфраструктуре нарочито су атрактивне у новим земљама чланицама ЕУ, и из тог разлога Европска комисија је посебно заинтересована за подстицање и развој ЈПП пружајући подршку финансијским институцијама одређеним финансијским инструментима. Овакав облик финансирања може помоћи при мобилизацији рјешења ЈПП за основна улагања у пројекте чак и у вријеме смањене доступности државних јавних или приватних ресурса¹⁰.

Дакле, прије доношења одлуке да се одређени пројекат реализује по ЈПП моделу, неопходно је обезбједити његово финансирање. Обезбјеђење средстава за овакве пројекте често је компликованије и скупље од других облика финансирања. Стога јавно тијело мора сачинити детаљне анализе тржишта и исплативости оваког модела и, прије свега, реално процјенити да ли себи уопште може приуштити реализацију пројекта кроз ЈПП. Добро осмишљена политика ЈПП омогућила би да се, поред класичног финансирања кроз комерцијалне банке, користе и могућности повољних аранжмана са међународним финансијским институцијама које могу да обезбједе значајну екстерну техничку и финансијску подршку.

У свим уговорима о ЈПП неизоставан учесник је и нека од финансијских институција која ће или бити кредитор или на неки други начин учествовати у реализацији пројекта. У земљама које имају развијен модел ЈПП и веће искуство у његовој примјени, обично се након проведених тендерских процедура истовремено потписује уговор са приватном компанијом која је одабрана на тендеру и са финансијском институцијом која ће кредитирати ту компанију. Често се дешава код ЈПП уговора да и једна и друга страна (јавна институција и приватни партнер) истовремено са закључивањем ЈПП уговора закључују и уговоре са финансијском институцијом или више њих о кредитирању њиховог дијела учешћа у пројекту.¹¹

У том смислу, као финансијска подршка ЈПП најзначајније су следеће међународне институције¹²:

¹⁰ Буџетска ограничења, дефинисана Маастрихтским критеријумима, по коме величина државног дефицита не смије бити већа од 3% БДП, а укупни јавни дуг не смије бити већи од 60% БДП, су такође разлог све веће примјене модела ЈПП.

¹¹ Слијепчевић Ђ., Амовић М., Иванић М., 2011, *ЈПП у функцији превазилажења актуелне финансијско економске кризе* – прегледни чланак, АСТА ECONOMICA, год. 9, бр. 14., стр. 118

¹² Вукадин М., 2013, *Јавно-приватно партнерство - развојна шанса БиХ*, Магистарски рад, Бијељина, стр. 100

■ Европска банка за обнову и развој (ЕБРД)

основана је с циљем подстицања транзиције земаља средње и источне Европе према тржишној економији. Својом дјелатношћу доприноси економском и друштвеном напретку и обнови подстичући приватне и предузетничке иницијативе кроз форму сарадње јавног и приватног сектора. Такође, осигурава техничку помоћ за припрему, финансирање и провођење одређених инвестицијских пројеката или пројеката развоја тржишта капитала примјеном модела ЈПП.

Како би пројект био прихватљив за финансирање мора задовољити следеће услове¹³:

- пројекат се мора одвијати у земљи чланици ЕБРД и мора имати тржишну перспективу,
- финансијски допринос инвеститора мора бити знатно већи него ЕБРД,
- пројекат мора задовољавати строге финансијске и еколошке критеријуме.

■ Европска инвестициона банка (ЕИБ)

је институција ЕУ која одобравањем дугорочних зајмова снажно подржава ЈПП широм Европе. Финансијска подршка подразумева повољна кредитна задужења и грантове, а властити развој најбољих пракси у примјени ЈПП омогућава пренос тих искустава постојећим комитентима. На тај начин, трансфер капитала и знања су покретачи за економске модернизације, извоз и већу продуктивност.

У том контексту, коришћењем стручности ЕИБ, Европски инвестициони фонд (ЕИФ) обезбјеђује ефикасан алат за развијање нових пројекта ЈПП. У исто вријеме стварају се услови за побољшање јавних услуга кроз повећање учешћа приватног сектора у државама чланицама на начине које оптимизују способност јавног сектора да задовољи услове ЕУ политике.

■ Европски експертски центар за ЈПП (ЕПЕЦ)

је основан заједничком иницијативом ЕИБ и Европске комисије 2008. године чији је циљ јачање организационих капацитета јавног сектора за укључивање у ЈПП кроз мрежне активности и подржавање политике пословања својих чланова. ЕПЕЦ обезбјеђује техничку подршку, стручност и и размјену искустава о најбољој пракси ЈПП у земљама чланицама ЕУ и земљама кандидатима за чланство. ЕПЕЦ има 37 чланова, укључујући ЕИБ и Европску комисију. Сви остали чланови су националне или регионалне власти које су одговорне за политику ЈПП или програме у њиховим надлежностима. Чланство је ограничено на јавне власти у земљама чланицама Европске уније, земљама кандидатима и неким другим земљама у Европи.

¹³ Fredrick K., Mathieu N., EBRD's Past Experience from JPP Operations, Lessons Learned and Recommendations, EBRD, 2008., стр. 4

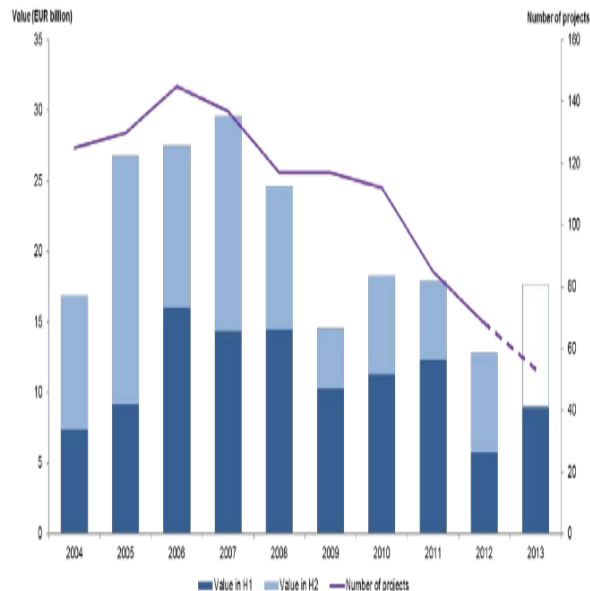
3. ОРГАНИЗАЦИЈА ТРЖИШТА ЈПП У ЗЕМЉАМА ЕВРОПЕ

Током друге половине XX вијека, државе су широм свијета почеле знатније разумијевати важност и улогу приватног сектора и његовој улози у ефикаснијој испоруци јавне инфраструктуре. Након 90-их година, постало је популарно и у земљама ЕУ које су га прихватиле због подстицања бржег раста и развоја својих економија. Посматрајући ЕУ, а на основу примјене ЈПП модела, могуће је њене чланице класификовати у три групе¹⁴:

- У прву групу спадају земље у којој се ЈПП примјењује у свим областима привреде, од изградње аутопутева и жељезница, па све до услуга здравствене заштите, образовања и казнене политике. Прву групу земаља предводе Велика Британија, Француска, Њемачка и Република Ирска.
- Друга група земаља има веома развијен концепт јавно-приватне сарадње у области путне инфраструктуре, док је његова примјена у осталим привредним гранама значајно отежана због непрецизне законске регулативе и промјенљиве „политичке климе“ по овом питању. У другу групу спадају Шпанија и Португалија.
- Земље у којима је јавно-приватна сарадња тек у зачетку чине трећу групу. Разлози за ријетку примјену модела ЈПП у овој групи могу бити смањена потреба за учешћем приватног сектора због доброг управљања државним буџетом, као и у строжем приступу који држава има у стварању кључне јавне инфраструктуре. У трећу се убрајају Шведска, Луксембург и Белгија.

На основу глобалне студије истраживања које је спроведено од стране Европског експертског центра за ЈПП (ЕПЕЦ), у првој половини 2013. године затворене су 24 финансијске трансакције са укупном вриједношћу од 9 милијарди евра. Европско тржиште ЈПП у том периоду је расло по обиму своје вриједности, али је забиљежен знатно мањи број трансакција у односу на исто раздобље прошле године.

Такође, с обзиром да су претходних година примат у примјени ЈПП поред Велике Британије имале и Француска и Њемачка, у 2013. години се по свом обиму вриједности знатно истичу Турска, Италија као и земље западног Балкана.



Слика 1.1. Генерални тренд кретања ЈПП у периоду од 2004. године до прве половине 2013. године

Извор: EPEC, *Review of the European PPP Market -First half of 2013.*, август 2013.

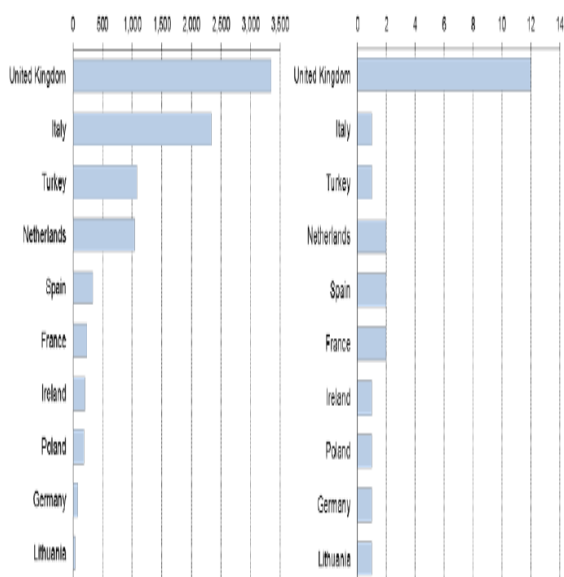
Анализа претходног графика указује да је у погледу вриједности тржиште ЈПП смањено: 24 трансакције ЈПП су финансијски затворене што је значајно мање у односу на 41 трансакцију у истом периоду 2012. године.

Просјечна величина трансакција износила је 370 милиона евра, што је више него двострука вриједност за 2012. годину. Четири велике трансакције су досегле финансијско затварање у првом полугодишту 2013. Њихова вриједност је износила више од 70% од укупног европског тржишта. То су биле:

- Аутопут *BreBeMi* (2,3 милијарде евра) у Италији,
- *Thameslink* возни парк (1,9 милијарди евра) у Великој Британији,
- Фаза 1 пута *Gebze-Izmir* (1,1 милијарде евра) у Турској,
- Аутопут *A1/A6 Schipol-Amsterdam-Almere* (1 милијарда евра) у Низоземској.

С обзиром на анализу укупне вриједности трансакција по земљама, у процентуалном смислу Велика Британија је имала највећу достигнуту вриједност пројеката са 3,3 милијарди евра, и са 12 затворених трансакција остала је и најактивније тржиште у смислу броја укупних трансакција, иако је то мање од броја трансакција затворених у првој половини 2012. и 2011. године (16 и 20 трансакција респективно) (слика 1.2.).

¹⁴ Renda A., and Schrefler L., 2006., *Public-Private Partnerships National Experiences in the European Union*, Centre for European Policy Studies, Brussels, стр. 2

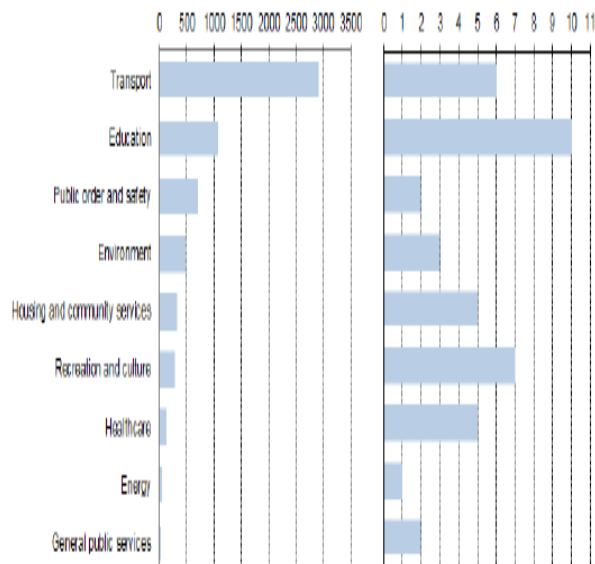


Слика 1.2. Укупна тржишна вриједност уговорених трансакција по земљама (у мил. ЕУР) и укупан број по трансакција по земљама.

Извор: EPEC, *Review of the European PPP Market - First half of 2013.*, август 2013.

Анализа ЈПП трансакција по секторима у првој половини 2013. године приказана на слици 1.3. потврдила је следеће:

- током прве половине 2013. године, сектор транспорта је забиљежио највећи обим трансакција (6,9 милијарди евра), што чини $\frac{3}{4}$ укупне тржишне вриједности,
- са седам уговорених конструкција, сектор заштите животне средине се показао као најактивнији сектор ЈПП, заједно са транспортним сектором, у досадашњем посматраном периоду од стране истраживачког центра ЕПЕЦ. У погледу вриједности, то је био други највећи сектор последије транспортног (са вриједношћу од 1,1 милијарди евра),
- са четири уговорене трансакције, образовни сектор је био трећи најактивнији сектор након транспорта и заштите животне средине. У поређењу са 2012. годином, овај сектор је забиљежио пад вриједности и броја пројеката,
- у здравственом сектору четири пројекта су затворена са укупном вриједношћу од 250 милиона евра. Сви уговорени пројекти су били у Великој Британији.



Слика 1.3. Анализа вриједности пројеката по секторима и броју трансакција (у милионима евра) у првој половини 2013. године

Извор: EPEC, *Review of the European PPP Market - First half of 2013.*, август 2013.

Као што се може примјетити из претходно представљене илустрације, најактивнији сектор у примјени ЈПП у првој половини 2013. године у европским земљама свакако је транспортни сектор, односно изградња мреже путева што је и разумљиво због богате историје примјене концесијског модела сарадње јавног и приватног сектора у оваквим пројектима.

Претходно наведеним анализама и истраживањима европског тржишта, Европски стручни центар за ЈПП жели да стечена искуства, податке и информације из цијелог европског региона подијели са јавним сектором да би се на тај начин одговорило на захтјеве за ефикаснијим пословањем и побољшањем вјештина потребних за припрему и имплементацију уговора о ЈПП. Сигурно је да ће искуство и истраживање ЕПЕЦ истраживачког центра помоћи јавном сектору да дође до што успешнијих и квалитетнијих пројеката у домену модела ЈПП.

4. ИСКУСТВА РАЗВИЈЕНИХ ЗЕМАЉА У ПРИМЈЕНИ МОДЕЛА ЈПП

Искуства Велике Британије и Француске као и других развијених земља Европе у примјени овог модела сарадње показала су да ове земље промовишу ЈПП као кључну компоненту своје урбане политике.

Прва земља која је примјенила и правно регулисала модел ЈПП била је **Француска**. Почети ЈПП се у Француској биљеже још у XVI и XVII вијеку, кад је јавно-приватна сарадња допринијела

градњи канала и мостова. Канал ду Миди на југу Француске, један је од првих примјера урбане модернизације Париза путем модела ЈПП. Затим, у XIX вијеку Влада Француске је сарађивала са приватним сектором на изградњи и оспособљавању жељезница, метроа, воде, канализације, струје и сличних инфраструктурних пројеката. У XX вијеку са процесом европских интеграција започиње и улагање у проширивање аутопутева и управљање отпадом, као и улагања у забавно-рекреативне садржаје (нпр. забавни парк Еуро-Диснеу) као и многа друга инфраструктурна улагања.

Модел концесија је један од најзаступљенијих начина изградње и управљања јавним услугама и јавном инфраструктуром у овој земљи. То показује и чињеница да је 1995. године око 75% становништва Француске користило водове који су настали или се њима управљало на основу уговора о ЈПП.

Процесима и тржиштем ЈПП у Француској не управља једна средишња организација, већ министарства имају оформљене радне групе. Тако у Министарству финансија координира тијело за ЈПП, а истовремено се у другим министарствима оснивају секторска тијела за ЈПП, што Француску сврстава међу земље са децентрализованим институционалним оквиром за ЈПП.

У 2011. години Француска је постала једно најзначајнијих тржишта ЈПП у свијету. То доказује и преглед ЈПП у објављен од стране ЕПЕЦ истраживачког центра, према коме је Француска доминирала у наведеној години и сама чинила 62% укупне европске тржишне вриједности пројеката ЈПП (пројекат 303 километра брзе жељезничке линије LGV Tours-Bordeaux сам чини 30% укупне тржишне вриједности). Поред наведене жељезнице, значајни пројекат који је реализован овим моделом је и пројекат фудбалског стадиона Nice Eco Stadium који је продукт француског напора да буде домаћин европског фудбалског шампионата у 2016. години. У јануару 2012. године, вриједност овог пројекта је достигла око 204 милиона евра. Такође, значајан пројекат је и French Ministry of Defence у области Балард у југозападном дијелу Париза као највећи нетранспортни пројекат уговорен у 2011. години, са вриједношћу од 1,5 милијарди евра и представља будуће сједиште француског Министарства одбране, тзв. француски Пентагон.

Искуство Француске у пројектима ЈПП у претходним годинама је прилично обимно и значајно, што говори о томе да тржиште ЈПП у Француској рапидно расте и по броју и по вриједности пројеката. Реализација пројеката посредством овог модела на француском тржишту је омогућила већу економску ефикасност и финансијску добит. То је даље имплицирало повећавање економског интереса за фаворизовање сарадње јавног и приватног сектора и у будућности.

Велика Британија, односно Уједињено Краљевство је предводник у успостављању међународног модела партнерства у којој се ЈПП почело да примјењује прије двадесетак година (тачније 1992.), у оквиру британског пројекта приватне финансијске иницијативе (ПФИ), који је требало да минимализује капиталне инвестиције и да контролише јавне расходе. Преко овог модела обезбјеђена је сарадња јавног и приватног сектора како би се осигурало финансирање, изградња, обнова, управљање и одржавање инфраструктуре.

Тим ПФИ пројектом британска влада је први пут дозволила приватним инвеститорима да инвестирају у јавне инфраструктурне пројекте. Радило се о пројектима који су у цијелости требали бити финансирани из приватних извора, с тим да би се наплаћивањем услуге која се концесионира, кроз одређено вријеме вратила уложена средства (такви су примјери: мост Severn и раскршће на ријеци Dartford), или се радило о заједничком улагању државе и приватног сектора, у којем држава дијелом субвенционира пројекат ако он има ширу друштвену корист (примјер за то: проширење линије жељезнице у Dockland-у, гдје је од 200 милиона фунти, приватна твртка City Greenwich Lewisham /CGL/ Rail Link plc, издавањем обвезница прикупила 165 милиона фунти, а 35 милиона фунти је био допринос средишње владе и локалних власти Deptford City Challenge и London Boroughsa of Lewisham. Компанија Greenwich наплаћује кориштење проширене мреже и сноси ризике прекорачења времена и трошкова извођења, нивоа кориштења (броја путника), инсталације аутоматског контролног система за возове и интеграције проширења у постојећи жељезнички систем. Концесија се односи на период од 24,5 година¹⁵.

Иако је као европска земља са богатим искуством у примјени модела ЈПП Велика Британија нема јединствен закон који би регулисао област ЈПП. Такође, у Великој Британији не постоји средишња организација која у цијелости управља свим процесима ЈПП. Готово свако веће министарство има своју организацију која се брине за надзор ЈПП модела који се примјењује на његовим пројектима.

На основу истраживачке студије глобалног ЈПП тржишта у 2012. години, које је спровео центар за истраживање A Deloitte Research Study, дошло се до резултата да је тржиште Велике Британије поставило свој национални и инфраструктурни план и да, с обзиром на то, постоји релативно стабилно тржиште за још активнију примјену модела ЈПП. Такође, од 70 међународних организација ЈПП које су биле предмет студије, Велика Британија је наведена као једна од „Топ 5“

¹⁵ Шепаровић П.И., ЈПП, *Приручник за добро управљање*, Хрватски правни центар, Загреб, 2006., стр. 127

највећих и најатрактивнијих земаља од којих се очекује највише дјелатности у наредном периоду.

ЗАКЉУЧАК

Приказом ЈПП као модела сарадње јавног и приватног сектора показано је да, уз оптималну расподелу ризика и ресурса, приватни партнери могу бити активно укључени у дјелатности везане за пројекте из домена јавне инфраструктуре. Конкретно, за приватни сектор ЈПП представља комерцијално атрактивне пословне могућности, јер је ријеч углавном о великим пројектима и огромним сумама новца, у којима је приватни сектор ангажован да испоручи комплетан пакет услуга (нпр. пројектовање, изградњу, операције и одржавање).

С друге стране, финансијско растерећење се сматра основном користи јавног сектора, јер јавни сектор који је већ задужен у одређеној мјери, због смањене могућности новог задуживања за финансирање нових пословних прилика, пропустиће инвестирање у нове пројекте, а то дугорочно умањује могућности за развој већих инвестицијских подухвата које могу допринијети привредном развоју сваке заједнице.

Кориштењем извјештаја међународних институција, као што је нпр. ЕПЕЦ, добијена је једна оквирна слика о стању тржишта ЈПП на европском нивоу. Евалуација пројеката ЈПП у појединим земљама ЕУ, потврдила је да по броју спроведених пројеката, њиховој вриједности и броју сектора у којима је ЈПП примјењено, данас водећу улогу има Велика Британија. Модел ове земље се може као референтан примјењивати и у другим земљама Европе које немају довољно искуства у реализацији оваквог облика сарадње.

Наведеним анализама и примјерима ЈПП у појединим европским земљама показано је да овај облик иницијативе, поред позитивних ефеката на раст квалитета јавних услуга, утиче и на убрзан привредни развој уз обезбјеђење висококвалитетних и приступачних јавних услуга, развој саобраћајног система, као и остваривање значајних инфраструктурних и истраживачких пројеката.

Уговорене инвестиције путем ЈПП могу да створе даље претпоставке за генералну развојну политику европских земаља које нису прилагођене савременим економијама и које захтјевају значајна материјална улагања. Пројектима ЈПП може се обезбједити финансирање амбициозних развојних програма и инвестирање у крупне инфраструктурне капацитете и друге јавне објекте, што је потврђено примјерима искустава Велике Британије и Француске као двије најактивније у примјени овог облика сарадње. Изградња и развој оваквих сложених пројеката може значајно утицати на економску трансформацију и других

европских земаља, у смислу развијања економије и побољшања квалитета живота.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Brinkerhoff, Jennifer M., *Assessing and Improving Partnership Relationships and Outcomes: A Proposed Framework. Evaluation and Program Plannin*, Volume 25, Number 3, Роме, 2002.
- [2] Вукадин М., *Јавно-приватно партнерство - развојна шанса БиХ*, Магистарски рад, Бијељина, 2013.
- [3] Јовичић М., Јовичић А., *ЈПП као могућност побољшања ефикасности јавног сектора*, International Symposium Engineering Management and Competitiveness EMC, Зрењанин, 2011.
- [4] Јовичић М., Ставрић Б., *Основи менџмента*, Факултет пословне економије, Бијељина, 2011.
- [5] Renda A., and Schrefler L., *Public-Private Partnerships National Experiences in the European Union*, Centre for European Policy Studies, Brussels, 2006.
- [6] Савановић С., *Финансирање локалног развоја*, Агенција за развој предузећа Еда, Бања Лука, 2011.
- [7] Stiglitz E. Joseph., *Економија јавног сектора*, Економски факултет, Београд, 2004.
- [8] Шепаровић П.И., *ЈПП - Приручник за добро управљање*, Хрватски правни центар, Загреб, 2006.

АНАЛИЗА УЗРОКА ПОСЛОВНОГ НЕУСПЈЕХА У ПРЕДУЗЕЊИМА У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ

ANALYSIS OF THE CAUSES OF BUSINESS FAILURE IN THE REPUBLIC OF SRPSKA

Др Валентина Дувњак

*Факултет за пословне и финансијске студије
Универзитет за пословне студије*

Резиме: У данашњем систему привређивања постоје многи фактори који су контрапродуктивни предузећу да послује успјешно. Због тога је потребно анализирати промјене које се дешавају унутар и ван предузећа. У предузећима у Републици Српској извршена је анализа узрока пословног неуспјеха у циљу дефинисања стратегије ревитализације предузећа у кризи. Криза у већини предузећа узрокована је већим бројем фактора, који дјелују симултано. Према налазу истраживања највећи узрочник кризе је презадуженост, и криза је највише заступљена у финансијском сегменту пословања, док је застарјела технологија другорангирани узрочник лошег пословања.

Карактер и узрок кризе указују да је финансијско реструктурисање од великог значаја за излазак предузећа из кризе, али и други облици реструктурисања. Никако се не смије заборавити ни да је држава основни регулатор тржишта и стварања услова пословања, тако да држава има велик утицај на ефикасност отклањања пословног неуспјеха.

Кључне ријечи: предузеће, пословни неуспјех, узрок, реструктурисање.

Abstract: In today's economic system, there are many factors that are counter company to operate successfully. Therefore, it is necessary to analyze the changes taking place within and outside the company. In the Republic of Srpska, companies conducted the analysis of the causes of business failure in order to define the strategy of revitalizing the company in crisis. The crisis in most companies is caused by multiple factors acting simultaneously. Survey finds that the biggest cause of the crisis is a crisis of over-indebtedness and is the most represented in the financial segment, while outdated technology is second-ranked cause of poor business.

The nature and cause of the crisis shows that financial restructuring is of great importance for the company going out of the crisis, but also other forms of restructuring. It should not be forgotten that the state is the main regulator of the market and the creation of business conditions, so the state has a major impact on the efficiency of removal of business failure.

Keywords: business, business failure, the cause, restructuring.

I. УВОД

У одређеној фази свог постојања скоро сва предузећа доживе опадање ефикасности. Стога, неопходно је утврдити узроке који су довели до опадања ефикасности. Уколико се узоци не препознају или не отклоне на вријеме предузеће може да угрози своје постојање. Да би се на вријеме могло реаговати у циљу побољшања пословног амбијента, потребно је објаснити и анализирати промјене које се дешавају унутар и изван предузећа. У предузећима у Републици Српској извршена је анализа тих промјена у циљу дефинисања стратегије ревитализације предузећа у кризи.

II. ИСТАЖИВАЊЕ УЗРОКА ПОСЛОВНОГ НЕУСПЈЕХА У ПРЕДУЗЕЊИМА У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ

Узроци пословног неуспјеха су многобројни и обично постоји више фактора који условљавају опадање ефикасности предузећа. Према мјесту настанка узроци пословног неуспјеха могу се подијелити на интерне и екстерне. Интерни узроци су: неефикасан менаџмент, неуспјеле аквизиције, погрешан приступ великим пројектима, неефикасно вођење финансија, неодговарајуће вођење маркетинга и производње, неодговарајућа финансијска политика, неодговарајућа организациона структура и организационо понашање. Промјене у окружењу, немогућност увођења нових производа, конкурентност цијена, интензитет конкуренције у индустријској грани и криза транзиције су екстерни узроци који имају значајан утицај на појаву кризе у предузећима (Khandwalla, L, 2001:291). Криза у већини предузећа у РС узрокована је већим бројем фактора, који дјелују симултано. То су: неодговарајућа финансијска политика, криза управљања, неадекватна организациона структура, губитак тржишта и застарјела технологија. Додатни проблеми настају, а постојећи постају озбиљнији чиме се криза продубљује. Један узрок кризе ствара ланчану реакцију секвенцијалних

узрока и последица, а потребно је препознати њихову везу. Фактори који су условили улазак предузећа у кризу и њихово рангирање према јачини утицаја приказано је у Табели 1.

ТАБЕЛА I. РАЗЛОЗИ УЛАСКА ПРЕДУЗЕЋА У КРИЗУ

Рб	Узрок	Јак утицај	Средњи утицај	Слаб утицај	Ук. %
1.	Презадужено ст	50%	41,66%	8,33%	100
2.	Губитак тржишта	16,66%	66,66%	16,66%	100
3.	Застарјела технологија	37,25%	25%	37,25%	100
4.	Криза управљања	15,38%	23,08%	61,54%	100
5.	Неадекватна организациона структура	9,09%	45,45%	45,45%	100

Извор: Дувњак, В. (2011). *Ревитализација предузећа- стратегија отклањања кризе*. Докторска дисертација. Бијељина: Факултет пословне економије, Универзитет И. Сарајево, стр. 210.

Основни услов да би се у предузећу покренуо поступак реструктурисања је његова несолвентност. Према налазу истраживања узрок несолвентности предузећа је презадуженост, односно, комбиновано, губитак дугорочног финансирања и недостатак обртног капитала.

Утврђивање карактера кризе, односно у којим сегментима је она заступљена потребно је због утврђивања адекватне стратегије и препоруке за њено рјешење. Резултати су показали да 52,64% менаџера сматра да је криза заступљена у финансијском сектору, док 21,05% у продајно-маркентишком, 15,79% у производњи или пружању услуга, 5,26% у организационом сегменту и 5,26% у управљачко-власничком (видјети Табелу2.)

ТАБЕЛА II. КАРАКТЕР КРИЗЕ

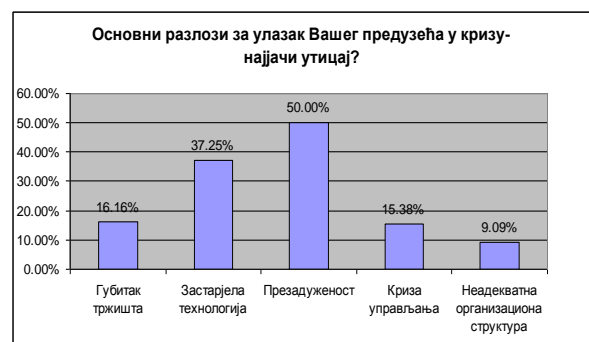
КРИЗА У СЕГМЕНТИМА ПОСЛОВАЊА		
1.	Финансијски сектор	52,6%
2.	Продајно-маркентишки	21,05%
3.	Производња и пружање услуга	15,79%
4.	Организациони сегмент	5,26%
5.	Управљачко-власнички	5,26%
	УКУПНО	100%

Извор: Дувњак, В. (2011). *Ревитализација предузећа- стратегија отклањања кризе*. Докторска дисертација. Бијељина: Факултет пословне економије, Универзитет И. Сарајево, стр. 212.

Карактер и узрок кризе који су највише заступљени у финансијском сектору указују да је

финансијско реструктурисања од великог значаја за излазак предузећа из кризе.

На Слици 1. представљени су основни разлози уласка предузећа у кризу по интезитету.



Слика 1. Најјачи утицај уласка предузећа у кризу

Неодговарајућа финансијска политика условила је висок ниво задужености предузећа што је резултирало презадуженошћу, односно недостатком дугорочног финансирања и обртног капитала у највећем броју анкетираних предузећа, односно 50%. Од укупно враћених упитника, 52,64% менаџера оцијенило је да је криза финансијског карактера и да је неадекватна политика финансијског сектора најчешћи узрок несолвентности предузећа. Карактер и узрок кризе који су највише заступљени у финансијском сектору указују да је финансијско реструктурисања од великог значаја за излазак предузећа из кризе. Према томе, циљ финансијског сектора би требао бити постизање одговарајућег односа властитог и позајмљеног капитала који омогућава предузећу примјену стратегије ревитализације и постизање солвентности. Уколико је предузеће витално, главна одговорност менаџера је раст вриједности предузећа. Процедура ревитализације обухвата постизање стабилности, а потом повећање вриједности.

Криза управљања је фактор који је у овом истраживању обухватио директну одговорност менаџмента за лоше пословање предузећа. Да је карактер кризе управљачко-власнички сматра 5,26% менаџера. Иако је 61, 54% анкетираних менаџера навело да слаб утицај на кризу предузећа има криза управљања, с обзиром да је упитник био намијењен менаџерима, може се рећи да је овај узрок био релативно високо рангиран јер је у 15,38% случајева његов утицај оцијењен као јак.

Неадекватна организациона структура је према мишљењу 9,09% анкетираних менаџера имала јак утицај, а 45,45% средњи утицај, док је 5,26% менаџера сматрало да је криза организационог карактера. Овакав проценат указује на проблем бирократског начина организовања. Овај интерни узрок кризе је у надлежности менаџмента. Промјене

организационе структуре могу бити критичније од промјене стратегије у фази стабилизације предузећа и не препоручују се због притиска времена. Међутим, нова организациона структура настаје као резултат других организационих промјена, downsizinga (смањење величине организације и реорганизације рада и односа), outsourcinga (фокусирање на профитабилне процесе у којима предузеће има релативну предност и препуштање осталих процеса добављачима у циљу постизања нижих трошкова и већег квалитета) и реинжењеринга пословних процеса и доприноси повећању оперативне ефикасности предузећа.

Губитак тржишта је имао средњи утицај на настанак кризе у 66,66% и јак утицај у 16,66% случајева. Ово је екстерни фактор који може да прикрива остале факторе. Освајања нових тржишта и проширење производног асортимана је стратегија ревитализације коју могу користити предузећа са стабилном финансијском позицијом. С обзиром на несолвентност анкетираних предузећа није реално очекивати да се ова стратегија примени за излазак из кризе. Стратегија освајања нових тржишта и проширење производног асортимана може се реализовати након успостављања редовног пословања као начина раста предузећа.

Застарјела технологија је у 37, 5% случајева оцијењена као узрок који је имао јак утицај на узрок кризе (другорангиран последице презадужености). Технолошке промјене су екстерни узрок кризе који се манифестује застарјевањем производа предузећа и вишим трошковима производње у односу на конкуренцију. Да је криза организационог карактера, процијенило је 5,26% менаџера. Модернизација капацитета је важна за ревитализацију предузећа гдје је застарјела технологија значајан узрок уласка у кризу. Спровођење ове стратегије подразумијева висока финансијска улагања.

У циљу изласка предузећа из кризе према мишљењу менаџера, процес реструктурисања треба да иде у финансијском правцу код 42,11% случајева, власничком 26,32% случајева, организационом код 15,79% случајева, управљачком код 10,52% случајева и пословном код 5,26% случајева. С обзиром на налаз истраживања, посебно ће се анализирати мјере финансијског реструктурисања.

III. АНАЛИЗА ФИНАНСИЈСКОГ РЕСТРУКТУРИСАЊА

Један вид финансијског реструктурисања представља преговоре са повјериоцима око отписа или репрограма дугова. Основни циљ финансијског реструктурисања је да се редукују обавезе и креира позитивна вриједност капитала.

Да би се постигла финансијска консолидација предузећа, важну улогу има издвајање пословних јединица које са собом носе и дио укупних дугова. Активности предвиђене у оквиру финансијског реструктурисања обухватају низ активности (видјети Табелу 3).

ТАБЕЛА III. АКТИВНОСТИ У ОКВИРУ ФИНАНСИЈСКОГ РЕСТРУКТУРИСАЊА

Рб	Мјере	Број предузећа
1.	Одлагање плаћања или репрограмирање дуга предузећа	64,29%
2.	Пренос обавеза са једног зависног предузећа на друго у оквиру повезани предузећа	7,14%
3.	Отписивање главнице дуга, припадајућих камата или других потраживања	7,14%
4.	Конверзија новчаних потраживања од стране повјерилаца са већинским државним капиталом у капитал предузећа	-
5.	Остале мјере (реструктурирање активе предузећа и обезбјеђивање ликвидности средстава и смањење трошкова пословања)	21,43%
	УКУПНО	100%

Извор: Дувњак, В. (2011). *Ревитализација предузећа- стратегија отклањања кризе*. Докторска дисертација. Бијељина: Факултет пословне економије, Универзитет И. Сарајево, стр. 218.

Под финансијским реструктурисањем, већина анкетираних менаџера - 64,29% сматра одлагање плаћања или репрограмирање дуга предузећа. У 52,64% случајева карактер кризе је финансијски, а за 50% случајева јак узрок кризе је презадуженост. Према томе, неадекватна политика финансирања је примарни узрок кризе, а опраштањем дугова, менаџери који свој посао нису добро радили, тиме би били награђени умјесто кажњени. Овакав облик финансијског реструктурисања успорава поступак ревитализације предузећа, јер се финансијска дисциплина предузећа слаби. Другим мјерама, као што је смањење трошкова, и генерисањем прихода од продаје дијелова предузећа треба омогућити враћање дијелова дугова. Одлагање плаћања или репрограмирање дугова је могућност за предузећа која имају потенцијала да у краћем временском периоду, односно у блиској будућности остваре приходе којима ће сервисирати дугове. С обзиром на финансијску ситуацију већине анкетираних предузећа поставља се питање да ли ова мјера коју очекује 64,29% менаџера може допринијети ревитализацији предузећа. Сматра се да је број предузећа која имају реалне шансе да им се путем репрограмирања дугова пружи основа за успостављање солвентности много мањи него очекивања која су менаџери изразили. Пренос обавеза са једног зависног предузећа на друго има за циљ да мотивише потенцијалне инвеститоре да купе дио предузећа и предвиђен је у 7,14%

анкетираних предузећа. Замјена дугова за удио у капиталу предузећа врше само повјериоци са већинским државним капиталом и држава у циљу наплате буџетских обавеза предузећа. Ова мјера је формулисана сматрајући да се највећи дио дугова друштвених предузећа односи на дугове према држави, а замјеном дугова за удио у капитал, тих предузећа, држава постаје власник једног дијела капитала датих предузећа прије процеса приватизације.

IV. АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

Анализом интерних и екстерних узрока кризе и њиховим рангирањем по учесталости испољавања дошло се до следећих резултата:

- 1) **Интерни фактори** (*losh menаџмент*) узроковао је кризу у 74,47% случајева. Јак утицај презадужености је заслужан за појаву кризе код 50% предузећа, а неадекватно управљање и организациона структура код 24,47% предузећа.
- 2) **Екстерни фактори** су укупно узроковали кризу у 53,91% случајева, од тога јак утицај губитка тржишта је заслужан за појаву кризе код 16,66% предузећа, а застарјела технологија је узроковала кризу у 37,25% предузећа.

Утврђивање карактера кризе, односно у којим сегментима је она заступљена било је потребно због утврђивања адекватне стратегије и препорука за њено рјешење.

- Резултати су показали да је криза заступљена у сегментима пословања према следећем редослиједу:

- финансијском сектору	52,64%
- продајно-маркентишком	21,05%
- производњи или пружању услуга	15,79%
- организационом сегменту и	5,26%
- управљачко-власничком.	5,26%
- укупно	100 %
- Резултати су показали да најјачи утицај уласка предузећа у кризу имају следећи узроци ранжирани по редослиједу:

- презадуженост	50%
- застарјела технологија	37,25%
- губитак тржишта	16,66%
- управљачка	15,38%
- неадекватна организација	9,09%
- укупно	100 %
- Предложене мјере, односно у којим сегментима треба да тече процес реструктурисања према мишљењу менаџера приказан је следећим редослиједом:

- финансијском	42,11%
- власничком	26,32%
- организационом	15,79%
- управљачком	10,52%
- пословном	5,26%
- укупно	100 %

Имајући у виду да је лош менаџмент узрок у настанку кризе 74,47% предузећа, прва активност у тим предузећима треба да буде замјена постојећег менаџмента. Одлагање плаћања или репрограмирање

дугова је могућност коју очекује 64,29% анкетираних менаџера, тако да би биле потребне додатне анализе које би утврдиле која предузећа у реструктурисању имају могућност да у блиској будућности остваре приходе којима би сервисирали дугове. У предузећима је потребно спровести мјере смањење трошкова и генерисаним приходима од продаје дијела предузећа омогућити враћање дугова, што сматра 21,43% менаџера. У 7,14% предузећа сматра се да је потребно отписивање главнице дуга, припадајућих камата или других потраживања. Приликом оваквог реструктурисања треба водити рачуна да се не ослаби финансијска дисциплина предузећа и да се не успори процес ревитализације, јер менаџери таквим процесом дјелују награђени, а не кажњени за своје поступке. У 7,14% случајева менаџери сматрају да су у оквиру финансијског реструктурисања потребне мјере преноса обавеза са једног зависног предузећа на друго у оквиру повезаних предузећа. То има за циљ да се елиминише непрофитабилни дио предузећа. Конверзија новчаних потраживања од стране повјерилаца са већинским државним капиталом у капитал предузећа формулисана је тако да су дугови друштвених предузећа највећи према држави, која на тај начин постаје власник дијела капитала прије приватизације предузећа. Организационо реструктурисање треба да води рачуна о оптималном броју запослених, декомпоновању предузећа на пословне јединице и о утврђивању међусобних односа између њих. Власничка трансформација у анализи је другорангирана компонента стратегије ревитализације. Од ње се очекују потребне промјене организационе структуре и начина пословања, као и унапређење ефикасности. Нови власници ће се морати суочити са проблемом вишка запослених, застарјелим капацитетима, куповином нове технологије, изналагањем нових тржишта, смањењем трошкова пословања, измирењем заосталих обавеза, уједињењем засебних сегмената. Модернизација капацитета подразумијева велика финансијска улагања. Када се успостави редовно пословање, тек онда се може остварити стратегија освајања нових тржишта и увођење нових дјелатности, односно проширење производног асортимана. Држава је основни регулатор тржишта и стварања услова за пословање. Услед тога, предузећима која се налазе у кризи треба створити такав амбијент да она могу одређеним мјерама и техникама да превазиђу кризу и да почну ефикасно да послују. За ову констатацију довољно је да се сагледају мјере које предузимају владе најразвијенијих земаља тржишне економије. Поред доношења прописа о лакшем пословању, прибјегава се и методологији директног финансијског помагања предузећима у кризи, па све и до реприватизације, односно преузимања акција у тим предузећима.

V. УМЈЕСТО ЗАКЉУЧКА

У предузећима у РС многобројни су узроци пословног неуспјеха. Менаџери предузећа у РС да би препознали интерне узроке кризе, поред сагледавања

укупне виталности предузећа, требало би да процијене и слједеће: финансијски положај, постојећу организациону структуру и људске потенцијале у предузећу. Финансијски резултат добро интерпретиран исказује активности предузећа, док анализом организационе структуре приказује се стабилност односа и аспеката предузећа који су у оквиру његовог функционисања.

Глобализација и економске интеграције утицале су на већу конкурентност предузећа, тако да потрошачи услед већег избора имају и веће захтјеве, што је утицало на то да предузећа у РС западају у финансијске кризе и изложена су већим притисцима. На нашим просторима појавила се велика конкуренција у свим сегментима, која је веома често нелојална, јер на наше просторе улази роба из држава које свјесно субвенционису извоз да би уништиле домаћу производњу. Требало би напоменути да наша држава нема никакав систем заштите привреде и предузећа, тако да су она веома изложена нелојалној конкуренцији.

У складу са предходним, један од разлога уласка предузећа у кризу у РС је и губитак тржишта. Код тих предузећа тржишно реструктурисање предузећа треба да иде у смјеру редефинисања циљних тржишта, преуређења структуре понуде, прилагођавања стратегије, репозиционирања улоге маркетинга у миксу пословних функција у циљу стицања и одржања конкурентске предности и тржишне атрактивности. Услед тога је за оцену одређивања праваца тржишног реструктурисања потребно анализирати слједеће елементе: опште макроекономско окружење, тржиште, потрошаче, конкуренцију, канале дистрибуције, добављаче, јавност, маркетинг стратегију, организацију маркетинг функције у предузећу, маркетинг информационе системе и маркетинг микс предузећа. Да би се извршила анализа конкурентске способност предузећа у кризи, прво је потребно размотрити карактер и структуру индустријске гране и способност предузећа у грани. Анализа треба обухватити број предузећа, њихову моћ, величину, начин конкуренције и стопу раста индустријске гране. Истовремено се треба повезивати и са предузећима из иностранства која могу бити конкуренција, у смислу склапања заједничких послова, односно отварања заједничких фирми које се баве истим или сличним дјелатностима, чиме би се елиминисала конкуренција датих иностраних предузећа.

Финансијско реструктурисање предузећа у РС треба да допринесе постизању одговарајућег односа властитог и позајмљеног капитала, који би омогућавао предузећу примјену стратегије ревитализације и постизање солвентности. Активности финансијског реструктурисања које су примјењивала предузећа у РС до сада, углавном су се односиле на конверзију дијела или цијелог дуга банке у имовину или акције предузећа, конверзију неплаћених камата у дуг предузећа, промјене услова плаћања дуга, реструктурисање јавног дуга и нове позајмице. Поред реструктурисања дугова, примјењивала су се реструктурисања путем аукције, која је обухватала безготовинске понуде повјерилаца

путем опроста дијела дуга, гдје повјериоци нуде дио дуга који ће опростити по принципу мањи дуг, већа могућност за брзу наплату.

Предузећа у РС која су приступила организационом реструктурисању омогућила су координацију напора за остварење заједничког циља кроз формалне структуре задатака и односа ауторитета. Код тих предузећа организационим реструктурисањем успостављена је сарадња која је омогућила постизање преферираних циљева. Организационом реструктурисању приступила су предузећа из слједећих разлога: већи или мањи број запослених радника, као и промјене екстерног окружења, неефикасно управљање предузећем, неефикасно дефинисање и примјењивање стратегије и неефикасни учинци предузећа, и то кроз активност: организационе трансформације, downsizing-a, outsourcing-a и реинжењеринга пословних процеса.

Научно-технолошки прогрес захтјева нове услове привређивања. У циљу јачања конкурентске способности, предузећа у РС морају да прате промјене и да се благовремено реструктуришу и да теже ка јакој позицији у којој је висока стопа технолошког напретка. Оптимална стратегија је офанзивно и широко улагање у истраживање и развој. Банкрот предузећа може наступити уколико се донесу погрешне одлуке у вези са технологијама које прво изазову озбиљну кризу у предузећу. Најчешћи узрок кризе многих предузећа у РС је прелазак са старе на нову технологију. Технолошки дисконтинуитет условљава потребу за новим способностима и облицима организовања предузећа у РС. Ни у једном моменту се не смије заборавити да је држава основни регулатор тржишта и стварања услова за пословање. Услед тога и предузећима која се налазе у кризи треба створити такав амбијент да она могу да одређеним мјерама и техникама да превазиђу кризу и да почну ефикасно да послују. За ову констатацију довољно је да се сагледају мјере које предузимају Владе најразвијенијих земаља тржишне економије. Поред доношења прописа о лакшем пословању, прибјегава се и методологији директног финансијског помагања предузећима у кризи, па све и до реприватизације.

VI. ЛИТЕРАТУРА

- [1] Дувњак, В. (2011). *Ревитализација предузећа- стратегија отклањања кризе*. Докторска дисертација. Бијељина: Факултет пословне економије, Универзитет И. Сарајево.
- [2] Giddy, I.H. (2004). *Corporate financial restructuring*, New York University
- [3] Khandwalla, L. (2001). *Turnaround Excellence: Insights from 120 cases*, New Delhi: Response Books.
- [4] Сенић, Р. (1996). *Кризни менаџмент*, Београд: БГМ.
- [5] Slatter, S. and Lovett, D. (1999). *Corporate Turnaround*, London: Penguin Books.
- [6] Ставрић, Б. Кокеза, Г. (2009). *Управљање пословним системом*, Београд: Технолошко-металуршки факултет.
- [7] Thompson, J. L. (2002). *Strategic Management: awareness and change*, 4th ed., Thomson Press, London, str. 136.

LEAN METODE I TEHNIKE – RJEŠENJE ZA SAVREMENE USLOVE POSLOVANJA

LEAN METHODS AND TECHNIQUES - SOLUTION FOR MODERN BUSINESS CONDITIONS

Љиљана Танасић

Економски факултет Брчко
Универзитет у Источном Сарајеву

Резиме: *Савремени услови пословања, као резултат све изражајнијег процеса глобализације и интренационализације, укључујући и континуирани развој технике и технологије, наметнули су потребу за усвајањем новог, друкчијег концепта за успешно пословање. Наиме, lean методе и технике, као основа увођења и примјене lean система производње, у потпуности су прилагођене новонасталим тржишним условима у којима купац има почасну улогу, а знање, квалитет и вријеме постају главни фактори остваривања конкурентске предности. Стављањем акцента на људски ресурс, коришћењем модерних производних и информационих технологија, затим, путем мултидисциплинарности и интегрисања са активностима добављача, успоставља се континуирани процес непрестаног систематског идентификовања и отклањања сувишних појава у пословању предузећа, тј. елиминисање свега што не представља вриједност из перспективе купца.*

Водећи се наведеним, у раду ће бити објашњене неке од основних lean метода и техника (као што су: ћелијска производња, одржавање укупне профитабилности, "Pull"/Канбан системи, мапирање тока вриједности, брзо пребацивање, организација радног мјеста, процес припреме производње, кајзен), чија адекватна имплементација води креирању брзе, иновативне, јефтине, флексибилне и компјутерски интегрисане производње, која повећава мотивисаност запослених и омогућава флексибилније коришћење постојећих ресурса, с циљем да се постигне и одржи баланс између квалитетног и правовременог задовољавања тржишних захтјева и сопствене профитабилности.

Кључне ријечи: *lean методе, lean технике, lean производња*

Abstract: *Modern business conditions, resulting from ever-growing process of globalization and internationalization as well as a continuous development of the technology, have imposed the necessity of adopting a new, different concept for a successful business. As a basis for the introduction and implementation of lean manufacturing system, the lean methods and techniques become completely adapted to the new market conditions under which the customer has a privilege and knowledge, quality and time become the main factors of competitive advantage. By placing an emphasis on human resource and the usage of modern manufacturing*

and information technology as well as through multidisciplinary and integration of the activities of suppliers, the establishment of a continuous process of systematic identification and elimination of superfluous phenomena in a company becomes possible, i.e. it becomes possible to eliminate everything that is not seen as a value from the customer's perspective.

Taking all the aforementioned into account, this paper will explain some of the basic lean methods and techniques (such as Cellular Manufacturing, Total Productive Maintenance, Pull/Kanban Systems, Value Stream Mapping, Quick Changeover, Workplace Organisation, Production Preparation Proces, Kaizen), whose adequate implementation leads to the creation of fast, innovative, cheap, flexible, and computer-integrated manufacturing, which increases the motivation of employees and allows more flexible usage of existing resources in order to achieve and maintain a balance between quality and timely response to the market requirements and company's profitability.

Keywords: *lean methods, lean techniques, lean manufacturing*

УВОД

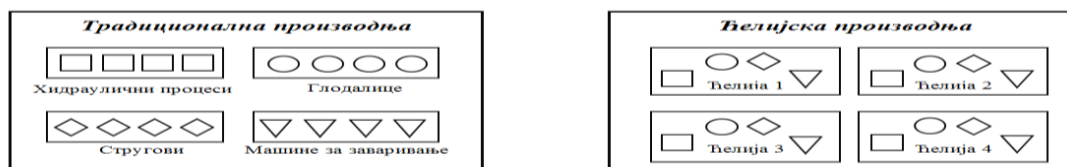
За разлику од традиционалних услова пословања, у савременом пословном окружењу све већа пажња поклања се, управо, људском фактору, као главном ресурсу за остваривање и одржавање конкурентске предности. Наиме, полазећи од чињенице да на данашњем глобализованом и интернационализованом тржишту све почиње и завршава се са људима (купци – запослени – добављачи), као и да убрзани развој технике и технологије омогућава висок степен аутоматизације пословних активности, наметнула се потреба за спровођењем корјених промјена у пословним процесима, у организационој структури, у рачуноводству, али, и у пословној култури и односу према запосленима, односно наметнула се потреба за усвајањем нове пословне филозофије. Таква филозофија јесте управо lean концепт пословања, који се први пут јавио у Јапану после II свјетског рата. Иако је требало неколико година да Toyota усаврши и у потпуности имплементира lean систем производње, након њених завидних продора на тржиштима широм свијета, lean постаје „рецепт за успјех“. Постављена је нова пословна парадигма: купац је центар, а главни циљ је удовољити његовим захтјевима на што квалитетнији начин, штедећи максимално своје ресурсе.

1. ОСНОВНЕ METODE I TEHNIKE LEAN KONCEPTA

Основна идеја на којој се базира lean производња јесте да је неопходно појачати продуктивне радње производно-пословног процеса, а елиминисати „штетне“, те на тај начин пажњу у потпуности усмјерити само на активности које стварају вриједност за купца. Међутим, сама идеја је неодржива уколико је запослени на свим организационим нивоима не прихвате и уколико она не постане саставни дио њиховог свакодневног рада. Управо ту се крије разлог успјеха овог новог, савременог концепта пословања. Наиме, стварањем пословног окружења гдје се

запослени осјећају као највриједнији ресурс, гдје се њихове идеје, иницијативе и залагања подржавају, подстичу и додатно награђују, гдје су они интегрални, незамјенљиви дио предузећа, осигурава се остваривање заједничког циља, а то је континуирани рад на побољшању перформанси предузећа ради осигурања његовог тржишног опстанка и раста. На тај начин, апострофирајући главне факторе данашњег пословног успеха (знање, вријеме и квалитет) и ослањајући се при томе на примјену модерних производних и информационих технологија, lean концепт пословања омогућава предузећима да лакше и брже реагују на сигнале тражње.

Прелазак са традиционалних на lean методе и технике пословања може на први поглед дјеловати компликовано и скупо, али оно што се не смије изгубити из вида јесте да су користи велике. Предузећа која користе lean методе и технике дизајнирају своје пословање тако да су у могућности да врло брзо одговоре на стално промјенљиве захтјеве купаца. Поуздано снабдијевање купаца траженим производима директно води ка јачању повјерења и лојалности корисничке базе и подстицању на поновну сарадњу, што и представља суштину опстанка на данашњој тржишној сцени.



Слика 1. Процесни версус ћелијски распоред (Imman, 2007)

Дуги низ година, у зависности од потреба праксе, развијале су бројне методе и технике lean концепта пословања, с јасним циљем редуковања трошкова, унапређење квалитета и повећање тржишног учешћа. У наставку су укратко објашњене неке од основних lean метода и техника.

1.1. Ћелијска производња

Ћелијска производња (енгл. Cellular Manufacturing – CM) представља модел дизајнирања радног мјеста на начин који ће омогућити континуирано и глатко кретање залиха и материјала за производњу производа од почетка до краја у једнопроцесном току уз минималне трошкове транспорта и вријеме чекања, односно без икаквих кашњења или одгодби по том питању. Наиме, у питању је таква организација производног процеса гдје се све машине које су потребне за производњу одређене врсте производа лоцирају на једном мјесту, у једној тзв. радној ћелији¹⁶. Унутар те радне ћелије одвија се целокупан процес производње високо сличних производа¹⁷, што значи да свака ћелија има оперативну аутономију, односно у питању је самостална мини-производна линија са

¹⁶ Радна ћелија представља радну јединицу већу од групе појединачних машина или радних станица, али мању од уобичајеног радног окружења. Унутар ње обично је запослено 2-3 радника и 5-15 радних станица у компактном аранжману.

¹⁷ Сви дијелови, у основи, прате исту рутину кроз производни процес, са неким мањим варијацијама (нпр. прескакање одређених операција унутар радне ћелије).

сопственом опремом, запосленима и ресурсима. Имплементација оваквог начина производње захтијева озбиљна реструктурисања у самом предузећу у погледу лоцирања и уређивања радног процеса. Потребно је целокупан производни систем подијелити на радне ћелије, затим прилагодити карактеристике машина потребама ћелијске производње (према фамилијама производа) и унаприједити оперативне вјештине запослених. Ћелијски дизајн подразумијева мале, флексибилне машине и мултиквалификоване раднике који ће моћи пратити целокупан производни процес. Међутим, није довољно само размјестити различите машине у појединачне секвенце, него је неопходно елиминисати сва „уска грла“ која ометају једнопроцесни ток, односно потребно је избалансирати капацитете машина унутар радне ћелије.¹⁸ Као што се види, овакав начин производње је у потпуној супротности са традиционалним производним системом, гдје је производна линија подијељена по процесима, а радници специјализовани за обављање само једне врсте посла унутар сваког процеса (Сл. 1).

Адекватно оформљене и имплементиране радне ћелије су далеко флексибилније на потребе и захтјеве купаца и ефикасније у погледу смањивања трошковања производним операцијама, него класична масовна производња. Неометани проток материјала у ћелијској

производњи омогућава досљедну примјену концепта „тачно на вријеме“ (енгл. Just In Time – ЈИТ), што значи да ће сваки дио обрађен на једној радној станици, засигурно бити обрађен на сљедећој радној станици, тј. нема нагомилавања дијелова између процеса, нема залиха, све се одвија много брже и много лакше и производни процеси се прилагођавају постојећој тржишној тражњи. На тај начин ФИФО (енгл. First In First Out) метод обрачуна кретања залиха, као један од главних аспеката lean производње, долази до пуног изражаја.

Неке од главних предности које ћелијски начин лоцирања и уређивања радног процеса доноси јесу: свођење потребног кретања и преношења дијелова на минимум, редуковање времена чекања између операција, редуковање залиха и повећање продуктивности. Другим ријечима, ћелије поједностављују проток материјала, управљање, па чак, и сам рачуноводствени систем. Такође, битно је напоменути да код ћелијске производње било какав квар унутар једне радне ћелије неће имати радикалан утицај на остатак производног процеса у предузећу.

1.2. Одржавање укупне продуктивности

Одржавање укупне продуктивности (енгл. Total Productive Maintenance – ТРМ) представља програм

¹⁸ Уравнотежење капацитета потребне опреме може се постићи или избором машина које по величини одговарају једна другој или комбинацијом двије или више, по капацитету, мањих машина да одговарају једној већој машини.

одржавања који је усмјерен на оптимизирање продуктивности производне опреме путем укључивања запослених на свим нивоима пословања (од оператера до топ менаџмента) у њено систематично одржавања. Наиме, циљ је учинити пословни процес поузданијим и, што је више могуће, смањити губитке везане за опрему (кварови, подешавање, празан ход и мањи прекиди у раду, смањена брзина, дораде и сл.). Дуго времена се одржавање опреме сматрало непрофитном, секундарном активношћу, међутим, lean концепт пословања истиче њен значај и важност као дијела неопходног за одржавање виталности пословног процеса. Овај став поткрепљује чињеница да квар само једне машине може условити застој цјелокупне производне линије, као и да се значајан проценат тих кварова могао спријечити адекватним одржавањем.¹⁹ "TPM" акценат ставља на превентивно одржавање²⁰, коригујуће одржавање²¹ и одржавање превенције²², односно настоје се смањити, или чак у потпуности избјећи хитна и непредвиђена сервисирања опреме²³.

Илустрација 1. Резултати примјене TPM-a (Roberts, 1997)

"Ford", "Eastman Kodak", "Dana Corp.", "Allen Bradley", "Harley Davidson" представљају само неке од компанија које су успјешно имплементирале "TPM". Њихови извјештаји свједоче да је то био корак који је потпомогао повећању укупне продуктивности. У извјештају компаније "Kodak" стоји да се инвестиција од 5 милиона \$ (за имплементацију "TPM"-а) директно може повезати са повећањем профита од 16 милиона \$. "Texas Instruments" наводи да је у неким областима дошло до повећања продуктивности за чак 80%. Такође, у многим производним компанијама вријеме припреме скраћено је са неколико сати на свега двадесет минута. У скоро свим компанијама, које су имплементирале "TPM", пријављено је смањење броја застоја за 50% и више, смањење броја залиха резервних дијелова, као и повећање броја правовремених испорука.

Међутим, успјешна имплементација "TPM"-а не може се извршити "преко ноћи", потребно је најмање двије године (неки аутори, као што су Roberts и Kobb, сматрају да је потребно пет до седам година), али резултати су и више него импресивни (25-50% већи обим производње, а у појединим случајевима и знатно

¹⁹ 75% кварова машина настаје као последица контаминације и неправилног подмазивања (El-Homsi, Slutsky, 2010, стр. 88).

²⁰ Превентивно одржавање представља саставни дио планираног одржавања цјелокупне расположиве опреме, а не само случајно одабраних узорака. Задатак запослених је да редовно сервисирају опрему ради откривања било каквих аномалија.

²¹ Коригујуће одржавање се односи на побољшање опреме ради смањивања кварова или ради лакшег одржавања. У том смислу, може се рећи да се коригујући ремонт бави одлукама да ли поправити постојећу или купити нову опрему. Уколико су опрема или њени дијелови лоши, у смислу да се константно кваре, свакако је исплатније купити нову опрему. Значи, акценат је на избору праве опреме, у супротном, новац уложен у ту опрему представљаће губитак.

²² Одржавање превенције указује на дизајн нове опреме.

Слабости постојеће опреме се детаљно прате и анализирају (шта је довело до неуспјеха превенције, шта се треба предузети за лакше одржавање и спречавање недостатака, за сигурност и једноставност производње) како се исте не би поновиле и код пуштања у рад нове опреме.

²³ Прије увођења "TPM"-а одржавање опреме значило је само поправљање у случају појаве квара.

већа побољшања). Оно што се не смије заборавити јесте да се овај програм одржавања мора спровести кроз читаво предузеће и врло је битно да га сви запослени усвоје и досљедно примјењују.

1.3. „Pull“/Канбан системи

Термин „pull“ код lean производње означава захтјев купца за производом. У последних неколико година, у већини развијених земаља, „pull“ систем (енгл. make-to-order) неминовно замјењује тзв. „push“ систем (енгл. make-to-stock) који се традиционално заснивао на (често нетачном) предвиђању тражње. „Push“ систем карактерише производња према прогнозираној тражњи, групна обрада и велике количине производа. Међутим, као најчешћа последица оваквог начина вођења и планирања производње јавља се висок (најчешће непотребан) ниво залиха недовршене производње, чије одржавање изискује значајне финансијске напоре, као и велике количине готових производа за које не постоји стварна тражња на тржишту. У таквој ситуацији, предузеће је принуђено да вјештачким путем (кроз скупе маркетиншке кампање, различите облике попушта итд.) побуди захтјеве тржишта, али чак и тада не постоји гаранција да ће се производи, заиста, продати. С друге стране, „pull“ систем пословања подразумијева производњу само оних учинака, и то тачно у оној количини која се захтијева од наредне радне станице, тј. наредне производне фазе, или ако се пође од шире слике, производиће се само оно што купац, заиста, и тражи. „Pull“ систем је неодојив од концепта „тачно на вријеме“²⁴ и програма континуираног попуњавања (енгл. Continuous Replenishment Program – CRP). Овакв систем рада практично омогућава пословање без залиха недовршене производње, повећање продуктивности, редуковање укупних трошкова, као и висок степен флексибилности и минималну или, тако рећи, никакву количину отпада. Другим ријечима, код „pull“ система производња је уско повезана са тржишном динамиком.

Илустрација 2. Идеални "pull" ланац снабдијевања ("Pull System – A Key Lean Concept", 2009)

Michael Dell је започео производњу рачунара у својој соби у студентском дому, на колеџу. Основна разлика између њега и његових конкурената је била у томе што Dell није имао простор за пријем клијента или производни погон. Такође, није имао простора за складиштење дијелова, па чак ни за складиштење врло малих компонента. Наиме, залихе или нису постојале или су биле на неком минималном нивоу. Међутим, и поред постојећих ограничења, Dell је успио да развије успјешан пословни модел: клијенти изаберу спецификације својих рачунара на Интернету и на основи тих спецификација конструише се рачунар. Није било вишка дијелова, није било залиха, а сваки рачунар је, одмах по завршетку израде, достављан клијенту.

У оквиру lean производње канбан²⁵ представља саставни и нераздвојни контролни дио „pull“ система. Наиме,

²⁴ Производња у некој од фаза производног процеса десиће се само онда када се јави стварна тражња из наредне фазе, односно учинци се крећу кроз систем искључиво према захтјеву.

²⁵ Ријеч „канбан“ је јапанског поријекла и означава сигналну таблу или билборд. Суштина је да се употреби постојећи ниво тражње за контролу нивоа производње.

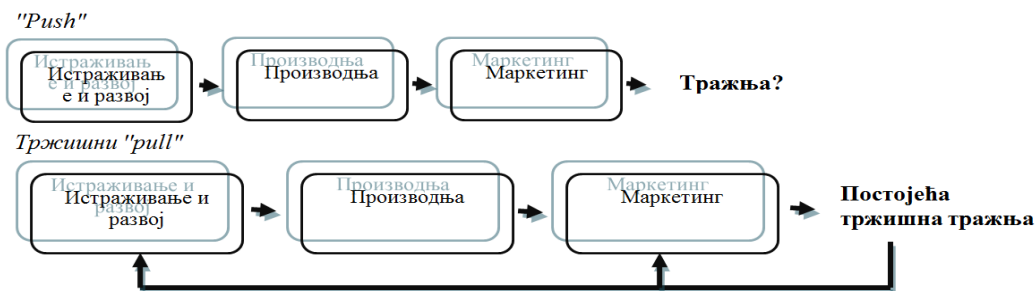
канбан се често означава као „нервни систем“ lean производње, јер представља технику која детерминира квантитет производног процеса, те на тај начин, као примарни алат концепта „точно на вријеме“, олакшава цјелокупан систем наручивања и снабдијевања. Врло је битно напоменути да канбан метод контроле не треба схватити искључиво као прости систем контроле залиха, него више као систем распоређивања који указује на то шта да се производи, када и у којој количини. Значи, суштина је у коришћењу визуелних сигнала²⁶, па тако, може се рећи да канбан представља сигнал да је одређени материјал или дио у процесу производње потрошен (употребљен) или је његова количина досегнула доњу минималну границу, те да исти треба надомјестити (произвести у претходној фази производне

варијација тражње)³¹ = ((стандардна девијација тражње х „z-score“ за дати ниво поузданости) / величина контејнера;

- број канбана за сигурносне залихе (залихе изнад нивоа залиха циклуса и тампон залиха, које се држе ради регулисања интерних варијација, односно варијација у производњи) = ((стандардна девијација производње х „z-score“ за дати ниво поузданости) / величина контејнера.

Илустрација 3. Израчунавање броја канбана за залихе циклуса (Smith, Hawkins, 2004, стр. 52-56)

Дневна пошиљка (дневна тражња) износи 1.400 јединица производа, при чему је такт 1 минут (што



Слика 2. "Push" версус "pull" систем (Martin, 1994, стр. 44)

линије или набавити од добављача). За визуелну сигнализацију најчешће се користе картице²⁷ (у различитим бојама), затим, празна амбалажа (нпр. кутије, контејнери), празан радни простор (као што је патос, под) или, све чешће, електронски сигнали²⁸.

Разликују се три врсте канбана: (1) канбан добављача (налази за добављаче дијелова, када су ти дијелови потребни за монтажу), (2) канбан унутар предузећа (користи се између процеса у предузећу) и (3) канбан производње (упуства за процесе унутар производне линије). Врло је битно одредити прави број канбана. Тако нпр. код канбана производње разликују се три врсте залиха готових производа (Wilson, 2010, стр. 49-50):

- број канбана за залихе циклуса (залихе за покриће нормалне тражње од стране корисника) = ((вријеме попуњавања²⁹ х број производа по часу) х (1 + алфа³⁰)) / величина контејнера;

- број канбана за тампон залихе (залихе изнад нивоа залиха циклуса, које се држе због екстерних

значи да је вријеме производње 23,3 часа), вријеме планирања канбан картица је 24 часа, вријеме испоруке производа 2 часа, а вријеме чекања покрића тражње 16 часова. Залихе циклуса у том случају износе 4.114 јединице производа, односно: $(65,3h \times 60 \text{ јед./h}) \times (1+0,05)$. Ако је величина контејнера 50 јединица производа, онда је за утврђени ниво залиха циклуса потребно 83 контејнера $(4.114/50)$, односно 83 канбана. Значи, 83 је максималан број канбана готових производа који може бити на попису залиха циклуса. Наиме, уколико се деси (што је мало вјероватно) да купац, из било којег разлога, неколико дана није успио да преузме своју тражњу, то ће бити максималан износ који је ускладиштен. Детаљније, с обзиром да се свих 83 канбана налази у прилогу (нема сигнала за поновну производњу) неће се више производити ни један такав производ до момента кад купац поново почне преузимати своју тражњу.

С обзиром да lean концепт тежи смањивању (минимизирању) нивоа залиха, слједствено, и број канбана, временом, треба бити мањи. У конкретном случају, највећи утицај на величину залиха циклуса има вријеме планирања канбан картица (у оквиру времена попуњавања), што значи да 24 часа канбан картице стоје у кутији чекајући да буду обрађене. Уколико се, пак, ово планирање у потпуности заобиђе, у смислу да канбан иде из магацина директно употреби, вријеме попуњавања би се скратило за 24 часа, а тиме би дошло до редуковања залиха циклуса на 2.601 јединица $((41,3h \times 60 \text{ јед./h}) \times (1+0,05))$, односно број канбана би се смањио за 30 $(2.601/50=53)$.

Као што се из наведеног види фундаментална разлика између „push“ и „pull“ система јесте, управо, у смијеру кретања информација (Сл. 2). Код „push“ система информације и учинци теку у истом смијеру, док је код

²⁶ Визуелни сигнали представљају основно средство увођења визуелног менаџмента у предузећа (енгл. Visual Management). Визуелни менаџмент обезбјеђује транспарентност, у смислу да сви запослени располажу истим информацијама, као и да су оне доступне у право вријеме, и управо зато примјена канбана доприноси визуализацији цјелокупног пословног процеса.

²⁷ Канбан картица, као најједноставнији облик канбана, прати сваки дио који пролази кроз процес производње. Када се тај дио потроши, уклањање картице сигнализира да га је потребно замијенити.

²⁸ Електронски канбан систем шаље канбан сигнале електронским путем, те на тај начин обезбјеђује елиминисање учесталих проблема као што су мануелне грешке (погрешни уноси података) и изгубљене картице.

²⁹ Вријеме попуњавања се добија као збир времена планирања, времена чекања, времена производње и времена испоруке.

³⁰ Алфа је произвољан фактор сигурности, нпр. 0,05.

³¹ Израчунавају се на основу историјских података о варијацијама екстерних услова.

„pull“ система њихов смијер кретања супротан. Наиме, „push“ систем се заснива на интерним активностима истраживања и развоја, а „pull“ систем на екстерној снази тржишта.

Међутим, мора се нагласити да иако велики број предузећа покушава да цијелокупан пословни процес, од краја до почетка, учини чистим „pull“ моделом пословања, у пракси се то ријетко дешава (или се може рећи да се у почетним фазама преласка на lean систем пословања то ријетко дешава), јер обично постоје бар неки аспекти у ланцу снабдијевања са карактеристикама „push“ система. Интерфејс „push“ и „pull“ система представља тзв. хибридни модел, чија примјена захтијева пажљиву анализу и планирање. Код „push“ система акценат је на планирању и набавци материјала, а код „pull“ система акценат је на распореду. Хибридни модел користи предности и једног и другог система. У зависности од сложености производа и његових варијанти, за успјешно функционисање хибридног модела потребно је јасно дефинисати границе између ова два опречна система. Временом, како организација сазријева, у lean смислу, границе ће се помијерати у корист „pull“ система.

1.4. Мапирање тока вриједности

Мапирање тока вриједности (енгл. Value Stream Mapping) представља кључни принцип у креирању тзв. lean предузећа. То је моћан алат за „гледање“ процеса, идентификовање компоненти које не додају вриједност и за редизајнирање процеса у чисти ток вриједности. Мапирањем тока вриједности сагледава се цијелокупан пословни процес у предузећу (од саме припреме, тј. пријема потребних сировина, преко производње, па до испоруке готовог производа купцу).

Графичка илустрација овако утврђеног тока вриједности представља мапу тока вриједности, која олакшава саму визуализацију тока материјала и информација. При реализацији графичког приказа пословног процеса предузећа користе се стандардизовани симболи или иконе. Могуће је и да предузеће развије сопствене, додатне иконе ради детаљнијег мапирања тока вриједности, али битно је да оне буду конзистентне кроз дужи временски период, како би свако од запослених могао да разумије шта оне представљају и да их искористи при састављању одговарајуће мапе.

Основна сврха или циљ креирања ове мапе јесте у идентификовању свих тачака у ланцу вриједности које се сматрају отпадом како би се могло радити на њиховом елиминисању. Цијелокупан процес мапирања тока вриједности одвија се кроз четири фазе:

- *избор производа или фамилије производа*

У првој фази потребно је изабрати производ или фамилију производа чији се ток вриједности жели мапирати. С обзиром да купци, углавном, нису заинтересовани за све производе које предузеће производи и нуди, правило је да се за мапирање првенствено бирају производи који највише привлаче пажњу купаца.

- *мапирање садашњег стања*

Друга фаза је усмјерена на приказивање тренутног стања производног процеса изабраног производа или фамилије производа. Од изузетне је важности да мапа садашњег стања буде реална и вјеродостојна, јер једино на тај начин могу се уочити све критичне тачке у ланцу вриједности. Након сагледавања цијелокупног система, у мапу се уцртавају основни производни процеси кроз

које материјал пролази на свом путу до купца, уз евентуално навођење детаљних податак везаних за поједине процесе. Такође, примјеном одговарајуће иконе (као што је тзв. „троугао упозорења“) означавају се уска грла гдје долази до гомилања залиха. Иконе токова материјала уносе се у доњем дијелу мапе, и то с лијева на десно (од уласка материјала у предузеће до његовог изласка из предузећа у виду готовог производа). С друге стране, иконе тока информација уносе се с десна на лијево (од купца који диктира цијелокупну производњу па све до добављача), у горњем дијелу мапе. На овај начин могу се открити дијелови производних процеса гдје је умјесто „pull“ система производње заступљен „push“ систем. На крају, у доњем дијелу мапе уцртава се временска линија која показује вријеме задржавања материјала у појединим фазама производног система.

- *мапирање будућег стања*

Мапирањем будућег стања добијају се информације о томе како би у будућности требали да изгледају токови вриједности након што се имплементирају lean побољшања. Врло је битно да мапа будућег стања буде достижива и да се односи на неки краћи период (три до шест мјесеци). При изради ове мапе полазну тачку представља мапа садашњег стања, јер она указује на уска грла која успоравају или заустављају ток материјала, што доводи до повећања трошкова, смањења ликвидности, смањења броја правовremenних испорука производа и сл. Сљедствено, као посљедица, умањује се профитабилност и флексибилност предузећа, што постепено води угрожавању његове тржишне позиције. Сагледавањем констатованих проблема, те анализирањем и отклањањем њихових узрока, компонује се мапа будућег стања.

- *имплементирање планираног (будућег) тока вриједности*

У највећем броју случајева, планирани ток вриједности се не може одједном достићи. Управо из тог разлога, мапа будућег стања се дијели на сегменте по којима се спроводе промјене у оквиру назначених термина. У складу са lean концептом континуираног побољшања, достизање планираног тока вриједности аутоматски представља основу за креирање нове мапе будућег стања, те се на тај начин, скраћивањем цијелокупног времена производње, максимирањем учинака и минимизирањем дефеката ствара снажно предузеће које може да одговори изазовима данашње турбулентне тржишне сцене.

1.5. Брзо пребацивање ("SMED")

Брзо пребацивање (енгл. Quick Changeover), или *редуковање времена подешавања* (енгл. Setup Reduction), представља једну од кључних компонента lean производње, која омогућава предузећима да смање величину серије, као и укупно вријеме рада (енгл. lead time), те на тај начин лакше и брже одговоре на захтјеве тржишта, али без потребе држања скупих сувишних количина залиха. Наиме, ради се о елиминисању или минимизирању активности које не додају вриједност при подешавању или заустављању производног процеса, дозвољавајући на тај начин предузећима да брзо и ефикасно пређу са производње једног производа на производњу другог. Краће укупно вријеме рада води смањењу варијација, повећању производне флексибилности и реаговања предузећа (у смислу да је предузеће способно да се прилагоди промјенама купаца,

и у погледу карактеристика производа и у погледу тражене количине). Такође, не смије се заборавити да је ово „кључна метода и у побољшању новчаног тока предузећа“ (Wilson, 2010:74).³²

Техника брзог пребацивања је заснована на тзв. *SMED* (енгл. Single Minute Exchange of Dies) систему. Суштина овог система је да вријеме подешавања треба да буде сведено на једноцифрени број минута, односно да цијелокупан процес подешавања производне линије или машине при преласку, тј. при промјени производног програма не би требало да траје дуже од 9 минута. Резултат таквог редуковања јесту нижи трошкови производње, мање величине серија, повећана способност за испуњавањем вишеструких захтјева купаца, повећана продуктивност, повећан број правовремених испорука, смањене залихе недовршене производње и повећан коефицијент обрта залиха.

„SMED“ и брзо пребацивање доприносе, у првој итерацији, смањењу времена подешавања, у просјеку, за 50% и више, пружајући, такође, могућност за континуираним побољшањем и даљим смањењем времена у будућности (Сл. 3).

Успјешном имплементацијом „SMED“-а постижу се побољшања у двије категорије:

- људски фактор (постиге се припремом и организацијом),
- технички фактор (постиге се кроз инжињерство).

С обзиром да су, у пракси, побољшања људског фактора обично бржа и јефтинија у односу на технички фактор, то значи да приликом постизања брзог пребацивања пажњу превентивно треба усмјерити на људски фактор (тзв. брза пobjеда: јасно дефинисати улоге и одговорности, обучити радне тимове, дати инструкције за стандардизован рад, елиминисати чекања и непотребне покрете итд.), али за дугорочно одржавање технике брзог пребацивања не смије се занемарити значај техничког фактора (елиминисати прилагођавања,

инсталирати тзв. брзе окидаче итд.). Потреба за „SMED“ системом и техником брзог пребацивања је данас врло изражена, управо због појачане тражње за разноврсним производима, скраћеног животног вијека производа и потребе да квантитет залиха буде знатно мањи. Наиме, њихова успјешна имплементација представља кључ за остваривање конкурентске предности предузећа која се баве производњом, припремом, обрадом или паковањем палете производа на једној машини, производној линији или радној хелији.

1.6. Организација радног мјеста

Организација радног мјеста (енгл. Workplace Organisation) или тзв. 5С систем представља структуриран програм за систематско постизање потпуне организације, чистоће и стандардизације на радном мјесту. Битно је напоменути да је то обично први метод lean концепта који предузећа имплементирају. Наиме, с обзиром да је 5С филозофија фокусирана на поједностављивање радне средине, редуковање отпада, те унапређење квалитета рада и сигурности на раду, логично је да представља кључну компоненту lean производног система.

„5S“ методологија развијена је у Јапану и означава пет јапанских ријечи за стандардизовано чишћење: *seiri*, *seiton*, *seiso*, *seiketsu*, *shitsuke*.

Сортирање (seiri) подразумева уклањање свих непотребних предмета с радног мјеста који нису потребни за текуће производне операције. Ефикасан визуелни метод за идентификацију ових предмета назива се „црвено означавање“. Наиме, црвена ознака ставља се на све ставке које нису од значаја за пословање или које нису на одговарајућој локацији или у одговарајућој количини. Сортирање је одличан начин да се ослободи драгоцјени простор и елиминирају ствари као што је поковарени алат, застарјели уређаји, отпаци и вишак сировина.



Слика 3. Увођење технике брзог пребацивања (Ingham, 2003)

³² Постоји још једна предност коју са собом носи скраћивање укупног времена рада, а која превазилази оквире lean тематике, а то је будуће пословање. Lean концепт пословања је дизајниран за предузеће које већ има осигураног купца. Наиме, сам концепт такт производње наглашава да већ постоји конкретна тражња за одређеним производом. Међутим, за концепт масовне производње (који је у највећој мјери још увијек заступљен на овим просторима и за који је готово немогуће одредити такт вријеме) укупно вријеме рада представља најбоље средство за будуће освајање одређеног тржишта. Ради се о томе да скраћивањем укупног времена производње и испоруке производа, предузеће брже долази до купаца, до задовољавања њихових потреба, у односу на предузећа код којих је укупно вријеме рада дуже, па чак и ако они имају ниже цијене. Детаљније погледати: Wilson, 2010, стр. 24-25.

Спремање (seiton) подразумева ефикасан и ефективан начин складиштења. Преостали предмети (након сортирања) морају бити систематски уређени за најлакши и најефикаснији приступ. Мора да постоји мјесто за све и све мора бити на свом мјесту. Мјесто за сваки предмет треба да буде означено и сваки предмет треба да носи ту ознаку, водећи рачуна да су предмети који се најчешће користе најлакше доступни. На тај начин радни ток постаје ефикаснији, а радник продуктивнији. Ова фаза, такође, може се назвати и поједностављивање.

Системско чишћење (seiso) односи се на одржавање уредности и чистоће радног мјеста. На крају сваке смјене потребно је очистити подручје рада и вратити све на право мјесто. Одржавање чистоће треба бити дио

свакодневног рада, на свим нивоима (од оператера до менаџера). Рад у чистом окружењу омогућава запосленима да лакше примјете кварове на опреми (цурење, вибрације, ломове, неусклађеност и сл.), те на тај начин избјегну различите застоје и губитке у производњи.

Стандардизовање (*seiketsu*) подразумева концентрацију на стандардизовање најбоље праксе у области рада. Наиме, рад треба да буде уједначен. Све радне станице за одређени посао би требале да буду идентичне. Сви запослени, које раде исти посао, треба да су у могућности, да у било којој станици (са istim алатима и истим размјештајем), неометано извршавају своје радне задатке. На тај начин се омогућава контрола и досљедност.

Самодисциплина (*shitsuke*) представља најсложенији јапачки концепт (од наведених пет) јер укључује инсталирање дисциплине, односно самодисциплине, развијање заједничких културних вриједности и самомотивације за побољшање праксе. Успјех овог концепта је незамислив без подршке менаџмента и без комуникације. На тај начин наставља се одржавање високих стандарда организације радног мјеста из дана у дан, из године у годину. То је најтежи корак за спровођење и остваривање, јер без њега достигнућа претходних корака неће дуго трајати.

Успјешна имплементација 5С методологије доводи до повећања квалитета, постизања стандардизације у раду, скраћивања времена припреме, унапређења сигурности, редуковања трошкова складиштења, редуковања времена обрта, смањивања броја кварова на машинама и унапређења морала запослених. Наведена методологија кроз стварање услова за повећање ефикасности и продуктивности обезбјеђује, у ствари, више времена за обављање активности које додају вриједност крајњем учинку.

1.7. Процес припреме производње

Процес припреме производње – ЗП (енгл. Production Preparation Process) представља пројектни менаџмент усмјерен на стварање поузданог и ефикасног процеса производње. Основни циљ овог lean алата јесте задовољавање захтјева купаца крећући од самог почетка, од развојне фазе, тестирајући потенцијалне дизајне производа и процеса, тражећи онај који захтијева најмање времена, материјала и инвестиција. Наиме, циљ је произвести производ који задовољава потребе купаца у погледу квалитета и у погледу цијене, уз истовремено поштовање тржишних рокова и постојећих производних могућности. Примјена ЗП-а подразумева постојање мултифункционалних тимова (дизајнери, инжењери,

оператери и други стручњаци за довођење траженог производа на тржиште) који раде на развоју више алтернатива за сваки корак производног процеса, те вредновању и рангирању расположивих алтернатива.³³ Крајњи резултат је lean производ који на најбољи могући начин одговара тржишним захтијевима и доноси најмање отпада за предузеће. ЗП алат се обично користи за дизајн и развој нових производа, и то углавном сложених производа (што је више саставних дијелова, материјала, процеса, трансакција и сл. потребно за израду и испоруку, то је више прилика за драстична побољшања кроз ЗП), кроз неколико типичних корака ("ЗП – Production Preparation Process", 2012):

- дефинисање циљева/потреба дизајна производа или процеса – пројектни тим настоји разумјети основне потребе корисника које требају бити испуњене;

- коришћење дијаграма – дијаграм рибља кост или нека друга врста илустрације представља идеалан начин за анализирање пословног процеса, од сировине до готовог производа;

- пронаћи и анализирати примјере из природе – пројектни тим сагледава како природа реагује на неке појаве сличне појединим процесима производње и настоји пренијети њене установљене позитивне реакције на одговарајућу производну фазу;

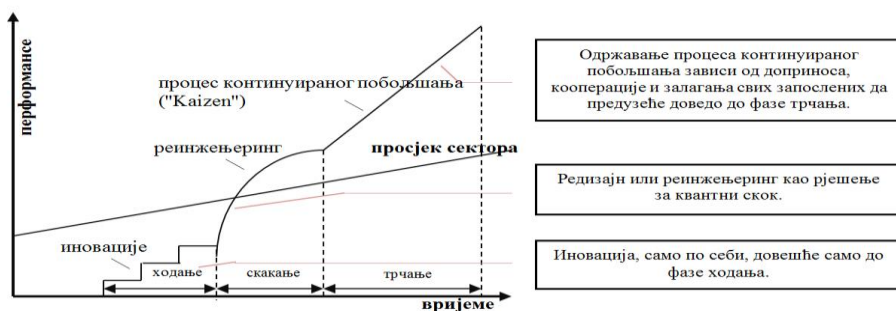
- скицирати и евалуирати процес – формирају се под-тимови, при чему сваки члан под-тима скицира начин за остваривање разматраног процеса, а затим се бира најбоља скица (узимајући у обзир добре карактеристике скица које нису изабране);

- конструисати, презентовати и изабрати прототипове процеса – тестирају се различите варијанте процеса како би се осигурало испуњавање задатих критеријума;

- одржати јавни преглед дизајна – када је одређени концепт изабран за додатну дораду, потребно га је представити пред већом групом ради добијања повратних информација;

- израдити план имплементације пројекта – уколико је предложени пројекат (процес) прихваћен, тим бира вођу пројекта који одређује временски распоред његове имплементације, дефинише захтјеве за ресурсима и расподјељује одговорности за реализацију успјешне имплементације.

У поређењу са традиционалним приступом дизајнирања производа и процеса, који често не испуни постављене захтјеве (неостварен планирани обим производње, непотпуна радна упуства, непостигнути циљни трошкови и сл.), ЗП представља изузетно драгоцјен алат, јер је трошак елиминисања отпада у најранијим фазама развоја производа далеко нижи него у завршној фази. Такође, квалитетан дизајн, тј. квалитетан старт доприноси драматичном побољшању перформанси и



Слика 4. Кајзен као услов дугорочног успјеха ("CIP vs. Innovation", 2010)

елиминисању отпада у мјери која се, засигурно, не може постићи искључивом примјеном континуираног, инкременталног побољшања постојећих процеса.

ЗАКЉУЧАК

Пут од традиционалног ка lean предузећу јесте дуготрајан и захтјеван, али неоспорно је да су користи велике. Идентификовањем и елиминисањем свих активности или процеса који троше ресурсе, повећавају цијену производа или продужавају вријеме потребно за производњу, без увећања вриједности за крајњег корисника, омогућава се постизање максималног квалитета производно-пословних процеса. Наиме, на овај начин, предузеће се фокусира на оно што је вриједност за купца, а не на оно што снабдјевач производа или услуге сматра вриједношћу, као што је то био случај код традиционалне масовне производње.

Ћелијски размјештај машина, уз стандардизован рад и стандардизован радни простор, једнопроцесни ток и „ТРМ“, као и успостављање pull/канбан система пословања олакшава имплементацију кајзен побољшања. Такође, мапирањем свих дефинисаних токова вриједности у предузећу утврђује се гдје се предузеће налази, а гдје би требало да буде у погледу брзо промјенљивих, високозахтјевних потреба тржишта. С обзиром на то да турбулентни пословни услови драстично скраћују животни вијек производа, lean методе и технике омогућавају предузећу да врло брзо побољша и прилагоди своје перформансе у складу са постојећим наруџбама купаца. Наиме, имплементацијом lean концепта пословања омогућава се стварање брзе, иновативне, јефтине, флексибилне и компјутерски интегрисане производње, гдје сви слојеви запослених, од менаџмента до радника у директној производњи, постају фокусирани на исту визију, а то је континуирано одржавање баланса између квалитетног и правременог задовољавања потреба купаца, као услов унапређења тржишне позиције предузећа, с једне стране, и повећања сопствене профитабилности, као показатеља успјешности предузећа и свих њених запослених, с друге стране. Ако посматрамо босанско-херцеговачку привреду, усвајање и адекватна имплементација наведених метода и техника lean концепта пословања представљала би, несумњиво, значајан корак на путу изласка из постојеће кризе, повећању сигурности и стабилности радних мјеста, те побољшању и учвршћивању конкурентске позиције домаћих предузећа првенствено на локалном тржишту, а онда и на тржишту околних земаља, па и шире.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] CIP vs. Innovation, (10 February 2010), Professional and Engineering Projects (PEP). Преузето 13. марта 2013. са сајта <http://www.peproj.com/Innovation/cipREinnovationv2.jpg>
- [2] El-Homsi, A., Slutsky, J. (2010), Corporate Sigma: Optimizing the Health of Your Company with Systems Thinking. New York: Taylor & Francis Group.
- [3] Huding, S., n.d., What are the Benefits of Kaizen?, Graphic Products. преузето 13. марта 2013. са сајта <http://www.graphicproducts.com/tutorials/kaizen/kaizen-benefits.php>

- [4] Ingham, T. (2003), Achieving Quick Changeovers by applying SMED techniques: A workshop for the East Midlands Quality Club and Business Link Derbyshire, ABB Consulting. Преузето 01. марта 2013. са сајта [http://www05.abb.com/global/scot/scot288.nsf/veritydisplay/f730e1453da833a8c12571e10051c997/\\$file/emqc%20achieving%20quick%20changeover.pdf](http://www05.abb.com/global/scot/scot288.nsf/veritydisplay/f730e1453da833a8c12571e10051c997/$file/emqc%20achieving%20quick%20changeover.pdf)
- [5] Inman, R.A. (2007), Cellular Manufacturing, Reference for business, Encyclopedia of Business, 2nd ed. Преузето 11. марта 2013. са сајта <http://www.referenceforbusiness.com/management/Bu-n-Comp/Cellular-Manufacturing.html>
- [7] KAIZEN хероји: Лек за застој производње, (26. децембар 2008.), Економист: Kaizen менаџмент (специјал), 449/450, 64.
- [8] Martin, M.J.C. (1994), Managing Innovation and Entrepreneurship in Tehnology –Based Firms, San Francisco: Wiley.
- [9] Pull System – A Key Lean Concept, (19 July 2009), Learn Lean Manufacturing. Преузето 6. марта 2013. са сајта <http://www.learnleanblog.com/2009/07/pull-system-key-lean-concept.html>
- [10] Roberts, J. (Fall 1997), Total Productive Maintenance, The Technology Interface Journal, 2 (4). Преузето 11. марта 2013. са сајта <http://technologyinterface.nmsu.edu/fall97/manufacturing/tpm2.html>
- [11] Roberts, J., Kobb, S., n.d., Post-Implementation Monitoring of Total Productive Maintenance (TPM), NEW –LeanExpertise.com. Преузето 12. марта 2013. са сајта http://www.leanexpertise.com/TPMONLINE//articles_on_total_productive_maintenance/tpm/ROBERTSK_OBB04.htm
- [12] Smith, R., Hawkins, B. (2004) Lean Maintenance. Oxford: Elsevier Inc.
- [13] Wilson, L. (2010) How to Implement Lean Manufacturing, New York: McGraw Hill.
- [14] 3P – Production Preparation Process, (13 January 2012), Lean CEO, Factory Strategies Group LLC. Преузето 4. марта 2013. са сајта <http://www.leanceo.com/topics/3p-production-preparation-process/>

UPOREDNA ANALIZA OGLAŠAVANJA PUTEM TRADICIONALNIH I DRUŠTVENIH MEDIJA

COMPARATIVE ANALYSIS OF TRADITIONAL MEDIA AND SOCIAL MEDIA ADVERTISING

Aleksandra Đorđević

Prof. dr Milica Kostić – Stanković, Fakultet organizacionih nauka Univerziteta u Beogradu

Jelena Cvijović, Fakultet organizacionih nauka Univerziteta u Beogradu

Rezime: U ovom radu prikazana je komparativna analiza tradicionalnog oglašavanja i oglašavanja putem društvenih medija, predstavljanjem njihovih glavnih karakteristika, prednosti i nedostataka. Izloženi su rezultati ispitivanja šire javnosti u Srbiji po pitanju popularnosti različitih medija, opažanja promotivnih poruka plasiranih putem određenih tipova medija i uticaja koji mediji imaju na donošenje odluke o kupovini proizvoda/usluga. Pažnja je usmerena na utvrđivanje da li različiti vidovi Internet oglašavanja postepeno potiskuju tradicionalno oglašavanje na televiziji, radiju i u štampi i koju strategiju bi trebalo da kompanije – oglašivači, u odnosu na stavove auditorijuma, sprovode u budućnosti.

Кljučne riječi: oglašavanje, Internet, tradicionalni mediji, društveni mediji, marketinška komunikacija

Abstract: This paper presents a comparative analysis of traditional advertising and advertising through social media, by presenting their main features, advantages and disadvantages. Research results on general public opinion in Serbia regarding the popularity of different media, perception of promotional messages placed by certain types of media and the impact media have on purchase decision are also presented. The focus is placed on determination whether different types of Internet advertising are gradually replacing traditional television, radio and press advertising and what strategy should companies - advertisers, with respect to audience attitudes, implement in the future.

Key Words: oglašavanje, Internet, tradicionalni mediji, društveni mediji, marketinška komunikacija

1. UVOD

Oglašavanje je jedan od instrumenata miksa promocije i predstavlja oblik plaćenog plasiranja komunikacionih poruka putem različitih medija sa ciljem da se informiše, ubedi i motiviše ciljna grupa da kupi određeni proizvod ili uslugu. Postoji pet osnovnih dimenzija oglašavanja koje treba uzeti u obzir prilikom njegove analize: cilj ili misiju oglašavanja, budžet, poruku, tip medija i merenje rezultata (Kotler, 2003). Prvenstveno bi trebalo razmotriti koje rezultati kompanija želi da postigne oglašavanjem – da li je u pitanju stvaranje svesti o novom proizvodu, reakcija na konkurentske aktivnosti ili podsticaj na kupovinu (Green, 2012). Neizostavan faktor je i budžet, odnosno novčana sredstva koja kompanija ima na raspolaganju, jer je oglašavanje putem pojedinih medija znatno skuplje od oglašavanja putem nekih drugih. Međutim, mediji putem kojih je oglašavanje skupo ne znači nužno i bolje rezultate na tržištu, jer se ponekad korišćenjem "jeftinijeg" medija može lakše dopreti do ciljne grupe. Ključna odluka koju kompanije – oglašivači donose je izbor vrste medija, kako bi poruka najbrže stigla do ciljnog auditorijuma, ali i ostvarila željene efekte. Izbor medija se određuje na osnovu ciljnog auditorijuma, kredibiliteta, zastupljenosti, kao i na osnovu samog sadržaja poruke koja se šalje (Belch, Belch, 2011). Značajne karakteristike su domet medija, njegove audio-vizuelne mogućnosti, obeležja, prednosti i nedostaci. Ne smeju se zanemariti ni kvantitativni pokazatelji kao što su, na primer, rejting kada su u pitanju televizijske stanice ili tiraž, kada su u pitanju štampani mediji.

2. OGLAŠAVANJE PUTEM TRADICIONALNIH MEDIJA

Tradicionalni mediji su još uvek zastupljeniji kada je oglašavanje u pitanju, mada, poslednjih par decenija, sa razvojem Internet tehnologija, njihova primena u ovom domenu opada, pa samim tim opada i njihov uticaj. Tradicionalno oglašavanje nastoji da privuče pažnju velikim brojem oglasnih poruka, koje neosporno utiču na ljudsku percepciju, koje se u toku određenog vremenskog perioda kontinualno prikazuju na televiziji ili radiju, ili ukrašavaju bilborde na prometnim lokacijama. Međutim, ovaj vid oglašavanja iziskuje visoke troškove. Još jedan nedostatak tradicionalnih medija je izostanak dvosmerne komunikacije i dobijanja povratne reakcije publike, a samim tim i otežana procena efekata oglasnih poruka.

Televizijski oglasni spot podrazumeva kratku video-audio formu na televizijskim stanicama putem koje se javnosti prikazuje određeni proizvod, usluga ili ideja koju je potrebno objaviti i na taj način zaintrigirati ciljne grupe. Neke od osnovnih prednosti

oglašavanja na televiziji su: veoma širok auditorijum do kog poruka može da dospe, mogućnost kombinovanja slike, zvuka i pokreta, mogućnost demonstriranja upotrebe i načina korišćenja proizvoda, kao i približavanje proizvoda potencijalnim korisnicima pomoću realnih životnih situacija, mogućnost ponavljanja itd. (Olson, Thomoe, 2012). Troškovi zakupa oglasnog termina su veoma visoki, posebno ako su u pitanju emitovanja u udarnim terminima ili za vreme prenosa nekog bitnog događaja. Takođe, treba uzeti u obzir činjenicu da ne tako veliki procenat ljudi provodi vreme gledajući reklame, što predstavlja veliki hendikep kada je u pitanju oglašavanje ove vrste (Jobber, Fahy, 2006). Pored ovog nedostatka, navode se i sledeći: neophodnost planiranja oglašavanja unapred, kratko trajanje poruka, česte kritike televizijskog oglašavanja, itd.

Kada je u pitanju oglašavanje putem radija, najbitnija stavka je odabir radio stanica koje sluša ciljna grupa i adekvatan termin emitovanja promotivne poruke. Pored ova dva faktora, ne sme se zaboraviti faktor ponavljanja, jer je od ključnog značaja da ciljna grupa upamti poruku. Jedna od osnovnih prednosti ovog tipa oglašavanja je mogućnost dosezanja do širokih krugova javnosti. Pored ove, u pozitivne karakteristike radija ubrajaju se i niski troškovi – kako zakupa medijskog termina, tako i troškova produkcije, mogućnost slušanja radija tokom vožnje i uključivanja slušalaca u program što predstavlja neki vid interakcije tj. dvosmerne komunikacije, kao i pogodnost kombinovanja sa drugim medijima. Treba izdvojiti par nedostataka, a to su: neophodnost zakupa više termina na različitim stanicama kako bi poruka bila efektivna, izostanak vizuelnog dela, kao i nemogućnost pouzdane metodologije merenja uspeha oglašavanja (Tyson, 2010).

Oglašavanje putem dnevne štampe ima niz prednosti, ali i nedostataka. U osnovne prednosti novina kao medija masovne komunikacije spadaju veoma široka pokrivenost, mogućnost geografske segmentacije korišćenjem lokalnih novina za oglašavanje, distribucija izdanja u dijaspori, mogućnost preciziranja strane i pozicije oglasa, mogućnost štampanja dodataka, poverenje čitalaca, kao i vezivanje oglašavanja za određeni dan (Hoskins et al., 2008). Sa druge strane, dnevne novine obično imaju loš kvalitet štampe, brzo zastarevaju i nisu pogodne za obraćanje usko definisanim ciljnim grupama (Tyson, 2010).

Oglašavanje putem časopisa često iziskuje visoke troškove jer predstavlja marketinšku komunikaciju usmerenu ka specifičnim ciljnim grupama, usko targetiranim prema demografskim karakteristikama, interesovanjima i životnim stilovima (Hoskins et al., 2008). Neophodno je zakupiti prostor za oglašavanje dosta ranije, ponekad i mesecima unapred, što predstavlja nedostatak ove vrste oglašavanja. Prednosti su dobar kvalitet štampe, što omogućava predstavljanje kreativnijih ideja i

dugotrajnost, jer se časopisi mogu čuvati nekoliko dana, nedelja, pa čak i godinama.

U spoljno oglašavanje spada oglašavanje putem bilborda, megabordova, svetlećih reklama, reklamnih panoa, kao i oglašavanje u ili na gradskim autobusima. Ovaj vid oglašavanja nesumljivo može da bude inovativan i kreativan, i drugačiji od ostalih. U glavne mane spadaju visoki troškovi i ograničenost postavljanje samo na određena mesta.

3. OGLAŠAVANJE PUTEM DRUŠTVENIH MEDIJA

Društveni mediji predstavljaju način na koji se efektivno koriste komunikacione tehnologije za uspostavljanje kontakata sa pojedincima ili grupama ljudi, kreiranje odnosa, izgradnju poverenja i ostvarivanje dvosmerne komunikacije, kada ljudi iskažu spremnost za određenom akcijom (Safko, 2010). Društveni mediji opisuju način na koji sadržaj postaje demokratizovan od strane Interneta i ulogu koju pojedinci sada imaju, ne samo u korišćenju informacija i prosljeđivanju drugima, već i u kreiranju i deljenju sadržaja sa njima, bilo da je to u tekstualnoj ili vizuelnoj formi (Cook, 2008). Društveni mediji se mogu definisati i kao onlajn sredstva i platforme koje ljudi koriste kako bi međusobno razmenjivali stavove, shvatanja, iskustva i perspektive (Kostić – Stanković, 2011). Korišćenjem društvenih medija, što je za marketing veoma značajno, moguće je izgraditi dugoročni odnos koji će rezultovati lojalnošću, koja će posledično obezbediti veći stepen povraćaj investicija i više pozitivnih glasina. Statistički pokazatelji ukazuju da jedan nezadovoljan potrošač širi lošu vest putem sredstava komunikacije ka 20 drugih, u proseku, dok jedno pozitivno iskustvo deli sa 9 do 12 ljudi (Kostić – Stanković, 2011).

Internet meša elemente ljudske komunikacije sa komunikacijom računara i telekomunikacijama kako bi ih ujedinio na jednoj platformi (Knun, 2008) i broj njegovih korisnika i njihova posvećenost iz godine u godinu pokazuje trend rapidnog rasta. Stoga nije neobična činjenica da i on-line oglašavanje postaje sve popularnije. Moguće ga je definisati kao svaki oblik komercijalnog sadržaja dostupan na Internetu koji informiše kupce o proizvodu i usluzi. Sa aspekta potrošača, oglašavanje putem Interneta ima dve forme: elektronski oglasi slični tradicionalnim oglasima (baneri i sl.) i novi tip oglašavanja – korporativni veb sajtovi (Solomon et al., 2011). Uprkos početnom skepticizmu, kada je reč o efikasnosti oglašavanja putem Interneta, svakodnevni poslovni izveštaji ukazuju na to da oglašivači širom sveta prihvataju novu paradigmu kada je u pitanju marketinško komuniciranje. U kontekstu Internet oglašavanja, postoji nekoliko modela i struktura, od kojih su najzastupljeniji: hijerarhijski povezano drvo struktura, hijerarhijski povezana linearna struktura, relaciona linearna struktura i mešovita struktura (Harker, 2008). U slučaju hijerarhijske strukture u

obliku stabla ili drveta, kao i hijerarhijski povezane linearne strukture, korisnici mogu sami da odluče koje će informacije preuzeti i koji će link na Internetu dalje pratiti. Za razliku od prethodno navedenih, relaciona linearna struktura je "nepomična", slična hipertekstu, tako da se retko koristi u oglašavanju, jer nije praktična za korisnike. Mešovita struktura je kombinacija hijerarhijske i relacione structure i ona se u većini slučajeva i koristi za potrebe oglašavanja.

Jedna od glavnih karakteristika oglašavanja putem društvenih medija je interaktivnost, kojoj se u okviru savremenog koncepta marketinga posvećuje značajna pažnja. Zapravo, prednost koju interaktivni mediji poseduju je sposobnost kontrolisanja toka informacija (Aula, 2010). Korisnici mogu da izaberu protok informacija, tako što kliknu na jednu od opcija. Sa aspekta oglašivača, interakcija omogućava direktnu komunikaciju sa kupcima i potrošačima, kao i dobijanje svojevrsne povratne informacije, čime stiču uvid u imidž koji imaju u javnosti, ali i u efekte pojedinih promotivnih kampanja (Moore, 2012). Internet oglašavanje može da bude u vidu slikovnih oglasa, multimedijalnih i video oglasa, sponzorstava, oglašavanja na pretraživačima, aplikacijama i video igrama, on-line kataloga, itd.

Društvene mreže su najvažniji tip društvenih medija i predstavljaju profilno orijentisane sajtove koji ohrabruju korisnike da se socijalizuju i uspostave međusobni odnos. Cilj društvene mreže je da izgradi poverenje među članovima zajednice (Kostić – Stanković, 2011). Njihova glavna karakteristika je interakcija i imaju veliki značaj za oglašavanje jer korisnici društvenih mreža međusobno komuniciraju, dele i komentarišu sadržaje. Veoma važna stavka je to što su, od strane velikog broja korisnika Interneta, veoma dobro prihvaćene i priključivanje bilo kojoj od njih je besplatno. Pored pojedinaца, na društvenim mrežama su sve prisutnije kompanije, koje otvaraju sopstvene stranice, tj. profile, formiraju tzv. fan stranice ili grupe i postavljaju oglasne poruke, koji se pojavljuju na profilnim stranicama pojedinačnih korisnika i koje pored teksta sadrže i sliku proizvoda ili usluge. Dobra strana ovih oglasa je to što su jako prilagodljivi - komuniciraju sa tačno određenom ciljnom grupom, formiranom na osnovu demografskih kriterijuma, lokacije, obrazovanja, interesovanja i sličnih informacija do kojih se dolazi preko profila korisnika, tačnije, na osnovu njihovih aktivnosti (Burton, Soboleva, 2011). U najpoznatije društvene mreže spadaju: Facebook, Twitter, Google +, MySpace, LinkedIn, sajtovi za deljenje fotografija (Flickr u vlasništvu Yahoo, Picassa u vlasništvu Google i Instagram u vlasništvu mreže Facebook), kao i sajtovi za deljenje sadržaja, među kojima se izdvaja YouTube.

Viralni marketing je poznat i kao virusni marketing. Predstavlja oblik Internet promocije koji ohrabruje individue da prosleđuju primljene poruke drugima, korišćenjem elektronskih poruka (Filipović, Kostić – Stanković, 2011). Cilj ove marketinške tehnike je da što veći broj korisnika prosleđi poruku,

kako bi se postigao željeni efekat i oglasna poruka širila dalje, poput virusa, na šta i sam naziv ove tehnike ukazuje.

Blog čini niz hronološki organizovanih unosa teksta, koji se prikazuju na Internet stranicama, putem automatizovanog softvera koji omogućuje veoma jednostavno kreiranje i vođenje bloga. Kompanija koja na svom blogu redovno ubacuje nove sadržaje, putem kojih javnost obaveštava o svojim uslugama i proizvodima, ostvaruje pozitivnu sliku o kompaniji i pridobija publiku, koja putem drugih društvenih medija širi tekstove objavljene na blogu svojim prijateljima i drugim korisnicima i na taj način vrši vid promocije (Shin, 2010). Forumi, kao mesta na kojima korisnici iskazuju svoja mišljenja na određenu temu i ulaze u diskusije i rasprave, i u kontekstu oglašavanja i mogu naći svoju primenu. Naime, kompanije mogu otvoriti diskusiju na forumu o svom proizvodu i na taj način pružiti ili dobiti korisne informacije od učesnika. Takođe, kompanije, mogu promovisati svoje proizvode i putem postavljanja linkova koji dalje zainteresovanog korisnika vode do određenog promotivnog sadržaja.

4. CILJEVI I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA:

Kako bi kompanije formulisale adekvatne strategije medijskog oglašavanja neophodno je da, pre svega, sprovedu analizu stavova ciljnog auditorijuma i utvrde njihove navike u informisanju i stepen prihvatanja poruka primljenih putem određenog medija. U tu svrhu, 2012. godine sprovedeno je ispitivanje uzorka sastavljenog od pripadnika šire javnosti u Srbiji, u cilju utvrđivanja:

Efikasnosti tradicionalnog oglašavanja;

Uticaja Internet oglašavanja na odluke okupovini određenog proizvoda/usluge;

Zapažanja oglašavanja putem društvenih mreža;

Da li oglašavanje na društvenim medijima potiskuje tradicionalno oglašavanje.

Anketiranje je jedna od najfrekventnijih i najefikasnijih metoda koje se koriste u istraživanjima stavova javnosti, pa je, stoga, odabrana i u ovom slučaju.

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I DISKUSIJA

Uzorak na kojme je vršeno ispitivanje obuhvata 110 ispitanika, od čega je 43,6% ispitanika muškog, a 56,4% ženskog pola. Ispitanici su rangirani u pet kategorija prema starosnim kategorijama, na sledeći način: 29% je starosti od 15 do 23 godine, 25,5% je starosti od 25 do 38 godina, 34,5% pripada kategoriji od 39 do 50 godina, 9,2% ima od 51 do 60 godina starosti, dok 1,8% ispitanika ima više od 61 godine.

Ispitanici su rangirani u pet kategorija prema stepenu obrazovanja, i to: 1,8% sa završenom osnovnom školom, 21,8% sa završenom srednjom

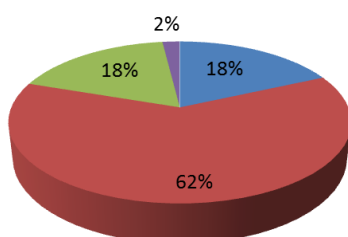
školom, 10,9% sa završenom višom ili visokom školom, 52,7% sa završenim fakultetom i 12,8% sa završenim postdiplomskim studijama.

Prema rezultatima istraživanja, najveći broj ispitanika naveo je kao najbolje i najefikasnije medije za oglašavanje: televiziju (70,1%), društvene mreže (10,2%) i dnevne novine (9,1%). Slede: radio, bilbordi, časopisi, Youtube, blogovi i forumi. Pored ponuđenih odgovora, ispitanici su dodali i banere, spoljno oglašavanja u i na autobusima gradskog prevoza, flajere, kao i direktno slanja oglasnog sadržaja na e-mail adrese. Činjenica je da su u Srbiji tradicionalni mediji i dalje zastupljeniji kada je prijem oglasnih poruka u pitanju, ali se ne sme zanemariti ni popularnost društvenih mreža koje su rangirane na drugom mestu.

Na gledanje televizije, kao najpopularnijeg tradicionalnog medija, 69,1% ispitanika dnevno odvoji manje od tri sata, a 14,5 % u proseku od tri do šest sati svakog dana. Televiziju ne gleda 16,4 % ispitanika. Kada je u pitanju praćenje blokova oglasnih spotova, rezultati se mogu videti na sledećem prikazu:

Grafikon 1. Praćenje blokova oglasnih spotova na televiziji

- Uvek promeni kanal za vreme oglasnog bloka
- Često promeni kanal za vreme oglasnog bloka
- Najčešće odgleda oglasni blok
- Obavezno odgleda oglasni blok

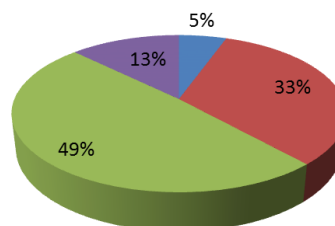


Na osnovu prikazanih podataka, može se zaključiti da 26,4% ispitanika pogleda oglašavanje, što televiziju i čini najefikasniji i najvažnijim medijem za oglašavanje. Kada su u pitanju sponzorisanе emisije i programi, rezultati istraživanja ukazuju da 12,7% ispitanika uvek obrati pažnju na kompanije - sponzore, 60% tek ponekad obrati pažnju, dok 27,3% ispitanika nikada ne obraća pažnju na sponzore.

Ispitanici najčešće slušaju radio u kolima, čak u 50,9% slučajeva. Veoma mali broj ispitanika ne sluša radio, oko 5,5%. Ostali slušaju radio na poslu, u kući, gradskom prevozu, u šetnji. Značajan broj ispitanika, oko 35%, napomenuo je da radio sluša na mobilnom telefonu ili preko Interneta, što ukazuje na integraciju tradicionalnih sa savremenim medijima i novim tehnologijama. Što se tiče opažanja oglasnih poruka emitovanih putem radija, rezultati anketiranja ukazuju sledeće:

Grafikon 2. Opažanje oglasnih poruka emitovanih putem radija

- Uvek obrati pažnju
- Često obrati pažnju
- Retko kada obrati pažnju
- Nikada ne obraća pažnju



Iako rangirana kao treći po redu medij prema prema uticajnosti, dnevna štampa nema presudan uticaj na odluku o kupovini ili korišćenju proizvoda. Od ukupnog broja ispitanika, 21,8% je odgovorilo da oglašavanje u dnevnoj štampi nema nikakav uticaj na odluku o kupovini, dok je njih 72,7 % odgovorilo da je uticaj mali. Svega 5,5 % ispitanika je odgovorilo da odluku o kupovini donose nakon pročitanih oglasa u dnevnim novinama. Od ukupnog broja ispitanika, čak 81,9% se izjasnilo da najčešće čita novine putem Interneta. Njih 10,9 % je odgovorilo da to radi ponekad, dok svega 7,2 % ispitanika ne čita dnevnu štampu na Internetu. Ovaj podatak je iznenađujući, budući da su se ispitanici, bez obzira na starosne kategorije, u najvećem broju izjasnili da koriste Internet i u svrhe pregleda dnevne štampe, što ukazuje na popularnost koji dobijaju elektronski mediji u Srbiji i domen u kome postepeno potiskuju tradicionalne.

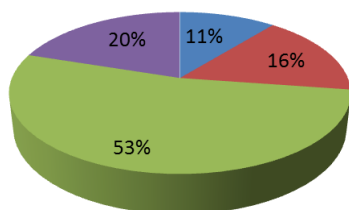
Od ukupnog broja ispitanika, približno 9,1% ne čita časopise, 16,4% čita časopise najmanje jednom sedmično, 32,8% ispitanika čita časopise 2-3 puta mesečno, 25,5% ispitanika jednom mesečno, a 16,3% ispitanika čita časopise nekoliko puta godišnje. Više od polovine ispitanika je odgovorilo da primećuje oglašavanja u časopisima. Od ukupnog broja ispitanika 12,7 % ne obraća pažnju na oglašavanje, dok 36,4% delimično obraća pažnju.

Na pitanje u kojoj meri poruka na bilbordu može da utiče na odluku o kupovini, ispitanici su se izjasnili na sledeći način: utiče u značajnoj meri – 18,2%, retko – 67,3% i nikada – 14,5%. Većina ispitanika koji su konstatovali da oglašavanje na bilbordu utiče na odluku o kupovini su muškarci, čak 90%. Ovaj podatak može značajno da utiče na plan oglašavanja kompanija čiju primarnu ciljnu grupu čine muškarci i vozači.

Kada je u pitanju uloga koju oglašavanje putem društvenih medija ima na podsticanje kupovine, rezultati istraživanja su prikazani na sledećem grafiku.

Grafikon 3. Uticaj oglašavanja na društvenim mrežama na odluku o kupovini

■ Visok stepen uticaja ■ Srednji stepen značaja
■ Mali stepen uticaja ■ Nema uticaja

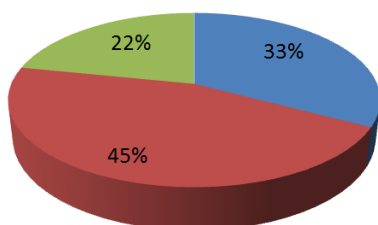


Čak 70,9% ispitanika izdvojilo je društvenu mrežu Facebook kao mrežu na kojoj je oglašavanje najprimetnije. Na drugom mestu je društvena mreže LinkedIn, za koju se izjasnilo 3,6 % ispitanika. Društvene mreže ne koristi 25,5% ispitanih lica.

Na poslednje pitanje ankete, koje se odnosilo na potiskivanje tradicionalnog oglašavanja od strane savremenog oglašavanja putem društvenih medija, ispitanici su u najvećem broju izneli stav da društveni mediji postepeno potiskuju tradicionalne medije, kako u Evropi i svetu, tako i u Srbiji.

Grafikon 4. Odnos tradicionalnih i društvenih medija u Srbiji

■ Društveni mediji imaju primat
■ Društveni mediji potiskuju tradicionalne medije
■ Tradicionalni mediji imaju primat



6. ZAKLJUČAK

Sudeći prema rezultatima istraživanja, tradicionalno oglašavanje je i dalje zapaženije od oglašavanja putem društvenih medija, barem kada je televizija u pitanju. Isto tako, sigurno je da oglašavanje putem društvenih medija, posebno putem društvenih mreža, pokazuje trend rasta, i dobija na značaju uticaj koji imaju na donošenje odluke o kupovini. Bitno je napomenuti da se neki tradicionalni mediji polako „sele“ na Internet, kao što je slučaj sa čitanjem dnevnih novina ili slušanjem radija putem Interneta. Društveni mediji pozitivno utiču na povećanje informisanosti o proizvodu/usluzi, jačanje imidža i reputacije kompanije, a pružaju i mogućnost ostvarivanja bliskog kontakta sa ciljnim grupama i izbora adekvatne

strategije oglašavanja prilagođene svakoj od njih. U skladu sa predviđanjima još veće ekspanzija Interneta, mobilnih tehnologija i novih društvenih medija, za svaku kompaniju je bitno da prepozna pravu priliku i prednosti koje savremeni mediji donose i iskoristi ih, ne zanemarujući pri tome značaj koji pojedini tradicionalni mediji još uvek poseduju, i formuliše optimalnu strategiju oglašavanja sa odgovarajućim udelom oba medijska tipa.

LITERATURA

- [1] Aula P: Social Media, Reputation Risk and Ambient Publicity Management, Strategy & Leadership, Vol. 38 Iss: 6 pp. 43- 49, 2010.
- [2] Belch G, Belch M, Advertising and Promotion – An Integrated Marketing Perspective, McGraw-Hill Education, Columbus, 2011.
- [3] Burton S, Soboleva A: Interactive or Reactive? Marketing with Twitter, Journal of Consumer Marketing, Vol. 28, Iss: 7, pp. 491 – 499, 2011.
- [4] Filipović V, Kostić-Stanković M: Marketing menadžment, Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2011.
- [5] Green J: Advertising – Ethical debate, Rosen Publishing Group, New York, 2012.
- [6] Harker D: Regulating Online Advertising - the Benefit of Qualitative Insights, Qualitative Market Research: An International Journal, Vol. 11 Iss: 3 pp. 295 – 315, 2008.
- [7] Hoskins C, McFadyen S, Finn A: Media Economics: Applying Economics to New and Traditional Media, Sage Publications, The University of Michigan, USA, 2008.
- [8] Jobber D, Fahy J: Osnovi marketinga, Data Status, Beograd, 2006.
- [9] Kostić-Stanković M: Integrisane poslovne komunikacije, Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2011.
- [10] Knun N: New Media Needs New Marketing: Social Networking Challenges Traditional Methods, Strategic Direction - General Review, Vol. 28, Iss: 6, pp. 24 – 27, 2008.
- [11] Moore M: Interactive Media Usage Among Millennial Consumers, Journal of Consumer Marketing, Vol. 29, Iss: 6, pp. 436 – 444, 2012.
- [12] Olson E, Thomoe H: The Relative Performance of TV Sponsorship versus Television Spot Advertising, European Journal of Marketing, Vol. 46, Iss: 11, 2012.
- [13] Safko L: The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success, 2nd Ed, John Willey and Sons, Hoboken, USA, 2010.
- [14] Shin D: Analysis of Online Social Networks: a Cross-national Study, Online Information Review, Vol. 34, Iss: 3, pp. 473 – 495, 2010.
- [15] Solomon M.R, Cornel L.D, Nizan A: Launch! Advertising and Promotion in Real Time, Flat World Knowledge Inc., New York, 2011.
- [16] Tyson W: Pitch Perfect: Communication with Traditional and Social Media for Scholars, Researchers and Academic Leaders, Stylos Publishing LLC, Virginia, USA, 2010.

СТРАТЕШКИ ЗНАЧАЈ ПРОВЈЕРЕ ЛОЈАЛНОСТИ БРЕНДУ У САВРЕМЕНИМ ТРЖИШНИМ УСЛОВИМА

STRATEGIC IMPORTANCE OF BRAND LOYALTY VERIFICATION IN CONTEMPORARY MARKET CONDITIONS

*Никола Глуховић доцент, Економски факултет Пале
Универзитет Источно Сарајево*

Резиме:

Последњих деценија лојалност бренду је постала важна област истраживања у маркетиншкој литератури. У овом раду је представљен оквир за провјеру лојалности бренду. Оквир користи тродимензионални приступ за провјеру лојалности бренду, који укључује бихејвиоралну, емоционалну и когнитивну лојалност. Тродимензионални приступ провјери лојалности бренду важан је из менаџерске перспективе, јер унапређује различите нивое и интезитете лојалности. То значи да маркетиншка стратегија која произлази из ревизије лојалности брэнда може бити ефикаснија, циљајући тржишне сегменте који показују оптималну комбинацију компоненти лојалности. У том контексту предочена је матрица са три димензије (емоционалне, когнитивне и бихејвиористичке лојалности) и два нивоа (високе и ниске лојалности) у циљу унапређења провјере лојалности бренду. Циљ рада је сагледавање и оцјена оквира који омогућава компанијама итеративну провјеру лојалности бренду. У намјери бољег разумјевања предмета истраживања, у раду је приказан примјер финансијских услуга, на темељу провјере лојалности бренду.

Кључне ријечи: брэнд, емоционална лојалност, когнитивна лојалност, бихејвиорална лојалност

Abstract: In recent decades, brand loyalty has become an important area of research in the marketing literature. This paper presents a framework for verification of brand loyalty. The framework uses a three-pronged approach for the verification of brand loyalty, which includes behavioral, emotional and cognitive loyalty. The three-pronged approach to brand loyalty verification is important in terms of management, because it enhances different levels and intensities of loyalty. This means that the marketing

strategy that derives from brand loyalty revision may be more effective, targeting market segments that show the optimum combination of loyalty components. In this context, a matrix with three dimensions (emotional, cognitive and behavioral loyalty) and two levels (high and low loyalty) is presented in order to enhance brand loyalty verification. The aim of the paper is to review and assess the framework that enables iterative brand loyalty verification to companies. With the intention of better understanding of the case study, this paper presents an example of financial services, based on brand loyalty verification.

Key Words: brand, emotional loyalty, cognitive loyalty, behavioral loyalty

1. UVOD

Лојалност бренду је концепт који је изазвао знатан интерес у маркетиншкој литератури последњих година. Компаније су све више заинтересоване за начине како могу генерисати и повећати лојалност бренду код потрошача.³⁴ Са повећаном пажњом за одговорним маркетингом, компаније су у потрази за моделима мјерења лојалности бренду, који се могу универзално примијенити за системско вредновање и поређење унутар и између индустријских грана и компанија. Многе компаније имају развијену методологију провјере лојалности унутар сопствене организације (на примјер, у оквиру индустрије финансијских услуга), али углавном имају личан печат и методологија није транспарентна. Стога је нужно конципирати оквир за провјеру лојалности бренду који укључује више димензија лојалности. Такав оквир треба да пружи теоретске темеље који ће омогућити компанијама да развију јединствене оквире провјере лојалности бренду.

У раду лојалност бренду је представљена као став или понашање потрошача. Неки аутори прихватају једну димензију док други прихватају дводимензионални приступ за провјеру лојалности бренду.³⁵ Ставови лојалности бренду односе се на психолошку преданост потрошача да поново купе брэнд, док се бихејвиорална лојалност бренду бави акцијом поновне куповине. Иако је овај дводимензионални приступ био користан у прошлости у провјери лојалности бренду, такође је

³⁴ DeWitt, T., Nguyen, D. T. and Marshall, R. (2008) Exploring customer loyalty following service recovery: The mediating effects of trust and emotions. *Journal of Service Research* 10 (3): 269 – 281.

³⁵ Bandyopadhyay, S. and Martell, M. (2007) Does attitudinal loyalty influence behavioral loyalty? A theoretical and empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services* 14 (1): 35 – 44.
Rundle-Thiele, S. and Bennett, R. (2001) A brand for all seasons? A discussion of brand loyalty approaches and their applicability for different markets. *Journal of Product and Brand Management* 1 (10): 25 – 37.

генерисао и одређене недоследности. East и други³⁶, су утврдили да дводимензионални приступ лојалности, предвиђа категорију куповине, али да није био ефикасан предиктор исхода резултата у контексту куповине потрошача (информисање, претраживање и задржавање). Исто тако Russell-Benett³⁷ је утврдио да у ставу лојалности у *business-to-business* сектору дводимензионални приступ лојалности објашњава само мали дио разлике понашања потрошача. Ако ставови намјере нису у могућности да ефикасно предвиде понашања потрошача, онда ставови лојалности омогућавају компанијама да креирају и повећавају лојалност одређеном бренду. Међутим, потребно је да се у ставовима лојалности конципирају и превазиђу ограничења како би се побољшала менаџерска релевантност. То се може постићи додавањем поткомпоненти лојалности, емоционалне и когнитивне лојалности, које заједно са бихејвиоралном лојалношћу креирају тродимензионални приступ провјере лојалности бренду. Овај тродимензионални приступ провјере омогућава идентификовање подручја снаге и слабости лојалности бренду.

Имајући у виду да се ставови састоје од емоционалних и когнитивних компоненти, ставови лојалности се састоје од емоционалне и когнитивне лојалности. Да би се одговорило на недостатак емпиријских приступа и за емотивну и за когнитивну лојалност бренду, у рад је представљен и проширен Oliver-ов концептуални тродимензионални приступ са испитивањем и когнитивне и емотивне лојалности, као и бихејвиоралне лојалности у контексту бренд менаџмента³⁸. У раду предлажемо матрицу која омогућава компанијама да спроведу провјеру лојалности бренду и да развију одговарајуће маркетинг стратегије. То ће бити посебно корисно за организације које желе да разумију, а затим накнадно развију и спроведу сопствену провјеру лојалности бренду.

У наставку ћемо приказати конструкцију и димензије лојалности бренду, приједлог за оквир лојалности, као и низ корака потребних да се операционализује матрица лојалности бренду. Коначно, примјена матрице лојалности бренду је приказана на примјеру финансијских услуга-кредитних картица.

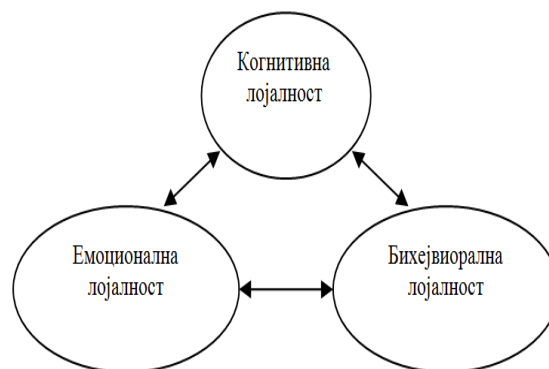
II. ТРОДИМЕНЗИОНАЛНИ ПРИСТУП ЛОЈАЛНОСТИ БРЕНДУ

Људско понашање је комбинација једног или више различитих врста одговора: когнитивног одговора (мислим), емотивног одговора (осјећам) и понашања (радим).

Примјењујући тродимензионални приступ, лојалност бренду је комбинација потрошачких мисли и осјећања о бренду који се изражавају кроз акцију.³⁹

У развоју тродимензионалног приступа лојалности, иако се ослањамо на Oliver-ов концептуални рад, нисмо усвојили исти структурални приступ ставовима. Умјесто тога, пратимо двокомпонентну структуру односа, што препоручује Ajzen,⁴⁰ гдје став обухвата спознају и утицај (емоцију). Насупрот томе, Oliver-ов оквир лојалности бренду слиједи трипартитни структурални приступ ставова, који укључује намјере, као што су спознаје и утицај. Имајући у виду недостатак интуитивне снаге намјере за бихејвиоралну лојалност, вјерујемо да је једноставна двокомпонентна структура ставова лојалности довољана за разумијевање како лојалности бренду, тако и развијању маркетиншке стратегије за измјену нивоа лојалности бренду.

Када се укључи и бихејвиорална лојалност, креира се тродимензионални преглед лојалности бренду (слика 1).



Слика 1. Тродимензионални приступ лојалности бренду

Као што се ставови лојалности односе на психолошку преданост бренду, корисно је концептуализовати два компонентна става. Когнитивна преданост бренду се односи на одлуку да потрошач настави користити бренд на основу вредновања користи и трошкова бренда. Ово се темељи, према Allen и Meyer, на појаву

³⁶ East, R., Gendall, P., Hammond, K. and Lomax, W. (2005) Consumer loyalty: Singular, additive or interactive? *Australasian Marketing Journal* 13 (2):10 – 27.

³⁷ Russell-Bennett, R., McColl-Kennedy, J. R. and Coote, L. V. (2007) The relative importance of perceived risk, involvement and satisfaction on brand loyalty in a business services setting. *Journal of Business Research* 60 (12): 1253 – 1260.

³⁸ Oliver, R. L. (1999) Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing* 63 (Special issue): 33 – 44.

³⁹ Härtel, C. E. J., Russell-Bennett, R., Lloyd, S. and Russell, K. (2008) Heart vs mind: What functions do emotional and cognitive loyalty serve? *Proceedings of the Sixth International Conference on Emotions and Organizational Life*; 17 – 19 July, Fontainebleau, France.

⁴⁰ Ajzen, I. (2001) Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology* 52 : 27– 58.

когнитивне преданости.⁴¹ Oliver је когнитивну лојалност дефинисано као лојалност засновану на информацијама као што су цијена и могућност. Hartel проширује дефиницију когнитивне лојалности као ”психолошку предност за бренд који се састоји од позитивних вјеровања и мисли о бренду приликом сљедеће куповине”.

Афективна преданост се односи на позитивна осјећања изазвана куповином бренда и осјећај емоционалне везе за бренд. Емоционална лојалност је, дакле, степен позитивних осјећања изазваних поновном куповином бренда. Коришћењем афективне посвећености, Hartel је дефинисао емоционалну лојалност као афективну приврженост бренду која се састоји од позитивних осјећања о томе и везаности за сљедећу куповину бренда.

Бихејвиорална лојалност је тенденција потрошача да поново купи бренд, представљено кроз понашање које се може мјерити и које утиче директно на продају бренда.⁴² Бихејвиорална лојалност се може изразити као преференција бренда или као вјерност бренду.

Да би се боље разумјела лојалност бренду, потребно је познавати како ове три димензије дјелују на специфичну категорију производа и/или брендова. Сљедствено, након што се идентификују нивои за сваку димензију лојалности, формулишу се маркетиншке стратегије у циљу смањења незадовољавајућих резултата пословања. Међутим, модели за мјерење лојалности бренду у

III. ТРОДИМЕНЗИОНАЛНА ПРОВЈЕРА ЛОЈАЛНОСТИ БРЕНДУ

Упркос претходно наведеном низу модела за провјеру лојалности бренду, којима се користе фирме за истраживање тржишта, не постоји јединствен и општеприхватљив оквир за провјеру лојалности бренду. Сљедствено, TNS Global (агенција за истраживање тржишта) нуди модел конверзије, који користи бихејвиоралну лојалност и психолошку посвећеност потрошачима сегментисаним на основу употребе у четири групе. Природа модела конверзије претпоставља методологију и мјерење лојалности бренду, која није у потпуности позната клијентима. То умањује могућност широке употребе модела, јер клијенти нису у стању или не желе да плате високу цијену за његово коришћење.

Обично лојалност бренду је укључена у ревизију бренда у вези са одредницама као што су присјећања, свјесности, истакнутости или удруживања. Сходно томе, постоји потреба да се развије матрица провјере лојалности бренду која има одговарајући интегритет, јавну доступност, и адекватну примјенивост од стране компанија.

Разумјевање тржишних сегмената је важан дио сваке провјере лојалности бренду.¹³ Стога, у наставку представљамо матрицу лојалности бренду (табела 1.) у којој се користе три димензије лојалности бренду, и осам сегмената лојалности

Табела 1: Матрица провјере лојалности бренду

	Висока емотивна лојалност		Ниска емотивна лојалност	
	Висока когнитивна лојалност	Ниска когнитивна лојалност	Висока когнитивна лојалност	Ниска когнитивна лојалност
Висока бихејвиорална лојалност	Стабилно лојални	Страствени	Функционално лојални	Рањиви
Ниска бихејвиорална Лојалност	Врући потенцијали	Изгледни	Хладни потенцијали	Нелојални

Извор: Прилагођено према Hartel et al,op.cit i Oliver, op.cit

власништву појединих фирми као што су ACNielsen's I-Scan Loyalty & Repeat product⁴³ и TNS Global's Conversion Model,⁴⁴ нуде одговарајуће користи за компаније, али њихов приступ, и методологија на којој се темеље, чини их веома сложеним за широку примјену.

⁴¹ Allen, N. J. and Meyer, J. P. (1990) Measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization . *Journal of Occupational Psychology* 63: 1 – 8.

⁴² Hammond, K., East, R. and Ehrenberg, A. (1996) *Buying More and Buying Longer: Concepts and Measures of Consumer Loyalty*. London: London Business School.

⁴³ ACNielsen. (2009) ACNielsen homescan/I-scan loyalty & repeat, http://asiapacific.acnielsen.com/products/crs_iscan_loyalty.shtml

⁴⁴ TNS Conversion Model. (2009) Conversion model library,

http://www.conversionmodel.com/content.asp?page=library_intro & head=library & leftpanel=library & hash.

потрошача. Матрица даје значајан допринос теорији и пракси провјере лојалности бренду која користи емотивну, когнитивну и бихејвиоралну лојалност као основу за сегментацију. Разумјевање ових сегмената ће омогућити компанијама да одреде приоритете маркетиншке стратегије за изградњу или одржавање лојалности бренду. Ако једна од жељених комбинација лојалности бренду показује ниске оцјене, то треба да постане приоритет за прилагођавање маркетиншке стратегије. У примјени резултата матрице провјере лојалности бренду, компаније треба да узму у обзир карактеристике индустрије и производа, ниво портфолија бренда на тржишту, као и расположиви ресурси и искуство компаније. Кораци за управљање провјером лојалности бренду са предложеним приступом биће наведени у наставку рада.

Идеалан циљ за компанију био би остварење високог нивоа за све три димензије лојалности бренду. С обзиром да је „доња линија“ маркетинга компаније вођена профитабилношћу, бихејвиорална лојалност је обавезна димензија коју треба постићи. Међутим, није неопходно за сваку компанију да има висок ниво емоционалне и когнитивне лојалности бренду, нарочито ако компанија нема ресурса да генерише високе нивое оба типа лојалности бренду. Према томе, свака компанија треба да утврди које су димензије лојалности бренду кључне у њиховим пословним резултатима, а затим да усредреди своје маркетиншке програме на њихову реализацију.

Постоје три корака које компаније треба да спроведу за овај тип провјере лојалности бренду. Први корак је истраживање тржишта и одређивање тренутног нивоа лојалности бренду. То може бити спроведено за поједине брендове или за велике сегменте потрошача. Други корак је профилисање приоритетних сегмента потрошача и развијање одговарајуће маркетинг стратегије за изградњу или одржавање лојалности бренду. Трећи и последњи корак је процјењивање ефеката маркетиншке стратегије поновним мјерењем нивоа лојалности бренду у сваком сегменту потрошача и уколико је потребно предузимање корективне акције.

Корак 1: Дијагностицирање тренутног нивоа лојалности бренду и профила сегмента потрошача

Први корак приликом обављања провјере лојалности бренду је мјерење тренутног нивоа емоционалне, когнитивне и бихејвиоралне лојалности за бренд у циљу идентификовања учешћа потрошача у сваком сегменту и описивање потрошача. Скале за мјерење емоционалне и когнитивне лојалности одражавају афективну и когнитивну посвећеност и тестиране су на разне производе и услуге.⁴⁵ Мјере за бихејвиоралну лојалност се разликују: оне могу бити обрачун учешћа вриједности (учешће трошкова за одређени бренд у категорији производа), потребно вријеме за куповину или поновну куповину бренда.⁴⁶ Оцјена (висока или ниска) треба да буде додијељена за сваку димензију лојалности потрошача које су утврђене од стране компаније. У суштини, сваки потрошач би требао имати три оцјене (једну по димензији) тако да се могу сврстати у један од сегмената. Према томе, учешће потрошача у сваком сегменту може се израчунати на основу матрице провјере лојалности бренду.

⁴⁵ Hartel, op. cit.

⁴⁶ Russell-Benett, et al, op.cit. i East, et.al. op.cit.

Корак 2: Изабрати приоритетне сегменте потрошача и формулисати маркетиншке стратегије

У зависности од тржишног окружења, управљање одређеним сегментом потрошача може бити изузетно приоритетно за компанију, нарочито ако број потрошача почиње да расте. Приоритет сваког од сегмента у великој мјери зависи од циљева компаније и маркетиншког окружења у којем послује. Након што се приоритетни сегменти идентификују, компаније треба да формулишу маркетиншке стратегије за повећање лојалности (ако је ниска) или задрже тренутни ниво лојалности (уколико је висока). Евалуација тржишних сегмената има три критеријума: величину сегмента и потенцијал раста, сегмент структурне привлачности, и циљеве и ресурсе компаније.⁴⁷ У наставку рада анализираћемо сваки од осам сегмената потрошача.

Стабилно лојални. Овај сегмент састоји се од потрошача који имају високе резултате за све три димензије лојалности бренду и кореспондирају, према Dick-у и Bas-у,⁴⁸ категорији ”прави лојални”. Ови потрошачи бренд оцјењују позитивно и редовно купују бренд у односу на друге брендове у истој категорији. С обзиром на висок ниво преданости потрошача, производи кориштени од ових потрошача имају висок ниво укључености, високу вриједности производа, (трајна производна добара, козметички производи и сл.). Компаније треба да се усредреде на задржавање ових потрошача и такође, на развијање програма унапређења продаје како би се „захвалили“ потрошачима за лојалност. Потрошачи који су врло лојални вјероватно ће ширити позитиван имиџ бренда и дјеловати као заговорници бренда.⁴⁹

Страствено лојални. Ови потрошачи имају висок ниво бихејвиоралне лојалности и вођени су емоционалном лојалношћу. Потрошачи воле свој бренд и рутински га купују, и у великој мјери смањују или елиминишу процес доношења одлуке о куповини. Производи ће вјероватно бити купљени за уживање или забаву, као што су филмови, спортска догађања, а „слика“ у вези са потрошњом је изведена из емоционалне природе потрошача.⁵⁰ Потрошачи који су емотивно везани за бренд су познати по томе да учествују у

⁴⁷ Kotler, P., Brown, L., Adam, S., Burton, S. and Armstrong, G. (2007) *Marketing* , 7th edn. Sydney, Australia: Pearson Education.

⁴⁸ Dick, A. S. and Basu, K. (1994) Customer loyalty towards an integrated framework. *Journal of the Academy of Marketing Science* 22 (2) : 99 – 113.

⁴⁹ Rauyruen, P. and Miller, K. E. (2007) Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of Business Research* 60 (1) : 21 – 31.

⁵⁰ Holbrook, M. B. (2006) Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. *Journal of Business Research* 59 : 714 – 725.

заступању брэнда у односу на друге потрошаче. Ови потрошачи механички купују брэнд и мала је вјероватноћа да се желе укључити у процес доношења одлуке, тако да треба минимизирати улагање у маркетиншке програме. Маркетиншки програми које задржавају потрошача, уз минимум напора, нуде емотивну привлачност потрошачима.

Врући потенцијали. Овим потрошачима се свиђа брэнд, и позитивно га оцијењују, али га нередовно или уопште не купују. Прије спровођења стратегије привлачења потрошача, компаније прво треба да идентификују разлоге који стоје иза ниског нивоа куповине. То могу бити ситуациони фактори, друштвене норме, потрошачке карактеристике или аспекти маркетиншког програма који спречавају потрошача да купује брэнд.⁵¹ Компаније треба да утврде да ли је вриједно превазилажење тих препрека за остварење бихевиоралне лојалности. Стратегије за привлачење врућих потенцијала укључују смањивање трошкова кроз бесплатна или јефтинија испитивања производа и стимулисање узбуђујућих доживљаја или страха од пропуштања.

Изгледни. Овим потрошачима се свиђа брэнд, али га не купују и нису предодерђени да буду лојални. Врло је вјероватно да ова група потрошача нема куповне моћи или приступ производу, тако да не може бити профитабилан сегмент.⁵² Такође је могуће да ова група потрошача има нетачне информације или погрешне перцепције о производу и његовим карактеристикама. Потрошачи уживају дискутовати о брэнду и могу имати претензије да евентуално једанпут купе брэнд. За компаније је важно да препознају разлоге који спречавају куповину и установе да ли је вриједно унапређење и његовање односа са потрошачима, које може произвести дугорочно позитиван пословни резултат. Компаније треба да теже додавању пожељности брэнду за оне који га купују. Маркетиншки програми за овај сегмент могу бити јефтини за компанију али могу дјеловати на чула потрошача или бити доступни за куповину (промоција производа, мини-верзије брэнда, робе са логом брэнда).

Рањиви. Ови потрошачи купују брэнд, међутим, они немају никакву емоционалну везаност за њега и не намјеравају да га поново купе без обзира на бољу опцију. Ова група потрошача показује експонат „лажне” лојалности, гдје су потрошачи лојални на основу инерције, остављајући их отворене за боље конкурентске понуде. Производи у овом сегменту вјероватно ће бити незнатно

укључени и купљени из функционалних разлога гдје је ниско доживљавање различитих брэндова.⁵³ Циљ компаније је повећање једаног од два ниска нивоа лојалности: когнитивне и емоционалне лојалности брэнду. Да би се повећала когнитивна лојалност компанија треба најприје утврдити разлоге који су довели до смањења и повећати субјективну диференцијацију брэнда помоћу промотивне стратегије. Повећање емотивне лојалности може се остварити додавањем „узбуђења“ за брэнд или категорију производа.

Функционално лојални. Ови потрошачи купују брэнд редовно и ангажују се у доношењу одлука о брэнду, међутим, они немају емотивну везаност за брэнд. Производи у овом сектору вјероватно су високо укључени и купљени из функционалних разлога, тако да ће потрошачи бити лојални у дужем временском периоду. Поновна куповина брэнда заснива се на перформансама брэнда. Маркетиншки програми за задржавање ових потрошача подразумјевају додатну промоцију.

Хладни потенцијали. Ови потрошачи имају високо мишљење о брэнду, међутим, они немају емотивну везаност и не купују брэнд. Производи у овом сектору су вјероватно корисни, и вјероватно високог ризика (друштвеног или финансијског), из тог разлога потрошачи не купује редовно брэнд. Могу постојати ситуациони фактори или аспекти маркетинг програма који спречавају потрошача да купе брэнд.⁵⁴ Ако се ови фактори могу превазићи, потрошачи могу бити привучени кроз пружање нових информација или прилика за преиспитивање производа.

Нелојални. Ови потрошачи немају предиспозицију (когнитивну или емоционалну) према брэнду и не купују га. Потрошачи могу купити производ из категорије производа, али не на редовној основи. Обично постоји мала разлика међу доступним брэндовима тако да постоји мали подстицај за потрошаче да буду лојални. Они ће вјероватно захтјевати значајне напоре од компаније да их убједи у куповину и лојалност. Компанија ће то учинити уколико њихова нето вриједност оправдава овај напор и трошак. Међутим, компаније често овакве потрошаче доживљавају као ниско приоритетне.

Импликације за компаније: ревизија лојалности брэнду кредитних картица са наградним програмима

⁵¹ Uncles, M. D., Dowling, G. R. and Hammond, K. (2003) Customer loyalty and customer loyalty programs. *Journal of Consumer Marketing* 20 (4/5) : 294 – 317.

⁵² Bandyopadhyay, S. op.cit.

⁵³ Dick, A.S., et.al., op.cit.

⁵⁴ Uncles, M. D., Dowling, G. R. and Hammond, K. (2003) Customer loyalty and customer loyalty programs. *Journal of Consumer Marketing* 20 (4/5) : 294 – 317.

Финансијске институције у понуди кредитних картица често користе маркетинг стратегију познату по програмима заснованим на лојалности који имају за циљ да обесхрабре постојеће клијенте од преласка на коришћење кредитних картица конкурента. Сљедствено, у Аустралији

Први корак је идентификовање тренутних нивоа лојалности бренду. Хипотетички резултати за истраживање тржишта, укључујући хипотетичке профиле за сваки сегмент бренда, приказани су у Табели 2. У другом кораку бирају се посебни сегменти са одговарајућим маркетиншким

Табела 2: Хипотетичка провјера лојалности бренду емитента кредитне картице за постојеће клијенте, са програмом награда за лојалност

	Висока емоционална лојалност		Ниска емоционална лојалност	
	Висока когнитивна лојалност	Ниска когнитивна лојалност	Висока когнитивна лојалност	Ниска когнитивна лојалност
Висока бихејвиорална лојалност	Стабилна лојалност (15%) Клијенти се осјећају позитивно употребом картице, вјерују да је добар избор и преферирају да користе ову картицу.	Страствена лојалност (10%) Клијенти стичу емотивну корист од употребе картице, међутим они не могу бити свјесни функционалне повољности картице. Они више воле да користе ову картицу.	Функционална лојалност (5%) Клијенти стичу функционалну корист од картице и не траже емоционалну вриједност од употребе. Они више воле да користе ову картицу.	Рањиви (25%) Клијенти користе ову картицу убичајено, међутим они немају емотивну или когнитивну посвећеност картици.
Ниска бихејвиорална лојалност	Врући потенцијали (5%) Клијенти се осјећају позитивно употребом картице, вјерују да је добар избор, али користе друге картице када купују.	Изгледни (15%) Клијенти се осјећају позитивно коришћењем картице, али нису свјесни функционалне предности, и користе друге картице приликом куповине.	Хладни потенцијали (20%) Клијенти разумију повољности коришћења картице, али не добијају ниједну емотивну вриједност за лојалност, и користе друге картице.	Нелојални (5%) Ови клијенти имају картицу, али је не користе.

Извор: Прилагођено према Worthington, S. (2008) The regulation of payment cards in Australia: Recent changes and their implications. *Journal of Payment Strategy and Systems* 2 (2): 205 – 211; Worthington, S. (1999) Branding and relationship issues in affinity and co-branded credit cards. *Journal of Brand Management* 6 (3): 188 – 198.

постоји преко 150 различитих кредитних картица, од којих 90 има одређену схему лојалности.⁵⁵ У наставку рада приказаћемо приступ провјере лојалности бренду при чему користимо хипотетичке нивое бихејвиоралне лојалности, идентификујемо приоритетне сегменте, и предлажемо релевантне маркетиншке програме за побољшање нивоа лојалности. Тржиште кредитних картица у већини развијених економија се промјенило од некада доминантне парадигме „једна величина одговара свима” ка новој парадигми која гласи „да правој” картици. Кредитне картице издају финансијске институције које могу да изаберу један или више међународно прихватљивих брендова, у категорији, као што су: *American Express, MasterCard, Visa, или Discover* (у Сједињеним Државама). Док су неки емитенти кредитних картица, у смислу проналаска нових клијената, развили нове понуде, које се тичу трансакција, ниских каматних стопе у ограниченом периоду, склоности ка кобрендингу картица, овај рад се концентрише на кредитне картице засноване на наградним програмима лојалности за задржавање постојећих клијената.

програмима, користећи критеријуме: величине сегмента и потенцијал раста, сегмент структурне атрактивности, и циљеве и ресурсе компаније. Претходно истраживање наградних програма лојалности заснованих на кредитним картицама је фокусирано је на реакцијама клијента на тзв. склоности ка кобрендираним кредитним картицама⁵⁶. Сврха већине награда заснованих на програмима лојалности је избор „главне“ кредитне картице за куповину од стране потрошача, који могу да посједују више од једне кредитне картице. Ово је изазов за емитенте, зато што свака кредитна картица посједује самосталну везу између имаоца картице и издаваоца картице – финансијске институције.⁵⁷ Сљедствено, показује се колика је важност фокусирања на све три димензије лојалности бренду. Када је остварена бихејвиорална лојалност, портфолио картица је смањен зато што ималац картице користи главну картицу уз смањено коришћење других кредитних картица које може да посједује. Коришћење података у табели 2., сегменти потрошача: рањиви, врући и хладни потенцијали, и изгледни су изабрани за примјену одговарајућих

⁵⁵ Worthington, S. (2008) The regulation of payment cards in Australia: Recent changes and their implications. *Journal of Payment Strategy and Systems* 2 (2): 205 – 217.

⁵⁶ Worthington, S. (1999) Branding and relationship issues in affinity and co-branded credit cards. *Journal of Brand Management* 6 (3): 188 – 198.

⁵⁷ Worthington, S., op.cit.

маркетиншких програма. Три од четири сегмента (врући и хладни потенцијали и изгледни) идентификовани су као висок потенцијал раста (емотивно или когнитивно предиспонирани) али тренутно не користе бренд компаније емитента као главну картицу. Завршни сегмент (рањиви) се сматра да је највише изложен ризику. Рањиви су највећи сегмент потрошача и на тај начин било какав губитак у овом сегменту би негативно утицао на профитабилност. За компаније емитенте кредитне картице средства ће увијек бити ограничена. Најважнија промјенљива за успјех одређене кредитне картице је колико ималац картице троши новца на картици.

Врући потенцијали, овај сегмент клијената, са ниским нивоом бихејвиоралне лојалности, биће потребно убиједити да наградни програм картице подстиче више потрошње од оне коју већ имају, или коју (у односу на друге сегменте) недовољно користе. Промотивна кампања, као што су дупли поени за 3 мјесеца увећане потрошње, може да промјени понашање клијената и на тај начин подигне вриједност емитента, премјештајући вруће потенцијале у категорију стабилне лојалности.

Изгледни, такође, захтијевају пажљив приступ јер су већ изразили одређену приврженост узимајући кредитну картицу, али ови клијенти треба да осјете функционалну вриједност у наградном програму и да приликом куповине користе главну кредитну картицу. Проактивни приступ се огледа у подсећању на наградни програм који је повезан са потрошњом на картици. Како је овај сегмент клијената већ емотивно посвећен да буде лојалан, то може утицати у подстицању бихејвиоралне лојалности. У посебним куповинама клијенти треба да буду награђени за коришћење кредитне картице. Компаније емитенти не улажу превише у маркетинг програм за овај сегменту јер клијенти не показују да ће користити и преферирати кредитну картицу у односу на остале које посједује.

Хладни потенцијали разумију повољности наградних програма за лојалност картици, али они не користе картицу и показују ниску емотивну лојалност. Пошто је ово други по величини сегмент потрошача, свака инвестиција може донијети ефикасан поврат, чак и ако само мали дио потрошача одговара на наградни програм. Они већ имају кредитну картицу, али претпоставка би била да они, такође, имају и друге картице које више преферирају и користе. Ако они плаћају годишњу накнаду за коришћење кредитне картице, онда вриједи подсећати их на све додатне услуге односно функције које корисник није узео у разматрање приликом избора картице (нпр. бесплатно путно осигурање када користи картицу). Намјера компаније емитента јесте промјена понашања клијента. Сегмент има високу когнитивну лојалност при чему користи од наградних програма треба истаћи, посебно ако се

неки од наградних бодова може користити за искључивање плаћања годишње накнаде за вођење картице.

Рањиви, сегмент клијената који имају ниску емотивну и ниску когнитивну лојалност. Компаније емитенти треба да имају сензибилан приступ за ове клијенте. Такође, посједују високу бихејвиоралну лојалност и као такви су вриједни корисници картице које емитент не жели да изгуби. Компаније коришћењем тродимензионалног приступа треба да се фокусирају на подизању једне од двије ниске димензије лојалности, а не на подизање обје у исто вријеме. Когнитивна лојалност се може унаприједити подсећајући потрошаче о постојању наградних програма. Емоционална лојалност би могла бити побољшана посебним позивима за одабране догађаје, јер су ови клијенти тренутно профитабилни тако да вриједи инвестирати у повећање посвећености да буду лојални бренду. Уз таково стање стабилне лојалности и за тренутне високе нивое лојалности клијенти би требали бити награђени, и они би ширили позитивну информацију (од уста до уста) о том догађају и били би гласноговорници бренда. Адекватност сегмената клијената заснована је на процјени циљева компаније и атрактивности и величини сегмената. На овом хипотетичком примјеру, компанија је оријентисана растом и сегменти који нуде највећи потенцијал раста биће први таргет: врући потенцијали, изгледни и хладни потенцијали. Тиме се обезбјеђује приход којим ће се моћи финансирати друга фаза маркетинг програма, што може да привуче циљне клијенте који тренутно посједују високу бихејвиоралну лојалност.

Корак 3: Процјена маркетиншке стратегије

Завршни корак у овој провјери лојалности бренду била би контрола маркетинг програма за идентификовање процентуалних промјена сегмента потрошача (то јест, проценат смањења клијената у три ниске бихејвиоралне категорије и рањивој категорији потрошача, уз повећавање у осталим сегментима потрошача). Ако није било промјена у сегментима, онда би требало истражити и идентификовати разлоге зашто маркетинг програм није успио да утиче на нивое лојалности бренду.

Као што смо претходно истакли, користили смо производ који је познат клијентима (награде засноване на кредитним картицама) и иако су подаци били хипотетички, показано је како се оквир провјере лојалности бренду може користити. Овдје ћемо истаћи три додатне користи за ову провјеру лојалности бренду:

1. Могуће је извршити анализу клијената конкурената и тако добијени резултати могу се примјенити у провјери лојалности заједно са посматраним брендovima. Тиме би се

- омогућила анализа јаза којом се идентификују слабости у нивоима конкурентске лојалности бренду што се може искористити као могућности за раст лојалности посматраног бренда.
2. Провјера лојалности бренду може користити различите сценарије у понуди модификованих или нових брендова и идентификовању реакције потрошача (канибализација потенцијалних и актуелних брендова, коришћење нових брендова / производа).
 3. Провјера лојалности бренду може послужити за поређење предности и слабости већег боја брендова унутар линије производа или различитих стратешко пословних јединица унутар компаније.
- Постоје два кључа ограничења овог оквира провјере лојалности бренду. Прво, оквир није тестиран и захтјева валидацију са различитим врстама производа у индустријској грани. Потребно је наставити емпиријски истраживати различите компаније које користе провјеру лојалности бренду. Друго ограничење је непознавање нивоа контекстуалног утицаја оквира на приоритетне нивое и маркетинг програме сегмента потрошача, што потенцијално смањује општу ефикасност специфичних маркетинг стратегија за одређене сегменте. Компаније имају тенденцију да траже свеобухватнија рјешења за наведене проблеме, међутим, потребно је шире разумијевање димензија лојалности бренду и сегментата потрошача да би се остварио одговарајући пословни резултат компаније.

IV. ЗАКЉУЧАК

У раду је представљен методолошки и дијагностички оквир који омогућава компанијама да итеративно проведу провјеру лојалности бренду кроз три димензије: бихејвиоралну, емоционалну и когнитивну лојалност. Овај оквир се усмјерава на различите сегменте потрошача чија се перспективност темељи на тродимензионалној лојалности бренду. Декомпозиција лојалности бренду у три димензије омогућава сензибилан приступ који објашњава избор бихејвиоралне лојалности потрошача и унапређује ефикасност маркетиншке стратегије за одређени сегмент потрошача. Сљедствено, димензије лојалности бренду треба да буду адекватне да би маркетиншке стратегије биле успјешне. Ако потрошачи реагују на бренд користећи нивое емоционалне, когнитивне и бихејвиоралне лојалности, компанија која своју маркетиншку стратегију не прилагоди тако израженом нивоу лојалности бренду може бити врло скупа и неефикасна.

- [1] DeWitt, T. , Nguyen , D. T. and Marshall, R. (2008) Exploring customer loyalty following service recovery: The mediating effects of trust and emotions . *Journal of Service Research* 10 (3): 269 – 281.
- [2] Russell-Bennett, R., McColl-Kennedy, J. R. and Coote, L. V. (2007) The relative importance of perceived risk, involvement and satisfaction on brand loyalty in a business services setting . *Journal of Business Research* 60 (12): 1253 – 1260.
- [3] Bandyopadhyay, S. and Martell, M. (2007) Does attitudinal loyalty influence behavioral loyalty? A theoretical and empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services* 14 (1): 35 – 44.
- [4] Rundle-Thiele, S. and Bennett, R. (2001) A brand for all seasons? A discussion of brand loyalty approaches and their applicability for different markets. *Journal of Product and Brand Management* 1 (10): 25 – 37.
- [5] East, R., Gendall, P., Hammond, K. and Lomax , W. (2005) Consumer loyalty: Singular, additive or interactive? *Australasian Marketing Journal* 13 (2):10 – 27.
- [6] Ajzen, I. (2001) Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology* 52 : 27– 58.
- [7] Oliver, R. L. (1999) Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing* 63 (Special issue) : 33 – 44 .
- [8] Härtel, C. E. J, Russell-Bennett, R., Lloyd , S. and Russell, K. (2008) Heart vs mind: What functions do emotional and cognitive loyalty serve? Proceedings of the Sixth International Conference on Emotions and Organizational Life; 17 – 19 July, Fontainebleau, France .
- [9] Allen, N. J. and Meyer, J. P. (1990) Measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization . *Journal of Occupational Psychology* 63: 1 – 8.
- [10] Hammond, K., East, R. and Ehrenberg, A. (1996) *Buying More and Buying Longer: Concepts and Measures of Consumer Loyalty*. London: London Business School.
- [11] ACNielsen. (2009) ACNielsen homescan/I-scan loyalty & repeat,
- [12] http://asiapacific.acnielsen.com/products/crs_iscan_loyalty.shtml,
- [13] TNS Conversion Model. (2009) Conversion model library,
- [14] [http://www.conversionmodel.com/content.asp?page=library_intro & head=library & leftpanel=library & hash,](http://www.conversionmodel.com/content.asp?page=library_intro&head=library&leftpanel=library&hash,)
- [15] Dick, A. S. and Basu, K. (1994) Customer loyalty towards an integrated framework. *Journal of the Academy of Marketing Science* 22 (2) : 99 – 113.
- [15] Kotler, P., Brown, L., Adam, S., Burton, S. and Armstrong, G. (2007) *Marketing* , 7th edn. Sydney, Australia: Pearson Education .
- [16] Rauyruen, P. and Miller, K. E. (2007) Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of Business Research* 60 (1) : 21 – 31 .
- [17] Holbrook, M. B. (2006) Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. *Journal of Business Research* 59 : 714 – 725.
- [18] Uncles, M. D., Dowling, G. R. and Hammond, K. (2003) Customer loyalty and customer loyalty programs. *Journal of Consumer Marketing* 20 (4/5) : 294 – 317.
- [19] Worthington, S. (2008) The regulation of payment cards in Australia: Recent changes and their implications . *Journal of Payment Strategy and Systems* 2 (2) : 205 – 217 .
- [20] Worthington , S . (1999) Branding and relationship issues in affinity and co-branded credit cards . *Journal of Brand Management* 6 (3) : 188 – 198 .
- [21] Worthington , S . (2001) Affinity credit cards: A critical review . *International Journal of Retail & Distribution Management* 29 (11) : 485 – 508 .

ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАЦИ КОНЦЕПТА ИНТЕГРИСАНЕ МАРКЕТИНГ КОМУНИКАЦИЈЕ

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE CONCEPT OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

*Биљана Станишић, дип.ек, Компанија "М:тел"
Др Драгиша Станишић, Зајеничке институције
БиХ*

Резиме: *О концепту интегрисане маркетинг комуникације се доста писало у стручној литератури и то на начин, да су углавном као базна основа коришћена промишљања западних стручњака из предметног сегмента маркетинга. Међутим, стиче се дојам, да што се више пише о овоме концепту, то све више постоји неслагање око основни теоријских поставки концепта, али и саме примјене концепта интегрисане маркетинг комуникације у пракси. Нажалост, стручна јавност до данас није успјела да се усагласи око основне ствари, а то је, да ли је ријеч о базично новом концепту у маркетингу или се ради само о новом тренду. Циљ овога рада је да на један систематичан и интегралан начин сублимира многобројне предности концепта, али и критике на рачун истога, те покуша дати одговор на низ питања која оптерећују интегрисану маркетинг комуникацију, која своју пуну афирмацију доживљава крајем двадесетог вијека.*

Кључне ријечи: *интегрисана маркетинг комуникација, промотивни микс, концепт.*

Abstract: *The concept of integrated marketing communications is a lot written in the literature in a way, they are mainly used as the base foundation of Western thinking of experts in the respective segment marketing. However, one has the impression that the more you write about this concept, the more there is a disagreement about the basic theoretical assumptions of the concept, but the application of the concept of integrated marketing communications in practice. Unfortunately, the professional community has not been able to agree on basic things, and that is, whether it is a fundamentally new concept in marketing or is it just a new trend. The aim of this work is to in a systematic and integrated way summarize the numerous advantages of the concept, as well as criticism of the same, and try to answer a series of questions plaguing integrated marketing*

communication, that full recognition achieved by the end of the twentieth century.

Key Words: *integrated marketing communications, promotional mix, concept.*

1. УВОД

Крајем двадесетог вијека, дошло је до напуштања линеарног (традиционалног) модела комуницирања и окретање ка интегрисаном (интерактивном) моделу комуницирања, овај процес је доминантно био најизраженији код водећих свјетских компанија.

Под утицајем низа фактора, у првом реду под утицајем све веће фрагментисаности свјетског тржишта и медија, појачавања конкурентске борбе на глобалној основи, технолошког напретка у сфери телекомуникација, саобраћаја, производње и начина обављања међународних финансијских и пословних операција, дошло је до значајног заокрета у профилисању комуникационог аспекта маркетинга и у репозиционирању односа потрошача и организација, као носиоца маркетинг активности на комуникационом плану. Управо су те промјене уобличиле интегрисану маркетинг комуникацију, као адекватан одговор на нове изазове у пословању.

Интегрисана маркетинг комуникација, као одговор на нове изазове у пословању, је камен спотицања међу стручном јавношћу. Наиме, условно једни интегрисану маркетинг комуникацију перципирају као нови тренд у маркетингу, а други као нови концепт. У духу својих ставова, свака од претходно класификованих група наводи аргументе који иду у прилог одбране њихових ставова, али и оспоравања мишљења конкурентске групе. Предмет овог рада је управо заснован на приказу супростављених ставова и покушају да се на објективан начин покуша дати допринос разрешења предметне ситуације.

2. ДЕФИНИЦИЈА ИНТЕГРИСАНЕ МАРКЕТИНГ КОМУНИКАЦИЈЕ

Када је ријеч о дефиницији интегрисане маркетинг комуникације, ту стручна јавност нема усаглашене ставове, тако да постоји више дефиниција појма интегрисана маркетинг комуникација, које га дефинишу у ужем или ширем значењу. Један од најцјепенијих стручњака на пољу маркетинга, Philip Kotler је интегрисану маркетинг комуникацију дефинисао, као концепт уз помоћ којег компанија пажљиво интегрише и координира многе своје комуникацијске канале, како би испоручила јасну, конзистентну и подстицајну

поруку о организацији и њеним производима.⁵⁸ Интегрисана маркетинг комуникација (ИМК) још се назива 360 степени маркетинг или тотална пословна комуникација, енг. *Integrated Marketing Communications – IMC*.

У скоро свим дефиницијама интегрисне маркетинг комуникације, наглашава се синергиски учинак, који се остварује између инструмената микса маркетинг комуникације. Суштина интегрисане маркетинг комуникације огледа се у координацији активности појединачних инструмената маркетинг комуникације и алата комуникације, који постижу ефикасније резултате, у односу када испољавају појединачно дјеловање. На овај начин организација спречава слање порука различитог садржаја путем инструмената маркетинг комуникације и остварује максимални утицај на циљну групу, јер се на овај начин представља као јединствена цјелина, остварујући многобројне позитивне ефекте. Све је то утицало на интегрисану маркетинг комуникацију која постаје стратешка, двосмјерна и циљно усмјерена, што су уједно и њена три основна обиљежија.

3. РАЗЛОЗИ ЗА И ПРОТИВ ПРИМЈЕНЕ ИНТЕГРИСАНЕ МАРКЕТИНГ КОМУНИКАЦИЈЕ

Прије него што елаборирамо предности и недостатке концепта интегрисане маркетинг комуникације, потребно је таксативно набројати разлоге, на основу досадашњих резултата истраживања, који су допринијели потреби увођења предметног концепта, а то су:

- Тешкоће сузбијања одбојности и индиферентности купаца у одређеним случајевима;
- Све оштрија конкуренција у области саме продаје;
- Пресегментирање масовног тржишта;
- Повећање броја и разноликости медијских варијетета;
- Глобализација тржишта и усложњавање активности маркетинг комуникације, у том смислу;
- Технолошки развој, у првом плану развој Интернета и његова примјена посебно у сегменту комуникација и коришћења база података и
- Појава алтернатива у медијском привлачењу пажње.⁵⁹

⁵⁸ Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V., „Principles of Marketing“, Second European Edition, Prentice Hall Europe, 1999., p.781.

⁵⁹ Прилагођено према: Caywood L., „The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications“, Mc Graw-Hill, New York, 1997.

Са друге стране, могуће је навести разлоге који не доприносе потреби увођења интегрисане маркетиншке комуникације, а то су прије свега:

- Постојећа увјерења запослених и циљних аудиторијума;
- Конфузија у дефинисању инструмената интегрисане маркетинг комуникације;
- Постојећа структура и уређеност организација;
- Потреба увођења промјена у постојећој организацијској устројености;
- Противљење интеграцији од стране стручњака специјализованих за поједина подручја маркетинг комуникације;
- Усложњавање и повећање обима конкретних послова и задатака запослених;
- Повећање трошкова увођењем новог система пословања у маркетинг функцији;
- Захтјев за иновацију знања и новим способностима менаџера и
- Велики број различитих димензија интеграције.⁶⁰

4. ПРЕДНОСТИ КОНЦЕПТА ИНТЕГРИСАНЕ МАРКЕТИНГ КОМУНИКАЦИЈЕ

Као што смо претходно објаснили, постоји дио стручне јавности који сматра да примјена концепта интегрисане маркетинг комуникације омогућује повећање ефикасности и ефективности маркетинг комуникације. У складу са претходним могуће је дефинисати предности које доприносе примјени и развоју концепта:

- Захтјева координацију порука које се пласирају циљним групама путем различитих медија (начина);
- Смањује финансијска средства која се издвајају за потребе маркетинг комуникације;
- Подразумјева јединствен приступ планирању комуникативних активности;
- Користи све облике и форме контаката, тј. не ослања се само на један инструмент комуникације;
- Постигне синергију или јединство, настојећи да постигне један глас и
- Погодна за мале компаније.

„Процес интегрисане маркетинг комуникације почиње са садашњим или потенцијалним купцем и онда се враћа уназад, да би одредио и дефинисао облике и методе кроз које би требао бити развијен програм персуазивног комуницирања.“⁶¹
„Координирањем порука обезбјеђује се да сваки заинтересовани појединац, дође до поруке о организацији и њеном производу/услугу, чиме се

⁶⁰ Прилагођено према: Pickton D., Broderick A., „Integrated Marketing Communications“, Prentice Hall, London, 2001.

⁶¹ Schultz D.E., „Integrated Marketing Communications: Maybe Definition Is in the Point of View“, Marketing News, January 18, 1993., p.17.

спречава стварање конфузије код рецепијента поруке⁶². На овај начин организација спречава слање порука различитог садржаја путем различитих медија, те остварује максималан утицај на циљну групу.

У данашњем свијету потрошач, у контексту перцепције информација рецепијента, изложен је свакодневно великом броју информација, тако да је он присиљен да прави њихову селекцију према личним критеријумима, запажајући само важну или интересантну поруку. Концепт интегрисане маркетинг комуникације се заснива управо на креирању оваквих порука, чији ће ефекти бити у потпуности остварени у смислу потпуног информисања рецепијента, јер уколико исти не региструје поруку или је одбаци приликом обраде исте, она је са становишта организације изгубљена, а финансијска средства уложена у маркетинг комуникацију су неефикасно искориштена. „Због тога се интегрисана маркетинг комуникација сматра трошковно најефикаснијим средством за достизањем маркетинг циљева, јер пажљиво вреднује сваку компоненту маркетинг микса.“⁶³

Интегрисана маркетинг комуникација изазвала је промјене и на пољу планирања маркетинг комуникације, које су се манифестовале на четири начина:

- Лоцирање одговорности за укупну координацију интегрисане маркетинг комуникације у компанији (организацији);
- Одлучивање о начину отпочињања кампање;
- Много шира међумедијска координација и
- Конзистентност код позиционирања, које се усмјерава према више циљних аудиториа.⁶⁴

Интегрисана маркетинг комуникација утиче на понашање одабране циљне групе и у својим активностима користи све облике и форме комуникације, који су значајни за циљну јавност. „Организације опрезно интегришу и координирају многе своје комуникацијске канале, како би пласирали чисту, усклађену и подстицајну поруку (синергијски учинак).“⁶⁵ „На начин, да свако комуникацијско средство радећи заједно с другим средствима на промоцији производа, има већи утицај него када би радили само за себе. То даље

⁶² Драгиша Станишић, „Интегрисана маркетинг комуникација у организацијама високог ризика“, докторска дисертација, ФОН, Универзитет у Београду, 2010., стр. 77.

⁶³ Прилагођено према: Baenhardt Jeffrey E., „Small Firms Look to Integrated Marketing“, Sales and Marketing Strategies & News, July/August 1994., pp.13-15.

⁶⁴ Snyder M., „Re-thinking integrated“, Advertising Age, October 28, 1991., p 32.

⁶⁵ Драго Р., Антун Б., „Комуникацијски микс е-маркетинга“, Економски факултет у Осјеку, www.oliver.efos.hr/nastavnici/druzic/dokumenti/e-marketing 03.09.2008.год.

значи да је њихов укупни утицај већи од збира свих појединачних утицаја.“⁶⁶

Основни разлог за прихватање концепта интегрисане маркетинг комуникације у пракси лежи у чињеници да су маркетинг стручњаци препознали значај и вриједност, стратешке интеграције различитих комуникационих активности, за разлику од њихових појединачних дјеловања. Организације само уз координацију различитих комуникационих активности, могу обезбједити наклоност циљних група и избјећи евентуалне негативне ситуације и на тај начин обезбједити предност у односу на конкуренцију. Заговорници интегрисане маркетинг комуникације, износе аргументе да је интегрисана маркетинг комуникација једна од најлакших начина да компанија оствари максимум, од свог улагања у маркетинг и промоцију.⁶⁷

Резултати истраживања су показали да је интегрисана маркетинг комуникација погодна за мале компаније, јер се брже и ефикасније врши интеграција промотивних активност. Такође, у малим компанијама је обим активности мањи, па самим тим не захтјевају се сложене кампање, за разлику од великих компанија.

5. НЕДОСТАТЦИ ИНТЕГРИСАНЕ МАРКЕТИНГ КОМУНИКАЦИЈЕ

Појава саме идеје о интегрисаној маркетинг комуникацији изазвала је велике критике, од оних позитивних, о којима смо претходно говорили, до крајње негативних. На основу расположиве стручне литературе, могуће је дефинисати неколико примједби, које оспоравају опстанак и развој концепта интегрисане маркетинг комуникације:

- Недовољно развијена свеобухватна теорија;
- Шта је у концепту интегрисане маркетинг комуникације базично ново. Инсистирање на преласку са масовног на циљно комуницирање, као и на интеграцију свих комуникационих елемената унутар маркетинг микса, не представља ништа ново, што до тада није виђено у теорији маркетинга;
- Оспоравају се активности универзитета и агенција за оглашавање и односе с јавношћу у смислу потребе за развијањем наведеног концепта и
- Практична примјена концепта интегрисане маркетинг комуникације се оспорава.

⁶⁶ Ненад Бркић, „Управљање маркетинг комуницирањем“, Економски факултет Универзитета у Сарајеву, Сарајево, 2003., стр.26.

⁶⁷ Tortorici Anthony J., „Maximizing Marketing Communications through Horizontal and Vertical Orchestration“, Public Relations Quarterly, No.1, 1991.

Када се говори о недовољно развијеној свеобухватној теорији интегрисане маркетинг комуникације, онда се прије свега алудира на не постојању јединствене дефиниције, која је опште прихваћена у стручним круговима. Према критичарима наведеног концепта, не постојање јединствене дефиниције, представља један од основних његових недостатака. Управо због тога сматрају да даљи опстанак и развој концепта интегрисане маркетинг комуникације нема будућност.

Критичари концепта интегрисане маркетинг комуникације још увијек нису добили јасно дефинисан одговор на питање: Шта је у концепту интегрисане маркетинг комуникације базично ново? Они сматрају да идеја интегрисане маркетинг комуникације не представља ништа ново, јер је још 1962.године *Theodore Levitt*, предлагао концепт центрипеталног маркетинга, у којем: „Пословна фирма мора бити систематично свјесна сваке комерцијалне поруке, која је послата вани – без обзира да ли се ради о садржају њеног огласа, дизајну њеног производа, паковању производа, заглављу пословног писма, о томе како су обучени фирмини продавачи, о њеном „POS“ (*point-of-sale*) материјалу, њеним камионима или условима под којима су изложени и продати њени производи. Кључна ствар је да порука сваке од ових ствари буде пажљиво координирана да би се остварила јединственост, самопојачање, једноставна и подстицајна прича... Успјешна модерна корпорација треба стални „*top-down*“ поглед на своје укупне комуникационе активности, тако да је укупни комуникациони програм увијек дизајниран за максимални утицај на купце.“⁶⁸

Оспоравају се активности универзитета и агенција за оглашавање и односе с јавношћу у смислу потребе за развијањем наведеног концепта, наиме, универзитети се оптужују да су концепт интегрисане маркетинг комуникације развили, само да би студентима понудили нове примамљиве курсеве, а агенције да су развојем новог концепта настојале да предузму пословну активност, која ће им обезбједити опстанак на тржишту.

Могуће је дефинисати минимум четири практична проблема, који стоје као препрека пред концептом интегрисане маркетинг комуникације, за његову несметану примјену и развој у пословним активностима организација, а то су:

- Различито схватање наведеног концепта од стране практичара. Утврђено је постојање најмање три различита схватања самог концепта: *прво*, „једногласне“ маркетинг кампање, подразумева синхронизацију свих

елемената комуницирања, *друго*, интегрисане маркетиншке кампање, представљају комбиновање различитих комуникационих алата приликом оглашавања производа или услуге у медијима и *треће* координиране маркетиншке кампање, заснивају се на постизању пуне синергије међу свим облицима комуницирања, који се организују у различитим организационим јединицама или у маркетиншким агенцијама.⁶⁹

- Велики број организација, које примјењују наведени концепт, налазе у почетној фази његове примјене.
- Непостојање јединствене методологије мјерења ефеката интегрисане маркетинг комуникације. Досадашње развијене методологије мјерења ефеката наведеног концепта, наглашавају значај мјерења ефеката појединих инструмената интегрисане маркетинг комуникације, као и значај мјерења ефеката целокупног програма комуникације у односу на унапријед дефинисане циљеве.
- Оптерећеност организација са бројним проблемима са којима се сусрећу у својим свакодневним пословним активностима (отпор према промјенама, специјализација, ширина активности, неразвијеност хоризонталне комуникације, организациона структура, потребни широко образовани стручњаци, итд.).

ЗАКЉУЧАК

У раду су приказане предности и недостатци концепта интегрисане маркетинг комуникације, како у теоријском смислу, тако и у практичном погледу. Није вршено пондерирање сублимираних разлога за и против предметног концепта, него само изношено интегралног промишљања стручне јавности и њихових било позитивних или негативних ставова према самом концепту.

Међутим, морамо констатовати да се концепт интегрисане маркетинг комуникације развио у посљедњој деценији двадесетог вијека на простору САД-а, под утицајем низа фактора. Сам концепт своју примјену је нашао у многим организацијама широм свијета и примјењује се до данашњих дана. Уважавајући све слабости предметног концепта, његов теоријски развој и практична примјена у организацијама траје више од двије деценије. „Зато концепт интегрисане маркетинг комуникације не би требало а priori одбацити као само још један од модерних трендова у

⁶⁸ Levitt Theodor, „Innovation in Marketing”, McGraw-Hill, 1962.

⁶⁹ Nowak G. J., Phelps J., „Conceptualizing the Integrated Marketing Communications Phenomenon: An Examination of its Impact on Advertising Practices and its Implications for Advertising Research“, *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 1994, Vol.16, No.1, p.49-66

менаџменту, како га често називају његови критичари.⁷⁰

Морамо бити свјесни чињенице да многи стручњаци све више предметни концепт називају интегрисана комуникација, дакле избацују префикс маркетинг, из разлога што желе да ставе до знања да развој овога концепта прелази оквире маркетинга. Због чега можемо на крају закључити да концепт интегрисане маркетинг комуникације има будућност, с тим што морамо бити свјесни чињеници да данас успјех организације не зависи само од успјешног комуницирања са потрошачким, него од комуникације са цјелокупном јавношћу.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V., „Principles of Marketing“, Second European Edition, Prentice Hall Europe, 1999.
- [2] Kotler P., Keller K.L., „Marketing Management“, Prentice Hall, 2009.
- [3] Caywood L., „The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications“, McGraw-Hill, New York, 1997.
- [4] Pickton D., Broderick A., „Integrated Marketing Communications“, Prentice Hall, London, 2001.
- [5] Schultz Don E., „Integrated Marketing Communications: Maybe Definition Is in the Point of View“, News, January 18, 1993.
- [6] Marketing Гаљина Огњанов, „Интегрисане маркетиншке комуникације“, Центар за издавачку дјелатност Економског факултет у Београду, 2009.год.
- [7] Мр Драгиша Станишић „Интегрисана маркетинг комуникација у организацијама високог ризика“, докторска дисертација, ФОН, Универзитет у Београду, 2010.год.
- [8] Baenhart Jeffrey E., „Small Firms Look to Integrated Marketing“, Sales and Marketing Strategies & News, July/August 1994.
- [9] Snyder M., „Re-thinking integrated“, Advertising Age, October 28, 1991.
- [10] Драго Ружић, Антун Билош, „Комуникацијски микс е-маркетинга“, Економски факултет у Осјеку, www.oliver.efos.hr 03.09.2008.год.
- [11] Ненад Бркић, „Управљање маркетинг комуницирањем“, Економски факултет Универзитета у Сарајеву, Сарајево, 2003.год.
- [12] Tortorici Anthony J., „Maximizing Marketing Communications through Horizontal and Vertical Orchestration“, Public Relations Quarterly, No.1, 1991.

⁷⁰ Гаљина Огњанов, „Интегрисане маркетиншке комуникације“, Центар за издавачку дјелатност Економског факултет у Београду, 2009., стр.17.

[13] Levitt Theodor, „Innovation in Marketing“, McGraw-Hill, 1962.

[14] Nowak G. J., Phelps J., „Conceptualizing the Integrated Marketing Communications Phenomenon: An Examination of its Impact on Advertising Practices and its Implications for Advertising Research“, Journal of Current Issues and Research in Advertising, 1994.

NEOLIBERALNA ORTODOKSIJA KAO KVAZIIZAZOV NOVE EKONOMIJE

NEOLIBERAL ORTHODOXY AS A QUASI-CHALLENGE OF THE NEW ECONOMY

*Prof. dr Žarko Ristić, doc. dr Kristijan Ristić
Univerzitet za poslovne studije Banja Luka*

Резиме: Neoliberalizam se na prvi pogled reprezentuje kao teorija koja tvrdi da čovekova dobrobit može biti najbolje unapređena dopuštanjem sloboda preduzetničkih aktivnosti pojedinaca i veština u sklopu institucionalnog okvira, koji karakterišu jaka prava privatne svojine, slobodno tržište i slobodna trgovina. Uloga države je da stvori institucionalni okvir, da garantuje kvalitet novca, i da obavlja poslove tamo gde nema tržišta (npr. socijalna zaštita). Državna intervencija se mora držati na minimumu. Ova transformacija ispitala je puteve nove ekonomske konfiguracije koja je istrgnuta iz torbe prošlosti kada se država fokusirala na punu zaposlenost, ekonomski rast i socijalno blagostanje. Poslovni ciklus bio je uspešno kontrolisan primenom kejnzijanskih mera monetarne i fiskalne politike uz pomoć socijalne redistributivne politike.

Кључне ријечи: štednja, kriza, zaposlenost, državni intervencionizam, monetarna politika, fiskalni sektor, stopa rasta, investicije, konkurentnost, neoliberalizam, ekonomija depresije.

Abstract: Neoliberalism is at first sight represents a theory that claims that a person's well-being can best be advanced by allowing freedom of entrepreneurial activity of individuals and skills within an institutional framework characterized by strong private property rights, free markets and free trade. The role of government is to create an institutional framework to guarantee the quality of money, and to perform tasks where there is no market (eg social security). Government intervention should be kept to a minimum. Nobel laureate Krugman, however, Keynes again reaffirms the central proposition that "the right time to save the time of growth, not a time of crisis," and, therefore, adds, "Now is the time that the government is spending more, not less, in the direction of an expansionary policy job creation, which is contrary to the logic of neo-liberal orthodoxy."

Key Words: savings, crisis, employment, public intervention, monetary policy, fiscal sector, the rate of growth, investment, competition, neoliberalism, the economy depression.

1. NEOLIBERNA ORTODOKSIJA I GREŠKE MAKROEKONOMSKIH POLITIKA

Nobelovac Krugman kada iznova reafirmiše Kejnzovu centralnu postavku: „Pravo vreme za štednju je vreme rasta, a ne vreme krize“; „sada je vreme da vlada troši više, a ne manje“ i, to sve dok „privatni sektor ne bude spreman da ponovo gura privredu napred“ i, to u pravcu ekspanzivne politike stvaranja radnih mesta, a ne da vlada sprovodi „politiku štednje kojom se ukidaju radna mesta.“

Sadašnja realnost je potvrdila staru izreku da ekonomisti znaju cenu svačega, a vrednost ničega iz prostog razloga, kako veli Krugman, što proučavaju samo kretanje novca, proizvodnje i potrošnje, ali ne i ono što je Ben Bernanke opisao, u svojoj knjizi „Ekonomija sreće“, kao tzv. samoprocenjeni stepen blagostanja.

Kriza, po pravilu, nanosi veliku štetu na kratak rok i ostavlja teške posledice na dugi rok, jer gotovo trajno snižava stopu rasta i zaposlenost. A dugotrajna nezaposlenost destruktivno deluje, kao što i niske poslovne investicije trajno podrivaju ekonomsku budućnost.

Niska potrošnja, po pravilu, donosi nisku zaposlenost, „zato što ono što ne može da se proda neće se ni proizvoditi, pa pošto nema potrebe za radnicima u proizvodnji oni neće ni biti zaposleni“ Reč je zapravo o činjenici da je vaša potrošnja moj dohodak, a moja potrošnja vaš dohodak (Krugman). I građani troše manje nego što zarađuju.

Doštampavanje kupona jeste stari dobri način kojim privredu izvlačimo iz recesije. Tako je i sada u SAD: kada ekonomija posustane, Federalne rezerve pokrenu mašinu za štampanje i otvore proces smanjivanja kamatne stope (skoro do nule). Nažalost, ispostavilo se da ni nulta stopa nije dovoljno niska, zbog prevelike štete koju je izazvalo pucanje stambenog balona. Privatna potrošnja je ostala slaba, stambena izgradnja se nimalo ne popravља, poslovne investicije su male, nezaposlenost je ostala na katastrofalno visokom nivou. „I to je ta zamka likvidnosti: u nju se upada kada nula nije dovoljno niska, kada Federalne rezerve toliko prezasite privredu likvidnošću da ništa ne košta zadržati dodatni novac, a ukupna potrošnja ostaje preniska“. Gotovo isti scenario desio se i u globalnoj ekonomiji: kada su svi odjednom odlučili da su dugovi previsoki, dužnici su primorani da troše manje, ali kreditori nisu bili voljni da troše više - i rezultat je depresija.

Odabrani neokejnzijanci zajedno sa Krugmanom i Štiglicom konačno su uvideli značaj tzv. hipoteze finansijske nestabilnosti i potrebu da se ekonomisti

fokusiraju na leveridže: rast zaduživanja, u odnosu na potraživanja, dohodak ili aktivu.

Dugovnu deflacijsku teoriju depresije iskoristio je Fišer da gađa u današnju suštinu globalnog sveta: što više dužnici plaćaju, to više duguju. Krugman je parirao Fišerovom jezgrovitom opisu dugovne deflacije opisanog stanja svetske ekonomije: sada dužnici ne mogu, a zajmodavci neće da troše; U rastućoj ekonomiji sa rastućim cenama imovine, oni koji pozajmljuju su generalni dobitnici; špekulanti kupuju akcije na kredit, cene akcija rastu, i što su se više zadužili veći su im i profiti. Zato Krugman konstatuje da dok god ekonomija kao celina stoji relativno dobro, dugovi ne deluju rizično. Ali, kada dugovi previše narastu i kada ekonomija ne stoji dovoljno dobro, dužnici su onda primorani na smanjenje leveridža i tada kreće tzv. Fišerova spirala dugovne deflacije. Kombinacija zamke likvidnosti i tereta prezaduženosti uvodi nas u svet u kome je štedljivost ludost. Paradoks štednje ne glasi: povećana buduća donosi povećanje investicija, što bi povećalo buduće bogatstvo. Ali u depresivnoj ekonomiji ko štedi, taj ne troši. Rezultat je novi pad: privreda dublje tone. No, paradoks štednje „vuče“ paradoks smanjenja leveridža i paradoks fleksibilnosti tržišta rada. Ali to nije zasmetalo Lariju Samersu, inače glavni ekonomski savetnik predsednika Obame, da se ne ruga finansijskim profesorima parabolom „o tzv. kečap ekonomistima“. U tom svetlu, čak je i Alan Greenspan odbijao da obuzda subprajm kreditiranje.

Makroekonomija se danas podelila na dve međusobno suprotstavljene frakcije, koje potpuno različito gledaju na suštinu recesije. U principu, radi se o tzv. morskim ekonomistima koji propagiraju kejnzijansko viđenje suštine recesije, s jedne strane, i o tzv. slatkovodnim ekonomistima, koji kejnzijansko viđenje suštine recesije smatraju besmislenim; s druge strane Krugman pak smatra da su slatkovodni ekonomisti, u suštini *laissez-faire* puristi, koji su trijumfalno objavili kraj kejnzijanske ekonomije i proterivali sve kejnzijance iz učionica i časopisa. Luksov projekat koji je mikrotemelje podario makroekonomiji sa matematičkim strogostima. No, njihovi novi modeli ipak nisu mogli da objasne osnovne činjenice o recesiji. I pošto je njihov projekat propao bili su prinuđeni da priznaju da kejnzijanska ekonomija ipak zvuči prilično smisljeno i realno. Teorija realnog privrednog ciklusa konačno je obasjala put za sticanje novih profesorskih znanja na fakultetima na lomači odmetnutih akademskih makroekonomista. Tako je i „nova“ kejnzijanska teorija iznova našla svoje staro utočište na MIT-u, Harvardu i Princetonu, kao i u institucijama MMF i IBRD. Kejnzijanci su u „znak zahvalnosti“ bili čak spremni i da odstupe od stare pretpostavke da je tržište savršeno samoregulisano i savršeno racionalno kako bi aktivna državna politika protiv recesije ostala poželjna i superiorna u odnosu na klasičnu tržišnu ortodoksiju.

Dugo vremena u SAD i EU se prebregavala činjenica šta se sve predaje na univerzitetima i, još važnije, šta se sve ne predaje na tzv. ekonomskim fakultetima, jer su sve međunarodne monetarne i finansijske institucije držale univerzitet i institute pod strogom finansijskom kontrolom u skladu sa imperativima neoliberalne ortodoksije. Dole su brojni ekonomisti bili zarobljeni čistim neznanjem, jer njihove teorije nisu odražavale koje

mere valja preduzeti kada monetarna politika nije dovoljna. J. Fama i Dž. Kokrejn su čak i izneli agumentaciju u prilog naučnoj tvrdnji da fiskalni stimulansi ne mogu doneti ništa dobro; dok je R. Baro ustvrdio da je dobar deo fiskalnih stimulansa neutralisan padu investicija i privatne potrošnje, kao što je i R. Lukas neefikasnost fiskalne politike objašnjavao rikardijanskim jednačinama, mada nikada nije ni znao šta znači taj princip. Kokrejn je otišao daleko, daleko u zaborav, kada je ustvrdio da „stimulans nije deo ni jedne lekcije koju studenti uče“ i da su se kejnzijanske ideje, kao bajke, pokazale netačnim. R. Lukas je i ekonomsku analizu K. Romer (Obamina glavna ekonomska savetnica) odbacio kao „traljavu ekonomiju“ A. Ljutiti, R. Baro je stalno ponavljao da P. Krugman nije kompetentan da komentariše makroekonomske probleme. Podrivanje aktuelne politike u današnjoj tzv. petoj godini krize otkrilo je ipak obilno neznanje u makroekonomiji, kao celini, pošto je poslednje tri decenije ekonomska struka duboko zabrazdila u stranputice. Zato su i kreatori makroekonomske politike svuda podbacili, kako vlade tako i centralne banke i, naročito, međunarodne finansijske institucije.

Pucanjem stambenih balona banke su pretrpele ogromne gubitke zbog hipotekarnih založnica, tj. finansijskih instrumenata stvorenih prodajom potraživanja na naplate od pula hipotekarnih kredita. Obilje sigurnih ulaganja promovisanih od strane rejting agencijskih oznaka AAA, završila je kao toksični otpad, koji je bio uvaljen neopreznim kupcima penzijskih fondova, bankama i tzv. bankama u senci. Tako su narasli i repo aranžmani kod kojih finansijski akteri finansiraju svoje investicije putem kartkoročnih zajmova „od danas do sutra“, od drugih finansijskih igrača, ulažući hipotekarne založnice kao kolateral. Ulagajući su imali kratkoročnu pasivu (repo) i dugoročni aktivu (hipotekarne založnice), ali bez osiguravajućeg depozita.

I Nil Ferguton je isticao da vladino zaduženje sigurno dovodi do rasta akamatnih stopa, što dovodi iznova do rasta dodatne tražnje zajmova, koji mora da izazove rast cena. A ne može se istovremeno biti i monetarista i kejnzijanac, jer prvi podržava niske kamatne stope i visoku likvidnost, a drugi unosi samo rast kamata.

Uobičajeno je da prvu liniju odbrane protiv recesije u SAD i EU čine centralne banke, koje odmah smanjuju kamatne stope u slučaju ekonomsko, posrtanja. Međutim, kratkoročne kamatne stope bile su u blizini nule bez mogućnosti daljeg spuštanja; vladin odgovor se ipak sveo na fiskalne stimulanse u formi privremenog povećanja javne potrošnje i/ili pak smanjenja poreza u cilju podsticanja ukupne potrošnje i otvaranja novih radnih mesta – plan privrednog oporavka i reinvestiranja.

U tom kontekstu, Stiglicova i Krugmana strahovanja su se ipak obistinila onog trenutka kada je došlo do pomeranja fokusa sa zaposlenosti na pitanje deficita i dugova. Tadašnja politička razglabanja proizvela su opasnost od prevelikog deficita i zaduživanja gurajući nezaposlenost ispod tepiha. Strah od budžetskog deficita proizveo je tzv. fiskalnu štednju i oštro smanjanje javne potrošnje. Tako se i politički diskurs prebacio sa problematike zaposlenosti na budžetski deficit, iako nije tragedija da dug nastavi da raste sve dok ne raste brže od ukupnog ekonomskog rasta i rasta inflacije.

Smanjenjem javne potrošnje i neće smanjiti budući dug, pošto krizna ekonomija donosi manji dohodak i veću socijalnu potrošnju. Popraviti fiskalni izgled ekonomije u depresiji putem rezanja javne potrošnje, može da ispadne kontraproduktivno jer je korist od fiskalnog rezanja mala, a cena velika. Nažalost zaokret od zaposlenosti ka deficitu unela je paniku koja je prevladala kod kreatora ekonomske politike, kojima je i stah od inflacije postao fantomska pretnja. Čak je i upozorenje konzervativnog ekonomiste monetarizma Alena Melcera da će doći do oštrog porasta inflacije (zbog štampanja novca i vladinog deficita) palo u vodu.

Ekonomisti, poput Krugmana i Štiglica, znaju da do nekontrolisane inflacije neće doći dokle god je ekonomija u stanju depresije, u kojoj zamka likvidnosti pri niskim kamatnim stopama ne omogućava rastuću potrošnju dovoljnu za povratak punoj zaposlenosti. U tom kontekstu od posebne važnosti je tzv. bazna inflacija (Krugmanova fundamentalna inflacija) koja se meri izuzimanjem cena hrane i energenata iz indeksa cena i nije namenjena merenju troškova života već merenju tzv. inflacione inercije. Bazna inflacija (od recimo 4%) je u ovom trenutku korisna, jer deflacija otežava oporavak od depresije. Tu su gotovo sve centralne banke pogrešile: težile su niskoj stopi inflacije i zaboravile su na standard zdrave ekonomske politike u formi snižavanja fiskalnog stimulansa i odgovarajuće monetarne politike centralne banke i kamatne politike. Greška je što vlade teže smanjenju plata i penzija, jer to stvara problem dugovne deflacije.

Lažni spisak uzroka krize jeste velika ekonomska zabluda po kojoj je zavladao uverenje da je ekonomska kriza izazvala fiskalnu neodgovornost. Po toj priči sve evropske države ulaze u prevelike budžetske deficite i sve više tonu u prevelike dugove. Zato je bilo važno postaviti fiskalna pravila odgovorne države u formi: limitiranja budžetskog deficita i javnog duga u odnosu na društveni proizvod (u visini od 3%, odnosno 60%) pod imenom Mastroiottovski sporazum o nenaučnim kriterijumima.

Prenebegava se činjenica da je EU samo „zbir država“ u kojoj je fiskalna integracija vrlo mala, pokretljivost radne snage izuzetno niska, a niko nema sopstvenu valutu. Evropska centralna banka, stoga, vodi politiku „lakog novca“ i sve to stvara krizu. Zemlje sa visokim budžetskim deficitima gurnute su u žestoku štednju, dok prezadužene zemlje EU plaćaju ogromne kamatne stope na državni dug.

Tako su zakopane opšteprihvataene teorija sistematskog budžetskog deficita, teorija cikličnog budžeta, teorija kompenzacionog budžeta i teorija stabilizacionog budžeta na osnovu evroneznanja i ekonomskog nihilizma evropske integracije

U deflatorskom ekonomskom ciklusu nikla je teorija sistematskog budžetskog deficita A. Hansena, koja u osnovi reflektuje deficitarno finansiranje u funkciji kompenziranja cikličnih fluktuacija u globalnoj tražnji. Budžetski deficit je time postao ne samo dopustiv već i ekonomski poželjan za rešavanje problematike nishodnih tendencija u privredi. Pod dejstvom Keynesove doktrine, budžetski deficit pojavio se kao sredstvo za resorbovanje nezaposlenosti i ubacivanje dodatne kupovne snage u prometne tokove reprodukcije, alimentirajući se javnim dugom, trezorskim avansima i monetarnim kreacijama.

U konstelaciji teorijskih rekonsideracija, javni dug funkcionalno treba da je podređen podržavanju optimalnih investicija (A. Lerner), odnosno da je aplikacija javnog duga determinisana efektima na zaposlenost (A. Hansen). S tim u vezi, i teorijska inovacija doktrine kompenzacionog budžeta (compensatory budgeting) verifikuje se kao nadopuna Keynesove teorije aktivnih javnih finansija.

Protagonisti „kejnzejzanske revolucije“ (Hansen i Lerner), stavljaju u epicentar teorijskih razmatranja ekonomsku ravnotežu umesto budžetske ravnoteže i postulirali su teorijske postavke funkcionalnih finansija (Lerner) i kompenzacionih finansija (Hansen), koje su konceptijski reinterpretirane u sklopu teorije i politike deficitarnog finansiranja.

U sklopu teorijskih preispitivanja, istovremeno, vaskrsle su i budžetska teorija Baveridgea, i Haavelmova teorema uravnoteženog budžeta, kao nove formule povezivanja problematike budžetskog deficita s problematikom pune zaposlenosti i blagostanja (Beveridge) i nadopune teorije sistematskog budžetskog deficita (Haavelmo). U miljeu Haavelmove teoreme, porast zaposlenosti i nacionalnog dohotka efektuiraju se posredstvom uravnoteženog budžeta, pri čemu pofit uravnoteženog budžeta implicira povećanje poreza, koji osiguravaju pokriće povećanih javnih rashoda i koji multiplikatorski deluje na povećanje proizvodnje i nacionalnog dohotka Teorema Haavelmo-Wallich. zapravo, pokazuje kako je politika budžetske ravnoteže nedovoljna za garantovanje ekonomske ravnoteže u kojoj je puna zaposlenost proizvodnih faktora i integralno osigurana. Uravnoteženi rast (balanced growth) budžetskih rashoda i prihoda u biti ne predstavlja dogmu godišnje budžetske ravnoteže, iako je inkompatibilan sa konjunkturnim fluktuacijama sa stanovišta ekonomskog neutraliteta. Jer, rast uravnoteženog budžeta u silaznim tendencijama u tražnji može biti deflacionistički (Tobin), budući da porast fiskalnog snopa resursa u paritetu s rastom budžetskih rashoda, po pravilu, penalizuje privrednu aktivnost uvođenjem distorzija, koje proističu iz fenomena "turbulencie fiscale". Čak i u situaciji visoke konjunktуре, princip egaliteta između stopa rasta budžeta i stope rasta nacionalnog dohotka ne verifikuje ekonomsku neutralnost. Porast fiskalne presije generiše rast troškova i uvodi inflaciju troškova (J. Due), s obzirom na to da fiskalne strelice na planu proizvodnje stimulatívno deluju na jedinične troškove, koji se kontrabalansiraju pokretom cenovnog valcera. Time se orkestrirani fiskaliteti konvertuju u modifikatora troškova proizvodnih faktora, koji, posredstvom njihovih cena, utiču na izbor između datih faktora proizvodnje u alokativnom mehanizmu.

Pored teorije sistematskog deficita, konceptirana je i prihvaćena više iznijansirana teorija cikličnog budžeta i doktrina budžetskog "l'impassea". Konceptija švedskih ekonomista Mayrdala, Lindalla i Ohlina, težila je regulisanju ekonomskih ciklusa posredstvom suficitarnog finansiranja u prosperitetnim godinama i deficitarnog finansiranja u depresivnim fazama (Colm i Neumark). Realizovani budžetski deficit u depresivnoj fazi ciklusa ima za funkciju da inicira dodatnu snagu u konjunkturni polet u tražnji; dok budžetski suficit, posredstvom eskalacije fiskalne presije, u fazi ekonomskog prosperiteta i buma deluje u pravcu reduciranja snaga ekonomskog zaleta prema inflatorskom vrtlogu i

sterilisanja inflatornog likvidnog disponibiliteta. Istovremeno, institucionalizovan je tzv. budžetski egalizacioni fond, kao anticiklična finansijska institucija, u koju se transferišu realizovani budžetski suficiti u periodu prosperiteta da bi poslužili za alimentiranje budžetskih deficita u periodu depresije. U tom kontekstu, tzv. metod rezervi i tzv. metod anticipiranih kredita, kombinuju se radi adaptiranja budžetske alokacije i redistribucije resursa aukcesivnim cikličnim fazama nacionalne privrede.

Teorija kompenzacionog budžeta (compensatory budgeting), sistematskog budžetskog deficita (deficit spending) i cikličnog budžeta (tzv. funkcionalni pump-priming) nadopunjena je teorijom stabilizacionih budžeta (stabilizing budgeting), koja je, inače bliska klasičnoj teoriji uravnoteženog budžeta, mada, zanemarujući godišnju finansijsku ravnotežu, u prvi plan stavlja makroekonomsku ravnotežu. Ova doktrina (realnija od teorije kompenzacionog budžeta), izbegavajući nepouzdana predviđanja konjunktornog razvoja u privredi i time-lags u budžetskoj egzekutivi, oslanja se na automatske „ugrađene“ stabilizatore (builtin stability ili builtin flexibility) u čijim okvirima fleksibilni readaptibilitet i elastični reagibilitet fiskalnih randmana amortizuje konjunktume perturbacije u ekonomskim tokovima reprodukcije. U tom kontekstu, remarkirana su dva termina: fiskal drag (ili frein fiscal) i fiscal dividend (ili devidende fiscale), koji su samo dva aspekta istog fenomena - efekta automatske stabilizacije. „Fiscal drag“ egzistira u uslovima kada konjunktuma elastičnog fiskalnih randmana olakšava ekspanziju, budući da je u okviru big tax cut redukcija fiskalnog opterećenja stimulisala ekspanziju. Obrnuto, fiscal dividende podiže fiskalne randmane i koči ekcesivnu konjunkturu. U suštini, izbor između ova dva modela diskrecione budžetske politike zavisi od preferencija države u domenu alokacije resursa i od opcija između javne i tržišne alokacije. U tadanašnjem nadmetanju standardnih teorija pobedio je konačno Vašingtonski konsenzus, čiji je idejni tvorac Dž. Vilijamson, koji je opisan pomoću deset principa čiji sledbenici su ih pretvorili u Deset Božijih zapovesti:

- Fiskalna disciplina: ravnoteža budžeta i otklanjanje deficita;
- Izmenjeni prioriteti javne potrošnje: napuštanje podsticanja rasta u korist bazičnih javnih dobara (obrazovanje, zdravstvo);
- Poreska reforma: široka poreska osnovica sa politkim poreskim stopama;
- Liberalizacija kamata: proistekla iz finansijske liberalizacije;
- Politika deviznog kursa: režim deviznog kursa nije u funkciji razvoja, već monetar-ne stabilnosti;
- Liberalizacija trgovine: brza i potpuna liberalizacija trgovine robama i uslugama,
- Strane direktne investicije: privlačenje po svaku cenu inostranog kapitala kroz povlastice i nediskriminaciju;
- Privatizacija: ključna reč Vašingtonskog konsenzusa koja podrazumeva države;
- Deregilacija: uklanjanje barijera ulasku i izlasku za sve ekonomske razlike;

- Svojinska prava: ustanovljavanje gde ne postoje i puna zaštita.
- Dopunjeni Vašingtonski konsenzus, međutim, glasi:

<i>Originalni Vašingtonski konsenzus</i>	<i>Dopunjeni originalni Vašingtonski konsenzus</i>
1. Fiskalna disciplina	1. Korporativno upravljanje
2. Preusmeravanje javnih izdataka	2. Antikorupcijski zakoni
3. Poreska reforma	3. Fleksibilno tržište
4. Finansijska liberalizacija	4. Članstvo u STO
5. Konkurentni devizni kurs	5. Usklađeni finansijski propisi i standardi
6. Liberalizacija trgovine	6. Otvorenost kapitalnog bilansa
7. Otvorenost za SDI	7. Neupravljeni devizni kursevi
8. Privatizacija	8. Samostalna centralna banka i targetiranja inflacije
9. Deregulacija	9. Sistem socijalne zaštite
10. Osigurana svojinska prava	10. Targetirano smanjivanje siromaštva

Izvor: D. Rodrik, Goodbye washington consensus, Hello Washington Confusion, 2006.

U zastrašujućim godinama „priznate“ recesije gotovo sve zemlje globalnog sveta „ložile“ su kolaps privatne potrošnje okretanjem ekspanzivnoj monetarnoj politici, odnosno smanjenja poreza i štampanju monetarne osnove. No, ubrzo je svetska finansijska i bankarska elita odbacila lekcije iz udžbeničke literature kako bi odjednom postalo moderno pozivati se na kresanje javne potrošnje, podizanjem poreza i povećanju kamatnih stopa u uslovima masovne nezaposlenosti. I kako Krugman konstatuje: evropskim kontinentom počinje da tutnje pozivi na fiskalnu štednju i na povećanje kamatnih stopa od strane Evropske centralne banke uprkos depresiji ekonomije evrozone u kojoj nema opasnosti od inflacije. Pobornici štednje, kao npr. A. Alesine sa S. Ardaniom, tobože su dokazali da štednja dovodi do privredne ekspanzije, što su novi tvorci ekonomskih politika žestoko branili širom sveta. No, sreća je što su istraživači MMF-a tokom prošle 2012. godine otkrili i zaključili da fiskalna štednja pre dovodi do ekonomske depresije nego do ekonomskog rasta. Protivteža budžetskoj štednji jeste snižavanje kamatnih stopa i/ili devalvacija, što znači da živimo ipak u svetu kejnzijanizma. Tome pak Pol Krugman dodaje: „ako pogledate što zagovornici štednje hoće-fiskalnu politiku usredsređenu na pitanje deficita umesto na stvaranje radnih mesta, i monetarnu politiku, koja se opsesivno bori protiv i najmanjeg nagoveštaja inflacije i diže kamatne stope čak i u situaciju nezaposlenosti – sve to u praksi služi intersima kreditora, onih koji daju kredite, a ne onih koji se zadužuju i/ili rade da bi živeli.

Kreditori žele da vladama vrhovni prioritet bude nastojanje da im dugovi budu vraćeni i protive se svakoj monetarnoj akciji koja bilo da lišava banke dela zarade na kreditima (tako što održava niske kamatne stope) bilo da spušta vrednost potraživanja inflacijom.“ Samo se Gregori Mankju sa Harvarda, još na samom

početku krize, zalagao za oštar rast ciljane inflacije federalnih rezervi. Olivije Blanšar, međutim, kao glavni makroekonomista MMF-a zalagao se da bi bilo bolje da centralne banke teže da inflaciju drže na nivou od 4% (a ne na 2%), jer bi viša nominalna stopa inflacije mogla da ublaži ograničenja usled toga što kamatne stope ne mogu da padnu ispod nule.

Masovna nezaposlenost u praksi razara društvo i život, jer je nedostatak radnih mesta izraz neproizvodnosti sistema i nedelotvornosti ekonomije. A to je ključna i izrazita ekonomska nejednakost i socijalna nepravda. Smanjenjem prihodovne nejednakosti na dugi rok i sprovođenje kratkoročnih mera otvaranja radnih mesta, „iznova i iznova, uporno i uporno“, sve dok se ne dostigne cilj pune zaposlenosti, jeste ključ svake makroekonomske politike – veli Krugman. „Ako je ekspanzivna monetarna i fiskalna politika u kombinaciji sa smanjenjem dugova način da se ekonomija pokrene,...., onda bi takva politika bila mudra i u nacionalnom interesu.“..... „Pokazatelji da je fiskalna politika važna danas su jači nego ikada – fiskalni stimulans pomaže ekonomiji da stvor radna mesta, a smanjivanje budžetskog deficita smanjuje rast u namanju ruku u narednom kratkoročnom periodu“.

2. NEOLIBERALIZAM I FINANSIJALIZACIJA

Neoliberalna teorija, pod maskom monetarizma, počela je da vrši uticaj u formi nove ekonomske ortodoksije, koja reguliše javnu politiku, prihvativši ideju da kejnzijanzizam mora biti odbačen kako bi se ekonomika ponuda koristila za izlečenje privrede od stagflacije. Centralne banke zajedno sa MMF postepeno napuštaju fiskalna ograničenja i stroga budžetska pravila da bi se nova politika okrenula obuzdavanju inflacije, ne obazirući se na posledice nezaposlenosti. Time je otpočela nova era deregulacije svega i svačega u korist neograničenih tržišnih sloboda premoćnih korporativnih interesa. Povećane su poreske olakšice za nove investicije radi preusmeravanja kapitala ka višim stopama prinosa. Otvorena je institucionalna praksa deindustrijalizacije i belosvetkog inostranog razmeštaja proizvodnih kapaciteta bez sagledavanja posledica nove rastuće nezaposlenosti. Konkurencija i inovacije postale su sredstvo u konsolidaciju monopolske moći sa najvećim kresanjem direktnih poreza u istoriji čovečanstva.

Neoliberalna retorika imala je za cilj da razdvoji libertarijanizam, politiku identiteta, multikulturalizam, narcisiozni konzumerizam, ličnu slobodu i društvenu pravdu, suprotstavljajući se regulatornoj politici države. Tako je otpočela nova faza kapitalističkog restrukturiranja kao odgovor na krizu akumulaciju kapitala instrumentima nove strategije deflacije udružene sa regresivnom redistribucijom prihoda i bogatstva.

Socijalna politika je praktično bila ostavljena brizi vlasnika hartija od vrednosti Vol Strita, dok je novinstalirana politika kresanja ogromnih budžetskih deficita stavljena u funkciju postizanja niskih kamatnih stopa. Forsiran je Volkerov povratak monetarizmu i postavljanju agencijskog osoblja okrenutog protiv

regulatorne države kako bi javna imovina slobodno prelazila u privatne ruke i kako bi proizvodnja obezbedila prisvajanje visokih i subvencioniranih profita.

Fleksibilni aranžmani tržišta rada omogućili su da svi benefiti, koji potiču iz rastuće fleksibilnosti u alokaciji rada, odlaze na kapital. Nezaposlenost je rasla u skladu sa neoliberalnom retorikom o dobrovoljnoj nezaposlenosti, koja raste zato što je „rezervna cena“ radne snage previsoka.

Neoliberalni zaokret ekonomskih ideja svodio se na kompleknu fuziju monetarizma (M. Fridmana), racionalnih očekivanja (R. Lucasa), javnih izbora (Dž. Buchanan) i ekonomije ponude (A. Laffera) kako bi se pokazalo i dokazalo da je državna intervencija problem, a ne rešenje, i da je stabilna monetarna politika i radikalna poreska skraćanja zasigurno proizvode zdravu privredu. Ove nove ideje podržavali su svi prestižni univerziteti, koji su velikodušno finansirani sredstvima korporativnih fondacija. Fakulteti, poslovne škole i instituti postali su centri neoliberalne ortodoksije, koji su obučavali ekonomiste čitavog sveta, a naročito ekonomiste zemalja u tranziciji i ekonomiste za MMF i Svetsku banku, kao institucijama međunarodnih finansija. A to su bili ideali korporativnog liberalizma. Novoudukovani kadrovi prodajom javne imovine povećali su budžet i reducirali gubitak balas javnog sektora. Osmišljena privatizacija sa smanjenjem troškova, kroz otpuštanje radnika, stvoreni su podsticaji privatnom kapitalu; kreirana je poslovna klima u kojoj su privatizacija i špekulativni prihodi išli ruku pod ruku kako bi se proširila lična i korporativna odgovornost, i povećala individualna i korporativna inicijativa sa inovacijama (radi konkurentne prednosti).

Privatizacija, deregulacija, liberalizacija, konkurencija i inovacije jesu svi deregulatori institucionalnih barijera ekonomskom razvoju i ljudskom blagostanju sa razvijanjem „tragedije zajedničke imovine“ i „problematičnog državnog intervencionizma“. Državni suverenitet se svesno predaje globalnom tržištu, koje poboljšava efikasnost i produktivnost, snižava cene i kontroliše inflatorne tendencije. Neoliberalizam je sumljivičav prema demokratiji i zakonu većine (koji udara na prava pojedinaca) i favorizuje upravljanje preko eksperata i korporativna elita (da bi izolovati suviše institucije, kao što je centralna banka). Neoliberalna država, po pravilu, favorizuje integritet finansijskog sistema i solventnost finansijskih institucija. Neoliberalizam snižava zarade, povećavaju eksploataciju radnika, povećava nesigurnost na poslu i eliminiše zaštitu na radu. Socijalna sigurnost srozana je do minimuma u korist sistema lične odgovornosti i jačanju partnerstva javnog i privatnog sektora. Država preuzima veći deo rizika, a privatni sistem veći deo profita. Državna prisila povećava zaštitu interesa korporativnog kapitala. Neoliberalizam ne gleda blagonaklone na naciju, a liberalna država, kao faktor konkurentnosti na globalnom tržištu, mobilizuje nacionalizam u promociji poslovne klime preduzetničkog duha sa naglašenim individualnim slobodama.

Konkurentni generatori globalne ekonomije pritisnuli su centralne banke da slede monetaristički pravac i mastrihtski sporazum da postavi široki neoliberalni okvir interne organizacije EU. Načinjen je značajan zaokret prema otvorenoj formi finansijalizacije

sa rapidnim rastom stranih direktnih investicija i portfelja investiranja. Finansijska tržišta su prihvatila snažan talas deregulacije i inovacija, i, na taj način, postala su važniji instrument koordinacije i koncentracije bogatstva. Interesna sprega banka i korporacija srušio je vezu između berzi i kompanija. MMF i Svetska banka, prihvatajući obručke neoliberalnu ortodoksiju, pripremili su novi pritisak na sve zemlje globalnog sveta da prihvate neoliberalne forme sa pečatom osmišljenih strukturnih reformi. MMF, generalno odan neoliberalnom programu, strogo insistira na kontrolisanje i nflacije i na čvrstinu javnih finansija, kao primarne ciljeve bez sagledavanja nezaposlenosti i socijalne pravde. Programski, i STO je preuzeo neoliberalne standarde neometanog toka kapitala.

Neregulisana finansijalizacija sa deviznim špekulantima primorala je gotovo sve vlade evropskih zemalja da olabave evropski mehanizam deviznog kursa i da ne obrate pažnju na maglovitu i neistraženu ulogu hedž-fondova. Po Krugmanu hedž-fondovi po pravilu špekulišu pozajmljenim sredstvima i privlače (navlače) investitore. Kako je inače moguće da 25 menadžera hedž-fondova zaradi oko 14. milijardi dolara što je tri puta više nego što zaradi 80,000 njujorških nastavnika zajedno.

Deregulacija bankarstva, koja je proizvela špekulantske mehure u alokaciji kredita na tržištu nekretnina i fiskalna politika skraćanja ličnih i korporativnih poreza (radi podsticaja investicija) promenila su i misiju centralne banke, koja je do tada brinula o očuvanju pune zaposlenosti, a od sada prešla na borbu protiv inflacije, odnosno na makroekonomsku stabilnost.

Kolaps finansijskih mehura, izražen kroz poremećene cene aktive, kroz bekstvo radne snage, kroz bekstvo kapitala i kroz interna bankrotstva doveo je do ozbiljne depresije, koja je oborila privredni rast, snizila potrošnju i dvostruko povećala nezaposlenost. Ekonomske ideje su putem međunarodne konvergencije utemeljile neoliberalni program zasnovan na reduciranju fiskalnog deficita, na uravnoteženju budžeta i na kontroli inflacije, zaobilazeći punu zaposlenost i pravičnu raspodelu dohotka. Tako je neoliberalni program EU postao kamen temeljac makroekonomske politike, koji se oslanjao na rastuću autonomiju, kaheziju malih i srednjih preduzeća, promenu uslova pozajmljivanja kapitala, lobiranje, mito, korupciju i involviranje u izbore. Neoliberalizam ipak nije mogao funkcionisati bez univerzalne tendencije uvećavanja društvene nejednakosti i rastiće marginalizacije, a da ne sakrije surovu realnost narastanja klasne moći u glavnim finansijskim centrima globalnog kapitalizma.

Vladajuća neoliberalizacija obnovila je klasnu moć vladajućih elita, koje u svojim kulama stvaraju nesrazmernu količinu fiktivnih vrednosti. Tržišta imovine postala su osnovni motori akumulacije kapitala turbokapitalizma. Tržišno vođena finansijalizacija predstavljala je osnovno obeležje neoliberalizma sa privilegovanom informacionom tehnologijom.

U talasu strukturnog prilagođavanja i neoliberalnih reformi, građani su prinuđeni da žive kao privesci tržišta. Štiglic i Krugman, zalažući se za reformu globalnog upravljanja sa boljim regularnim strukturama

i čvršćeg nadzora finansijalizacije, oštro su nagazili na problem nejednakosti u visini dohotka i imovine, koje generišu strukturnu krizu i degenerišu strukturne reforme. I globalni privredni oporavak bez zaposlenja i sa stagnatnim zaradama svodi se ipak na neprekidni rast dugovno finansiranog konzumerizma, budući da se američka ekonomija (Amerika d.o.o.) bazira i dalje na ogromnom količinom kredita za održavanje njenog rasipničkog funkcionisanja. Dakle, ono što je „tranziciono“ na putu ka savršenom neoliberalnom svetu već se prepoznalo kao pogrešna utopisitčka retorika neoliberalizma. Ideali neoliberalne ekonomije već artikulišu želju za alternativnim društvenim odnosima.

Akademski građani već traže ekonomiju bez nametanja fundamentalizma globalnog tržišta i bez ideologije ekonomizma, koji sve ljudske aktivnosti ne podvodi pod domen tržišta.

Svetska ekonomska kriza zajedno sa implementacijom neoliberalnog projekta obelodanila je pomeranja glavnog težišta globalne ekonomije iz sektora proizvodnje u sektor finansija, kao da privredna aktivnost više nije važna. Time je formalizovana primitivna privatna sloboda da se profitira na siromaštvu u formi tajno osmišljene privatne prednosti poput konkurencije, kao ključni podsticaj razvoja i generator monopola. Neoliberalno ograničavanje demokratskog načina upravljanja gurnulo je javno obrazovanje, zdravstvenu zaštitu i socijalne usluge u tržišni zagrljaj najurene države i siromašni sprud nekadašnjeg javnog sektora. Štiglicov „čudan“ svet je ipak moguć, pošto siromašne zemlje subvencionišu bogate zemlje jednako isto kao i što siromašni pojedinci subvencionišu ultrabogataše. Ironija je što su SAD kao liberalno-neokonzervativna država i Kina kao konfučijansko- neokejnzijanska država ostavile utisak globalno degradiranog uređenja iz prostog razloga što su SAD svoj konzumerizam masovno finansirale iz budžetskog deficita i globalnog javnog duga, i što je Kina svoje masovne investicije u fiksni kapital i infrastrukturu finansirala na osnovu neizmirlivanja dugova korišćenja nenaplativih plasmana.

3. GREŠKE NOVE EKONOMIJE

Da li bi svet bio bolji da njime upravljaju ekonomisti? Tako misle ekonomisti i tako pišu ekonomski časopisi. Gotovo sve u politici, za šta se ljudi, u pravilu, bore, svodi se, ipak, u suštini na ekonomiju. A tiče se, u biti, radnih mesta, zarada, penzija, štednje, investicija, rasta, izvoza, konkurencije, blagostanja. Zbog toga, profesionalni ekonomisti većito kritikuju one koji upravljaju svetom što od njega prave toliki haos. Jednostavno, ekonomisti žarko žele da promene način razmišljanja ljudi kada bi se njima upravljalo više po njihovom ukusu. Zato i poznatom Samjuelsonu nije važno ko sastavlja (piše) zakone u zemlji već da li on može da piše ekonomske udžbenike u toj zemlji. Nova izdanja ekonomskih udžbenika uticala su na promenu ekonomskih pogleda na politiku i na ljude koji utiču na ekonomsku profesiju, koja je, tokom poslednje decenije, gotovo u potpunosti eliminisala i najgore vidove ekonomske nekompetentnosti. Naučna ekonomska mudrost odnela je prevagu, a nove ideje zbrisale su mogućnost povratka starog u ekonomskoj praksi. Tako i jeste ako se hvalimo. Ali, ko je kreirao raniju ekonomsku politiku, koja je katastrofalno delovala i neminovno, stoga, propala. Samo ili najviše ekonomisti. Gde su one dugo hvaljene teorije planiranja,

upravljanja tražnjom, dirigovanja industrijom i državnog vlasništva, koje su tako sugestivno formulisane i vešto skrivale štetu? U ekonomskim udžbenicima, naravno.

Danas se, međutim, daju bolji saveti, koji se, doduše, opasno iskrivljuju u samom procesu prenošenja. Zbog toga su i političke odluke slabo fundirane zaokretanjem unazad časovnika liberalnog izbora. Ali, danas se i dobre političke zamisli zasnivaju na lošoj ekonomiji. Argument nalazimo u tome što se privatizacija češće shvata kao način da se zaradi, a ne kao način da se unapredi konkurencija. Na tim osnovama i vlade često prikazuju deregulisanje kao nešto na šta ih prisiljava globalno tržište, a ne kao način da se poveća efikasnost privređivanja i podigne životni standard. Zbog toga su i politički programi loši programi; a loši su zato što se zasnivaju na lošoj ekonomiji. Ekonomisti su, u tom kontekstu, skloni da druge krive što ne razumeju njihove udžbenike, a ne sebe zašto ekonomija nije donela bolje rezultate.

Ekonomiju je, naravno, veoma teško dobro predavati. Neupućenima ekonomija često deluje iznenađujuće (naročito zbog onoga što se ne može) i čudno (zbog onoga što se nepotrebno zatupljujuće matematizuje). Ekonomska profesija je za to odgovorna, jer modele malo ko shvata, a činjenice ekonomist nerazumno objašnjavaju. Osnovna načela mikroekonomije i bazični stavovi o ulozi cena i tržišta nisu spora među današnjim ekonomistima. Ekonomisti samo nepotrebno trače vreme, vodeći polemike o spornim pitanjima, koja na manje-više diskutabilan način, proističu iz zajedničkih temeljnih principa. Stvar je u tome da javnost to dokuči, pogotovu kad joj je namera da razborito sudi o državnoj politici. „Javnost i njeni političari uvučeni su u večite prepirke o stvarnim efektima podizanja kamatnih stopa ili smanjenja poreza na kamatnu dobit i sl. da bi zaključili da se ekonomisti u svemu razilaze i da nista ne shvataju. Dok god ekonomisti najglasnije raspravljaju o stvarima koje najmanje razumeju, a čute o temeljnim idejama koje ih objedinjavaju, male su šanse da se nešto promeni.“ (Economist)

Najveća greška ekonomista je, ipak, ta što su dozvolili da je ekonomska politika najviše očekivala od vlada, koju su i sami savetovali. Statičnost je gotovo uvek nailazila na svesrdnu podršku ekonomista. Jedva čekaju da se pojave inflacija, nezaposlenost i tržišni propusti, pa da grunu iz svih topova. Ali, ekonomisti obično ne žure mnogo da postave pitanje da li će eventualni lek vladine intervencije u privredi pogoršati ekonomsku situaciju. Ekonomisti "stare škole" na tržišnu ekonomiju gledaju sa strahopoštovanjem. Oni i dalje smatraju da je tržište čudesna stvar, jer ljudi koji rade bez vidljive koordinacije i vođeni pretežno sopstvenim interesom uspevaju da ostvare bravuzorno korisne rezultate. Danas su, međutim, takvi udžbenici retka stvar da svoje čitaoce dovedu do takvog nadahnuća. Moderni udžbenici, ipak, poručuju da tržišta nisu savršena i da to mogu biti samo vlade, savetovani od ekonomista. Pa, koja je onda najbolja stvar za javnost: ekonomisti, vlade ili tržište. Jadno je to pitanje.

Nekada je Pol Samjuelson pisao da se ne treba zanositi modelima iz Azije, gde se uspeh privrede plaća gotovo ropskim položajem zaposlenih, već gledati na Austriju i Norvešku kao primere razvoja podobne za ljude koji pripadaju zapadnoj civilizaciji sa visokim poštovanjem individualizma. I kada su tada priupitali ondašnjeg austrijskog kancelara Krajskog kako uspeva da tako stabilno vodi ekonomiju, Krajski je mudro odgovorio da je to zato što su svi ekonomisti sa svetskom reputacijom otišli u veće i razvijene zemlje da ih usrećuju svojim idejama. Danas je američka „stabilnost“, koja traje, u pravilu, je posledica

pragmatične politike, koju vode profesionalci, koji se ne zanose monetarizmom ili kejnzijanzimom. Rabin i Grinspen jesu antiheroji ekonomske teorije. U SAD zato niko više i ne poriče da američku privredu ne vode više velike revolucionarne ideje nego pragmatizam. I, doista, sve što je manje revolucionarnih ideja, to je ekonomija zdravija. Doduše, ovaj zaključak je moguć samo za već stabilne ekonomije iza kojih stoji i podjednako stabilna ekonomska politika. Zato Dornbuš, kao pripadnik „Nove paradigme“, „peva“ odu performansama ekonomije, koja, ipak, počiva na pragmatiči i koja mnogo ne respektuje velike ekonomske teorije. Projekti nove radikalne transformaci je zasnovani na površnim „ekonomskim teorijama“ imaju relativno mali intelektualni značaj i gotovo nikakvu empirijsku potvrdu. tzv. veliki ekonomisti izgubili su skromnost u predlozima i opreznost pred „strelovitim“ generalizacijama (Pol Krugman) : Džefri Saks je svojim "metodama" kumovao socijalnoj katastrofi u Rusiji; međunarodne finansijske institucije su, takođe, svojim "specijalnim metodama", dosta uradile na planu pretvaranja privreda azijskih tigrova u latinoamerički haos. A lider današnje „konzervativne revolucije“ Njut Grinič, koji previše veruje u slobodno tržište, za gladnu decu kaže da „ona treba da se nauče odgovornosti i disciplini, i da shvate da im niko ništa ne duguje; oni treba da dobiju samo ono što mogu da dobiju na tržištu i ništa više“ (Noam Čomski). Na svetskoj ekonomskoj sceni, dakle, vlada kolekcija cinika koji kreiraju i nameću ekonomske teorije na „plaćenim“ projektima tranzicije, privatizacije i liberalizacije u formi globalizacije „neznanja“ i mondijalizacije „izdate profesije“.

U tom kontekstu, globalni jastrebovi tragaju za uspostavljanjem sveobuhvatne kontrole nad građanima, prirodnim bogatstvima i kapitalom u formi demokratske regulacije planetarnih tokova i transnacionalnih poslova (interesa). Takav mondijalistički trend prati opasan jaz između isforsiranog „kraja nacionalne države“ i grandomanskih težnji ka „proliferaciji slabih država“ uz odsustvo efektivnih globalnih demokratskih institucija. Da li je to "globalizacija sa ljudskim likom" i šta ostaje od teorije "održivog razvoja", koja propagira ekološki podnošljivu socijalnu pravednu i efikasnu privredu.

Globalistički (nominalistički) pogled na svet logičan je nastavak liberalizacije, koja je povezana sa privatizacijom državnih (javnih) preduzeća, povećanjem uloge privatnog sektora i preduzetničke inicijative smanjenjem uplitanja države u privredne tokove (deregulacija), povećanje slobode protoka finansija i stranih ulaganja. Globalizacija je, samim tim, novo ishodište ponašanja transnacionalnih korporacija, promene u tehnologiji proizvodnje i distribucije, ekonomije obima, ponašanja potrošača, liberalisanje spoljne trgovine i protoka kapitala, proširenja granica za lociranje preduzeća i ignorisanja važnosti blizine sirovina, proizvodnje i tržišta, i, naročito, ekonomske uloge nacionalnih granica. Simbol globalizacije jesu transnacionalne korporacije kojima se i domaće vlade udvaraju zbog stranih ulaganja u „globalnom trendu“ širenja pseudo-vrednosti (globalni standardi za hranu), poput teletine (u čijoj se proizvodnji koriste hormoni) i genetički izmenjene hrane (hrana za stoku i semenska roba). Globalizacija, kao takva, ruši katedrale nacionalnih vrednosti i nacionalne pripadnosti, i uništava lokalne zajednice da bi popločala stazu ka globalnom kapitalizmu (poput političke levice koja je permanentno vodi ekonomiju, Krajski je mudro odgovorio da je to zato što su svi ekonomisti sa svetskom reputacijom otišli u veće i razvijene zemlje da ih usrećuju svojim idejama. Danas je američka „stabilnost“, koja traje, u pravilu, je posledica

donosi i nesreće: povećava ranjivost ekonomski slabijih, ubrzava zahteve za prilagođavanjem i modernizacijom privrede, unosi nepredvidiva kretanja u tokovima kapitala, pridonosi špekulativnim napadima na domaću valutu, izaziva finansijske krize, brza prebacivanja proizvodnje i zaposlenosti iz zemlje u zemlju, i povećava ekonomsku i socijalnu ranjivost malih zemlja u razvoju.

Globalitarizam nudi nadu za jedan bolji život i tehničku sreću čoveka. Ali, globalizacija nudi perfidno osvajanje vlasti i kontrolu nad kapitalom. Zato je invazija bogatih na ekonomskoj unificiranosti u trendu sa stihijom nagomilavanja kapitala. Nagon za bogaćenjem vodi u totalitarizam, pošto bogatstvo postaje nova agresija. A radi se o tome da se ekonomija ipak mora spiritualizovati, jer siromašne valja staviti pod zaštitu. Etičko je pitanje ravnopravnija i ravnomernija raspodela bogatstva, a ne samo ekonomsko ili socijalno (i ako je novac već postao religija). Globalitarizam ne sme da bude doktrinama razbarušen samo u ekonomskom smeru, jer bi na scenu mogla da nastupi politika „upotreba čoveka“. Tada bi, doista, etiku i prirodu zamenili politika i profit, što bi gurnulo ljude u ropstvo plastične misli. Po prvi put, mondijalistički intelektualci već ne mogu da prepoznaju vlasnike vlasti kapitala, a njihova reč gubi bitku u odnosu na ekonomsku moć.

Jasno je da Evropska unija želi da postane velesila (pored SAD) na ekonomskom, političkom i vojnom polju, jer poseduje jedinstveno tržište, zakonodavstvo, parlament, vladu (Ekonomska komisija), monetu (evro), vojsku (mimo NATO). Jedino se nezna kakva će biti država: federalna, konfederalna, savez država ili evropska država od koje „svi“ očekuju korist (subvencije u poljoprivredi, sredstva budžeta za prestrukturiranje privrede, resursi fondova za razvoj nerazvijenih područja, zaštita od konkurencije, stabilna valuta, priliv nove radne snage, odbrambena zaštita, unapređenje ljudskih prava, istinsku demokratiju, uravnotežen budžet, harmonizirane poreze, kontrolisan javni dug, veći životni standard i stabilan nivo cena i zaposlenost, nove tehnologije, priliv stranog kapitala, infrastruktura).

Nadaleko čuveni saveti Melona da treba likvidirati deonice i likvidirati nekretnine da bi se pročistio sistem od truleža – nije daleko od istine, pošto je sadašnja globalna kriza udarila kao grom iz vedra neba, iako je većina učenih glava predviđala nastavak ekonomskog uspona. Time je nobelovac Krugman iznova dokazao da su postojeća konvenciona ekonomska rešenja neuspešna, čak i kontraproaktivna. Između Džona Majnarda Kejnisa i Milтона Fridmana nismo dovoljno naučili kako bi se sprečilo da se nešto ne ponovi, jer tzv. napredne ekonomije sa tzv. stabilnim vladama nisu imale nikakav odgovor na produženu stagnaciju i deflaciju. Scenario globalne propasti kao da je prepisan iz ekonomske istorije tridesetih, a vešti bankari MMF-a nisu sastavili pakete spasonosnih mera. Ali, ekonomska zgrada treba da je ozidana razumljivim jezikom, a ne jednačinama i dijagramima formalne ekonomije, koje su samo skele za podizanje intelektualne zgrade.

Nobelovac Lukas tvrdi da je makroekonomija nastala kao odgovor na Veliku depresiju i da je njen glavni problem prevencija depresije. Rečju, moderna makroekonomska politika je konačno razrešila problem cikličnog ekonomskog kretanja- kako inače voli da zaključi Ben Bernake. Stoga, ljudi mrze MMF, jer „on ne radi svoj poso kako treba“ : zahteva uvođenje mera fiskalne štednje, povećanje poreza, kresanje javne potrošnje i reduciranje budžetskog deficita, s jedne strane, i zahteva strukturne reforme, s druge strane, kao preduslov za odobravanje zajmova privredama u krizi. I, ako je to bila teorija, pokazala se, nažalost, prilično pogrešnom (Krugman), pošto je MMF, u ulozi spasitelja,

„zabrljao“ dvostruko: udario na kamatne stope i nalegao na devizni kurs. Naime, tzv. hedž fondovi, po Krugmanu, ne slede etimološko značenje engleske reči „to hedge“- umanjiti gubitak putem uloga, odnosno investiranja. U finansijama se „hedžuje“ da bi se obezbedila sigurnost za tržišne fluktuacije da ne okrnje bogatstvo. U praksi, međutim, hedž fondovi reprezentuju biznis transakcije da se izvuče što veća korist iz tržišnih fluktuacija. Sam prelazak iz „duge“ u „kratku“ poziciju, tj. špekulativna prodaja zajmljene, pa potom, prodate aktive sa očekivanim padom cena jeste u stvari „prazna“ prodaja, koja provocira pucanje „mehurica“ i povratak u carstvo ekonomije depresije.

ZAKLJUČAK

Povratak depresije označava da se neuspesi ekonomike tražnje (nedovoljnost privatne potrošnje za iskorišćavanje punih proizvodnih kapaciteta) nedvosmisleno postali kočnica prosperiteta zbog čega je приметно došlo do pomeranja fokusa ekonomske misli sa ekonomije potražnje na ekonomiku ponude. Rezultat teorijskih rasprava, u krajnjoj konsekvenciji, glasi: manjak ukupne tražnje uspešno bi se samorazrešio kada bi plate i cene u situaciji rasta nezaposlenosti rapidno pale. Ali, cene u situaciji nadoležeće recesije ne padaju brzo, a ekonomisti ne uspeavaju da se slože zašto je to tako. Zato su rešenja ekonomista u javnosti izgubila kredibilitet, a „veliki“ ekonomisti ne znaju da se usmere na dugoročni rast iz razloga što konvencionalna rešenja ekonomske politike nemaju nikakav uticaj. Globalna paraliza globalne recesije globalne ekonomije iscrpila je globalne rezerve megakapitala. Rekapitalizovati recesionu finansijsku ekonomiju sa investicionim dopingom proizvodne strukture i tržišne konkurentnosti profitne ekonomije nove zaposlenosti faktor rada i kapitala jeste globalni izazov, koje „desetkovano“ znanje ekonomista ne može da reši zbog neznanja „ekonomije zasnovane na znanju“.

LITERATURA

- [1] P. Krugman, Okončajte ovu depresiju. Odmah!, Helix, Smederevo, Intercomerc, Beograd, 2012.st. XV.
- [2] Pol Krugman, Povratak ekonomije depresije, Heliks, Beograd, 2010., str.3-5.
- [3] OECD, Fiscal Federalism in Economics in Transition, Paris, 1991.
- [4] H. Holmen, Limits to globalization, European Review, 1997. st 75-87.
- [5] Ekonomska politika, br. 2642-2643, od 9. Decembra 2002., str. 42.
- [6] Dr Ž. Ristić, Fiskalni menadžment i ekonomija javnog sektora, Etnostil, Beograd, 2012. Str. 71.
- [7] Dr Ž. Ristić, dr S. Komazec i dr K. Ristić, Monetarna ekonomija i bankarski menadžment, Etnostil, Beograd, 2013, str. 126.
- [8] Dr Ž. Ristić, dr S. Komazec i dr K. Ristić, Ekonomija kapitala i finansiranje razvoja, Etnostil, Beograd, 2013. str 93.
- [9] Dr M. Jovanović, Globalizacija i Evropske vrednosti, Svet finansija 191/2002 st 22-25.
- [10] Dr K. Ristić i dr Ž. Ristić, Fiskalna ekonomija, Etnostil, Beograd, 2012, str. 136.
- [11] Dr D.Ž. Marković, dr B. Ilić i dr Ž. Ristić, Globalna ekonomija, Beograd, Etnostil, 2011., str 162.
- [12] D. Rodnik, Goodbye washington consensus, Hello Washington Confusion, 2006.

ДОПРИНОСИ ЛИ ОБРАЗОВАЊЕ РАЗВОЈУ У КРИЗИ?

DOES EDUCATION CONTRIBUTE TO DEVELOPMENT DURING CRISIS?

Проф. др Спасоје Тушевљак, Универзитет у Источном Сарајеву, Факултет пословне економије Бијељина

Резиме: Утицај образовања на друштвене промене и развој се додатно актуелизује у условима кризе. Образовање је однос друштва и појединца у коме се остварује раст снаге спознаје у личном интересу и за добробит друштва. Улагање у образовање генерише раст зарада и раст GDP, под условом да образовни систем антиципира потребе привредне структуре и доприноси расту и делотворности људских ресурса. Пропозиција о доприносу улагања у образовање расту зарада и расту GDP вреди као теоријски модел и емпиријска реалност уз услов потребне и довољне запослености. У противном, одређени појединци апсолутно, а држава у одређеној мери, не ефектуирају очекивани допринос расту зарада, односно GDP, по основу улагања у образовање. Ако то није случај поставља се питање да ли је образовање допринело да се догоди све што смо желели да избегнемо; рецесија, незапосленост, сиромаштво!? У условима рецесије проблеми неразвијених се мултипликују због дугова, оскудних ресурса и високе незапослености, што проузрокује политичку нестабилност која онемогућава постизање консензуса и изградњу националне стратегије изласка из кризе. Незапосленост, цена капитала, финансијски положај привреде и неминовност консолидације, траже функционалне одговоре за превазилажење кризе. Да ли су инвестиције и реформисано образовање потребан и довољан услов за решење проблема?!

Abstract: The impact of education on social change and development is being actualized during the crisis. Education is a relationship between society and individual where the power of knowledge is realized for self-interest and for the welfare of society. Investment in education generates earnings growth and GDP growth given the education system anticipates the needs of the economic structure and contributes to the growth and effectiveness of human resources. Propositions about the contribution of investment in education to earnings growth and to GDP growth is valid both as a theoretical model and

empirical reality given necessary and sufficient employment exists. Otherwise, certain individuals, absolutely, and the state, to some extent, do not effectuate the expected contribution of investment in education to earnings and GDP. If this is not the case, the question arises whether education contributed to all we wanted to avoid: recession, unemployment, poverty!?. During recession problems of underdeveloped, due to debts, scarce resources and high unemployment, are multiplied, causing political instability that prevents consensus and building a national strategy for overcoming the crisis. Unemployment, cost of capital, the financial position of the economy and inevitable consolidation, seek functional responses to overcome the crisis. Are investments and reformed education necessary and sufficient condition for a solution to the problem?!

1. ПОЛАЗНЕ ПРЕМИСЕ

Да ли је образовање допринело да се догоди све што смо желели да избегнемо; рецесија, незапосленост, сиромаштво, егзистенцијални ризик, емоционална и етичка деградација? Свакако да јесте, у великој мери, јер промену идеологије и концепта развоја није пратила деидеологизација образовања. Одсуство критичне масе спознаје проузроковало је и погрешну антиципацију промена идеолошког, развојног и финансијског механизма. Образовање је однос друштва и појединца у коме се остварује раст снаге спознаје у личном интересу и за добробит друштва. Улагање у образовање генерише раст зарада и раст GDP. Пропозиција о доприносу улагања у образовање расту зарада и расту GDP вреди као теоријски модел и емпиријска реалност уз услов потребне и довољне запослености. У противном, одређени појединци апсолутно, а држава у одређеној мери, не ефектуирају очекивани допринос расту зарада, односно GDP, по основу улагања у образовање.

Теоријски радови и емпиријска истраживања о односу образовања и развоја третирају аналогно улагања у образовање и улагања у фиксна средства, јер и један и други агрегат доприносе расту GDP (макроаспект), односно расту зарада и прихода (микроаспект). Пошто је реч о дугорочном ангажовању средстава, улагање у образовање може да се третира као сегмент теорије инвестиција и теорије избора, што имплицира ризике и примену комплексне апартуре за валоризацију ендеогених и егзогених фактора утицаја. Тиме теорија производње и развоја, утемељена као функција рада и капитала, варира релације утицаја као механизме супституције и (или) комплементарности са свим интеракцијама.

Улагање у образовање диверзификује фактор рада у намери да препозна потребе тржишта с циљем ефектуирања примарне корисности и синергетске снаге. Развојем образовања и технологије односи супституције и(или) комплементарности рада и капитала се интерактивно мењају и померају равнотежу према капиталу, што редукује запосленост у традиционалним секторима и захтева иновације знања.

Академске расправе и истраживања о доприносу улагања у образовање, расту зарада и повезаних микроекономских и макроекономских агрегата, полазе од пропозиција које је инвентивно утемељио *J. Mincer*⁷¹ 70-тих година прошлог века. Својим радовима *Mincer* је успоставио пропозицију по којој је раст зарада условљен дужином школовања (линеарна функција) увећано за ефекте радног искуства-вештина (квадратна функција).

Успостављене релације на микроекономском плану кореспондирају са макроекономским индикацијама о доприносу улагања у образовање расту *GDP*, и поред одређених методолошких проблема и несавршености транспонувања. *Mincerov* модел је у значајном обиму покренуо академске расправе и емпиријска истраживања која афирмишу вредност успостављене пропозиције, посебно у стабилним условима привређивања. Периоди криза отварају бројне дилеме и упућују на потребу прилагођавања модела и мера економске политике. Проблеме додатно компликују транзициони процеси из разлога што реформе система не структурирају функционалне механизме за санирање и консолидацију последица. Незапосленост, цена капитала, финансијски положај привреде и неминовност консолидације, траже функционалне одговоре за превазилажење кризе.

Да ли су инвестиције и реформисано образовање потребан и довољан услов за решење проблема?

2. ТЕОРИЈСКИ ОКВИР И МЕТОДОЛОШКА ИСКУШЕЊА

У фокусу интересовања су теоријски постулати и методолошке процедуре које дефинише теорија раста, теорија структуре капитала и теорија инвестиција и избора, што имплицира комплексност међузависности макроекономских и микроекономских индикатора и ефеката одлука појединца и система, као и пожељне препоруке и корекције.

Теоријски оквир функције раста (*Y*) је утемељен на *Cobb Douglas-ovoj* функцији производње⁷² која се базира на комбинацији рада (*L*) и капитала (*C*) у циљу максимализације:

$$Y = f(L, C) \rightarrow \max$$

Општа поставка модела подразумева претпоставке стабилности и могућност варијације учешћа фактора *L* и *C* који су иницијално супститути, али у времену и комплементи.

Фактори *L* и *C* су са диверзификованом структуром што је са макроаспекта добар одговор на ризике, исто као и на микроплану.

Свакако да је континуелна диверзификација пожељна, с тим, што су се, у савременим условима, механизми диверзификације унапредили, посебно у зони фактора *C*, развојем финансијских тржишта.

Код фактора *L*, тржиште радне снаге намеће неминовност диверзификације и решење је у функционалном образовању, што би следствено требало да допринесе расту запослености.

Диверсификација у зони фактора *C* је инспирисана потребом изградње комплементарне и ефикасне привредне структуре у циљу предупређења ризика и подстицања синергије.

С макроаспекта диверзификација у зони фактора *L* је генеричка и пожељна, док је за појединца специјализација пут ка већој заради, што систем образовања усложњава организационо, технолошки и инвестиционо.

Полазећи од функције раста *Mincer* је својим радовима афирмисао значај образовања и професионалног искуства у валоризацији рада (*L*) указујући на значај школовања и професионалних вештина и њихов утицај на зараде.

Mincer је формулисао модел:

$$f(w_i) = \beta_0 + \beta_1 S_i + \beta_2 X_i + \beta_3 X_i^2 + \epsilon_i,$$

где су:

- $f(w_i)$ - функција зараде појединца „*i*“
- S_i - године школовања
- X_i - искуство и професионалне вештине
- β_i - коефицијент школовања и искуства (дисконтна стопа)
- ϵ_i - фактор дисперзије

Mincerov модел успоставља диспозицију да раст зарада генеришу године образовања као линеарна функција и професионалне вештине као квадратна узрочност.

Вредност *Mincerove* пропозиције произлази из поставке да време проведено на

⁷¹ *Mincer, J. (1974), Schooling, Earnings and Experience (Columbia University Press, New York).*

⁷² *Cobb, C. W. and Douglas P.H. (1928), "A theory of production", American Economic Review, 139-165 (www.aeaweb.org)*

школовању детерминише зараде, тако да се подаци о годинама школовања могу користити за процену доприноса образовања расту зарада у земљама са веома различитим системима образовања.

Успостављена пропозиција квантификује зараду појединца (W_i) као суму зараде коју генерише рад без образовања (β_0), рад са одређеним образовањем ($\beta_1 S_i$), радно искуство ($\beta_2 x_i$), и професионалне вештине ($\beta_3 x_i^2$), што се коригује фактором дисперзије (ϵ_i), односно појединим факторима утицаја које алгоритам не квантификује (култура, традиција, радно законодавство, услови рада и др.).

Значај *Mincerove* теорије је и у томе што пропозиција функционише и на микроекономском и на макроекономском плану, иако су методолошке процедуре и агрегати различити.

Mincerov модел је подстакао академске расправе и бројна истраживања у теоријској и емпиријској сфери, што је резултовало иновацијама и доградњом модела, али и емпиријски потврдило успостављене релације међузависности образовања, зарада и развоја.

Наравно, одређена становишта (*Card* и *Krueger*, 1992)⁷³ која проблематизују валидност утицаја различитих микроекономских варијабли на макроекономске индикације, па чак и становиште аутора (*Benhabib* и *Spiegel*, 1994)⁷⁴, који не налазе да је повећање образовања у корелацији са променом нивоа економског развоја, не умањују вредност *Mincerove* пропозиције о доприносу улагања у образовање расту зарада и *GDP*.

Card и *Krueger*, *de facto*, тврде да при истом квалитету образовања, социоекономске околности – услови живота појединаца (доходак родитеља, њихово образовање и сл.) не утичу на стопу поврата и приносе од образовања на макроекономском нивоу.

Проблематизујући методолошка ограничења трансформације микроекономских поставки и резултата емпиријских истраживања о доприносу улагања у образовање расту доходу, *Krueger* и *Lindhahl*⁷⁵ апострофирају значај друштвених користи од образовања (смањење криминала, социјална инклузија маргиналих група, редуција друштвених расхода за социјалну помоћ, раст потенцијала људских ресурса и сл.), истичући да се бројна методолошка ограничења креативно релативизују на глобалном плану, за разлику од појединачне државе, где су евидентне неконзистентности транспонована одређених микроекономских и макроекономских параметара и агрегата.

⁷³ *Card, D. and Krueger, A. (1992), Does School Quality Matter? Returns to Education and the Characteristics of Public Schools in the United States, Journal of Political Economy 100, 1-40.*

⁷⁴ *Benhabib, J. and Spiegel M. (1994), The Role of Human Capital in Economic Development: Evidence from Aggregate Cross-Country Data, Journal of Monetary Economics 34, 143-174.*

⁷⁵ *Krueger, A. and M. Lindahl (1998), Education for Growth: Why and For Whom?, mimeo., Princeton University*

Тиме и ови аутори потврђују вредност *Mincerovog* модела и успостављених пропозиција о доприносу улагања у образовање расту зарада и *GDP*.

Како год, различите варијације, методолошка прилагођавања и провера *Mincerovog* модела на бројним емпиријским истраживањима и репрезентативним узорцима (серије података за различите земље) потврђују становиште *Harbisona* и *Myersa* (1965)⁷⁶: „Образовање је истовремено семе и цвеће економског развоја“, изречено деценију пре него што је *Mincer* формулисао фамозни модел о доприносу образовања расту зарада и *GDP*.

Основни недостатак успостављеног модела *Mincera* о доприносу образовања расту зарада и *GDP* је у чињеници да из саме методологији произлази да година образовања у основној школи има исти допринос као и година образовања на докторским студијама због симулирања ефеката преко „упросечених“ индикација.

С друге стране, модел не валоризује поуздано утицај бројних ендогених и егзогених варијабли и међузависности (организација и законодавство, ниво развијености, технички прогрес, иновације, патенти, културни и социјални миље, миграције), који, свакако, није занемарљив у условима глобализације, где бројни утицајни чиниоци доносе аутономно одлуке чије дејство се уз различите последице прелива на бројне немоћне актере.

Како год, полазна теза опстаје из разлога што образовање директно и(или) индиректно, поред утицаја на раст зарада и *GDP*, позитивно делује у значајној мери на промене и прилагођавања наведених индикација у дугом року, али и у кратком року, у одређеној мери.

Опште прихваћена премиса о утицају образовања на раст зарада и *GDP* не може се некритички употребити као објашњење и узрок разлика у економском развоју појединих земаља.

Важни су и други фактори и њихова интеракција, пре свега капитал, а потом привредни систем и економска политика, као и глобалне политичке, економске и војне околности и савези, у којима се појединачна земља позиционира као део лидерске или сателитске структуре.

У том контексту, улагање у развој образовања је од значаја и за боље разумевање контраверзи савременог света и ризика којима је цивилизација изложена данас и у будућности.

У академској сфери је изазов и неминовност трагања за новим идеолошким и теоријским моделима организације цивилизације, јер постојеће догме не дају одговоре на актуелну кризу и њено разрешење. Чак, шта више!? Не дају ни валидно објашњење узрока кризе!

⁷⁶ *Harbison, F. and Myers, C., eds. (1965), Manpower and Education (McGraw-Hill, New York), xi.*

Ако смо савременици људских права и демократије за све, изузетног техничког прогреса, раста продуктивности и раста информисаности, при чему се „све“ може произвести на „сваком“ месту, **шта је узрок опште рецесије, пораста сиромаштва и умирања од глади?**

Платежно неспособна тражња!?

Или, идеолошки и организационо лоше дизајнирана понуда и управљање ресурсима!?

Негде, јасно или нејасно, на сцени је прилагођавање у коме они који опредељујуће утичу на поредак ствари, настоје да реформама одрже *status quo* (Г8)⁷⁷.

Земље са значајним људским и материјалним ресурсима користе благодети техничког прогреса, раста продуктивности и великог домицилног тржишта за динамичан развој и раст перформанси (BRICS)⁷⁸.

Остали (већина) немају делотворан одговор на кризу, и троше ресурсе на реформе са неизвесним исходом, било да су се определили за прикључење и имитацију модела развијених земаља или за аутохтон развој.

Како год, знање, капитал и незапосленост су ограничења за која се не налазе добри одговори и сиромаштво расте.

Развијене земље имају ниску цену капитала, високе зараде и социјалне издатке, укључиво и улагања у образовање, и не налазе одговоре за рецесију и раст незапослености.

Остали, уз ниске зараде, високу цену капитала и раст социјалних издатака, финансирају дефиците све скупљим задуживањем, без изгледа да реше проблем незапослености и сиромаштва.

Ако прихватамо становиште да инвентивна економска политика преферира улагања у образовање, намеће се потреба за проспективним приступом планирању и софистицираним реформама како би се постигла конзистентност и делотворно ефектуирали доприноси знања.

Општа пропозиција развоја као функција рада и капитала је увек ситуирана у конкретан привредно системски оквир и услове.

Циљ је раст производње и запослености, што нас упућује на анализу материјалних и људских потенцијала, без чега није могуће формулисати ефикасу стратегију валоризације.

Ако је неспорна чињеница да ниво и стопа раста *GDP* није у сразмери са потенцијалом људских и материјалних ресурса, намеће се неминовност реформе привредног система и управљања. Део тих изазова је у сфери фактора рада – образовање, део у сфери капитала – цена.

⁷⁷ Група Осам (Г8) је организација осам водећих индустријских земаља света — Француске, Немачке, Италије, Јапана, Велике Британије, Сједињених Америчких Држава, Канаде и Русије, те представника Европске уније као посматрача.

⁷⁸ Бриџ (енгл. BRICS) је скраћеница и економски појам који се односи на растући развој привредног потенцијала Бразила, Русије, Индије, Кине и Јужноафричке Републике.

Полазну премису да је знање било недостатно у датим околностима најбоље потврђује реалност у којој живимо; без посла и перспективе за људе.

Проблеми су мултипликовани у сектору људских ресурса јер:

- Образовање није генерисало знања потребна промењеним околностима, чиме је изостао позитиван утицај на управљање променама,
- Образовни систем се није реформисао на начин да допринесе расту запослености,
- Образовање није функционално утицало на промене ни у идеолошком ни у технократском домену, што је довело до пада перформанси компетентности, сатурације конкурентности и успоравања реформи,
- Незапосленост је висока и скоро нерешива код старије популације са нижим нивоом образовања, неупотребљивим искуством за нове технологије и одсуством спремности за преквалификације и прилагођавања, што генерише раст социјалних издатака за дужи временски период,
- Незапосленост је, уз евидентан пад знања, високо изражена и код млађе популације чије образовање није прилагођено актуелним потребама,
- Нису изграђени механизми и структуре образовања одраслих, јер није донесен и закон о образовању одраслих,
- Структура образовног система није усклађена са развојним приоритетима, плановима и потребама, а такви документи и не постоје,
- Несинхронизованост структуре образовног система и стратегије развоја мултипликује проблеме (раст незапослености високо образованих кадрова, дефицитарност курентних образовних профила, раст социјалних издатака за бригу о незапосленим, раст трошкова преквалификације, дуги рокови прилагођавања и смањени ефекти валоризације улагања)

Да би се ствари унапредиле, потребан је системски приступ и класификација знања, како би се изградило функционално образовање и делотворан микс механизма извођења.

Бројни аутори су покушали да класификују области и карактер знања као предтекст за изградњу делотворног и рационалног система образовања (Lavoie и Roy⁷⁹, 1998; Osberg, Wolff и Baumol⁸⁰, 1989).

⁷⁹ Lavoie, Marie and Roy, Richard (1998), *Employment in the Knowledge-Based Economy: A Growth Accounting Exercise for Canada*. Applied Research Branch, Research Paper R-98-8E,

⁸⁰ Osberg, Lars, Wolff, Edward N. and Baumol, William J (1989), *The Information Economy: The Implications of Unbalanced Growth* Halifax: Institute for Research on Public Policy

У савременим околностима знања бисмо могли класификовати у следеће групе:

1. Знања која креирају концепте, пројекте, методологије и иновације,
2. Знања која оперативно разрађују и изводе пројекте, методологије и иновативне технологије,
3. Знања која руководе и управљају процесима – менаџери,
4. Знања која пружају услуге,
5. Знања која производе материјална добра – производе,
6. Знања која обезбеђују услове за ефикасну реализацију задатка – логистичка знања, и
7. Знања која „пацификују“ агенцијски проблем (контрола квалитета, ревизија, мониторинг).

Традиционална структура образовања (осново, средње, високо) не задовољава савремене потребе, јер конкуренција и технички прогрес траже иновације знања и целоживотно учење.

Поред тога, конвенционално образовање је, у принципу, конзервативно и спорије се мења у односу на промене привредне структуре и профила радне снаге.

За раст снаге и делотворности иновативних знања неопходна су улагања у истраживања, развој института и пројекте који развијају и унапређују традиционалне и нове технологије.

Грешке у структури и профилима образовања укључиво и грешке у процени тражње у будућности најефикасније се санирају добро организованим системом целоживотног учења, чак и у околностима кад потетицијални конзумети нису ни свесни да једном изабрано занимање није за сва времена.

У условима динамичког технолошког развоја традиционалне технологије и начини производње се трансформишу и замењују савременим, што је прихватљиво с аспекта раста продуктивности.

С друге стране, те околности генеришу раст незапослености, посебно у сегменту старије популације, што имплицира потребу прилагођавања у области образовања и области радно правног законодавства.

Технички прогрес и иновације су, пре свега, резултат образовања, али функционалног доприноса расту продуктивности нема без значајног улагања у материјалне ресурсе (опрема, лабораторије и друго), што потврђује комплементарност дејства фактора раста: рада (L) и капитала (C).

Наравно, увек је актуелно питање укупне цене техничког прогреса и раста продуктивности, јер, поред оперативних улагања треба калкулисати и широку лезу социјалних расхода које

производи повећање незапослености узроковано техничким прогресом и растом продуктивности.

Ти трошкови ескалирају код структуре „старији радници“, посебно у социјално уређеним земљама, али и у посткомунистичким земљама.

Старији радници, посебно у посткомунистичким земљама, нису спремни на промену занимања што аранжмане збрињавања усложњава у социјалном, финансијском, па и политичком домену. Из тих разлога радно законодавство понекад врло ревносно и некритички штити запослене, што стручна литература препознаје и кодификује као *EPL (Employment Protection Legislation)*⁸¹ феномен.

Код посткомунистичких земаља и земаља у транзицији *EPL* феномен отежава прилив инвестиција и капитала, који су изузетно значајни управо за решавање проблема незапослености.

Овај проблем је евидентан и на микроплану, посебно у контексту утицаја *EPL феномена* на оптимизацију финансијске структуре.

Simintzi, Vig и *Volpin*⁸² су анализирали утицај радног законодавства на структуру капитала и левериџ на узорку 21 земље за период 1985-2004. година и установили да благонаклоне (пријатељске) реформе радног законодавства утичу на финансијску структури левериџ фирме.

Предметна истраживања указују да је негативан утицај „пријатељског“ радног законодавства на финансијску структуру и левериџ израженији код радно интензивних делатности и фирми које имају малу ликвидациону вредност.

Исто тако, проширење механизма радно правне заштите запослених утиче изразито негативно на инвестиције и развој, посебно у секторима овисним од екстерних извора финансирања.

Пропозиција о утицају *EPL* феномена је апсолутно валидна у контексту традиционалне теорије структуре капитала која заговара оправданост подешавања односа дуга и капитала у циљу постизања оптималне структуре којом се минимизује трошак фирме и максимализује вредност и повезане индикације.

Како је *EPL* егзогени фактор на њега се не може деловати диверзификацијом, што недвосмислено указује на негативан утицај овог феномена на финансијску структуру и левериџ.

Пословична аверзија инвеститора према ризику производи суздржаност у условима раста *EPL*, због ризика пораста ескалације трошкова зарада и других издатака услед раста права запослених, што финансијским менаџерима отежава оптимизацију дуга и капитала због раста цене задуживања узроковане растом ризика.

⁸¹ *EPL феномен је модел корелације радно правне заштите запослених и ставова инвеститора о улагањима по коме раст заштите запослених негативно утиче на одлуке о инвестирању што је и емпиријски потврђено*

⁸² *Simintzi, E., Vig, V. and Volpin, P. (2012), Labor Protection and Leverage, London Business School*

Функционална условљеност ових феномена је евидентна код оба модела традиционалне теорије структуре капитала:

1. *CAPM (CAPITAL ASSET PRICING MODEL)*,
2. *APT-model (ARBITRAGE PRICING THEORY)*, с тим што се утицај системског (недиферзибилног) ризика по *APT-modelu* може дезагрегирати на утицајне факторе (значи и *EPL*) и са одређеним степеном поузданости и мерити.

За разлику од традиционалне теорије структуре капитала, *Modigliani u Miller*⁸³ су успоставили М-М позицију којом оспоравају утицај леверица и оптимизације структуре капитала на вредност фирме, тврдећи да вредност фирме зависи преваходно од зарађивачке снаге, а инвеститори се одређују за оптимизацију с циљем изградње ефикасног портфолија. Ефикасни портфолио је онај који се састоји од хартија од вредности или(и) профитних аранжмана који у datoј класи ризика генеришу највеће приносе.

Основна идеја је корелација ризика и приноса уз пропозицију пословичне аверзије инвеститора према ризику⁸⁴ и дезагрегирање укупног ризика на несистематски (диверзибилни), на који се може утицати управљачким акцијама и систематски (ризик тржишта) на који се не може утицати.

Пошто образовање и *EPL* феномен представљају део глобалних привредно системских и макроекономских перформанси појединачни инвеститори-фирме их акцептирају као систематски ризик на који не могу утицати.

Из тих разлога је разумљиво што инвеститори не гледају благонаклоно на пословне дестинације са лошим образовним системом и социјално разгранатим и „пријатељским“ *EPL* феноменом.

Следствено, структура капитала за сваку појединачну фирму се конституише арбитражно сходно ставовима инвеститора према корелацији приноса – ризик, што земљама са лошим образовањем и(или) растом *EPL* феномена редукује инвестиције и прилив капитала.

Смањење инвестиција и прилива капитала производи финансијску нестабилност, раст каматних стопа и пад конкурентности, што отежава оптимизацију структуре капитала и помера равнотежу и левериц према сопственом капиталу.

Лош образовни систем и „пријатељски“ *EPL* имају негативно дејство на пословне перформансе привреде, не само због дејства на погоршање финансијског положаја, него и због

негативног утицаја на приносни положај (смањењем инвестиционог потенцијала и повећањем расхода финансирања), што лимитира пословни резултат, конкурентност и развој.

Како лош образовни систем и „пријатељски“ *EPL* повећавају цену извора финансирања, долази до пада перформанси привреде и пада инвестиција, чиме се смањују и могућности запошљавања.

Како су инвестиције решење за излазак из рецесије, евидентно је да се економије у кризи морају окренути реформама сектора образовања, али и подешавањима монетарно-фискалне сфере како би се смањила цена капитала и негативан утицај *EPL* феномена.

Свакако да подстицање ликвидности и смањење каматних стопа позитивно утиче на санирање рецесије али, с друге стране, контрола инфлације захтева повећање обавезних резерви банака и референтне каматне стопе. И тако у круг?

Проблем није ни једноставан ни лако решив, тим пре што ова лекција није научена до краја и што се сусрећемо са ниским референтним стопама и вишком ликвидности који не решавају проблем рецесије и запослености (Еврозона, део економија G8).

Тако је рецесија данас опште место неовисно од тога какве се монетарно-фискалне мере примениле.

Чак, необјашњиво је како ниске референтне стопе и вишак ликвидности у развијеним земљама не генеришу ни раст коњунктуре, али ни значајан раст цена, док земље у развоју и неразвијене земље не успевају ни високим референтним стопама да обуздају инфлацију. Наравно, високе референтне стопе и мањак ликвидности лимитирају улагања, укључиво и улагања у образовање, што онемогућава развој и излазак из рецесије. Проблем се у фази транзиције додатно компликује због реформи, реструктурисања кључних сектора и раста социјалних издатака за збрињавање вишка запослених.

3. ЗНАМО ЛИ ОДГОВОРЕ

У условима кризе проблеми неразвијених се мултипликују због дугова, оскудних ресурса и високе незапослености, што проузрокује политичку нестабилност која онемогућава постизање консензуса и изградњу националне стратегије изласка из кризе.

Политичке и академске елите су у великој мери недорасле изазову, па нема „критичне масе“ за формулисање концепта развоја и изградњу делотворне економске политике.

На сцени је занемаривање и маргинализација домицилних материјалних и људских ресурса уз спиновану медијску кампању да сами не знамо, не можемо, па и не треба ништа да радимо, јер ће богати, развијени и моћни

⁸³ *Modigliani, F. and Miller, M. H. (1958), The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investments, American Economic Review*

⁸⁴ *Tuševljak, S. (1996), Procena vrednosti preduzeća u krizi, Savremena administracija, Beograd*

препознати наше потенцијале и донети капитал, технологије и пуну запосленост.

Две су озбиљне замке ове позиције; прва, да ће неко други решити наше проблеме, а друга, тражење кривца кад се схвати (бе)смисао прве, што не води у отрежњење него у апатију, безнађе и аутархију.

Занемаривање сопствених потенцијала је довело до урушавања привредног, правног и образовног система, пада квалитета знања, компетенција, функционалности и угледа институција.

Решење се мора тражити кроз реафирмацију сопствених материјалних и људских потенцијала што је најбоља препорука за отварање према свету и развој сарадње на партнерским основама, не само у економској, него и у политичкој сфери.

У свему овоме образовање и знање су од кључног значаја за разумевање узрока и отклањање последица.

Зато је неопходна делотворна реформа образовања да се постигне потребан ниво квалитета знања и обезбеди структура образовних профила транспарентно потребама стратегије развоја и трансформисане привредне структуре за излазак из кризе.

У том контексту креатори економске политике и реформи привредног система требало би да, уз ангажовање професионалних компетентних тимова, обезбеде подршку јавног мњења и национални консензус за реформе које воде опоравку привреде и изласку из рецесије.

Реформом образовног система требало би креирати механизме за:

- подизање и заштиту квалитета знања,
- изградњу структуре образовних профила транспарентно потребама стратегије развоја,
- имплементацију концепта целоживотног учења као корективног модела иновације знања и подешавања стратегије и политике образовања потребама тржишта и генерисаног техничког прогреса, и
- изградњу мониторинга, контроле квалитета и сертификације знања.

Знање је најбољи атрибут самопоштовања, пут ка успеху и вера у снагу сопствених потенцијала.

Пре свега, увек смо сами, и као појединац и као држава и нико сем нас неће решити наше проблеме. Не иде се напред од сећања на добра времена нити се снови о лепој будућности остварују сами.

Да ли су знање и рад довољни за ово време!?

4. ЛИТЕРАТУРА

- [1] Benhabib, J. and Spiegel M. (1994), The Role of Human Capital in Economics Development: Evidence from Aggregate Cross-Country Data, *Journal of Monetary Economics* 34, 143-174.
- [2] Card, D. and Krueger, A. (1992), Does School Quality Matter? Returns to Education and the Characteristics of Public Schools in the United States, *Journal of Political Economy* 100, 1-40.
- [3] Cobb, C. W. and Douglas P.H. (1928), "A theory of production", *American Economic Review*, 139-165 (www.aeaweb.org)
- [4] Harbison, F. and Myers, C., eds. (1965), *Manpower and Education* (McGraw-Hill, New York), xi. 5. Krueger, A. and M. Lindahl (1998), *Education for Growth: Why and For Whom?*, mimeo., Princeton University
- [5] Lavoie, Marie and Roy, Richard (1998), *Employment in the Knowledge-Based Economy: A Growth Accounting Exercise for Canada*. Applied Research Branch, Research Paper R-98-8E,
- [6] Mincer, J. (1974), *Schooling, Earnings and Experience* (Columbia University Press, New York).
- [7] Modigliani, F. and Miller, M.H. (1958), *The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investments*, *American Economic Review*
- [8] Osberg, Lars, Wolff, Edward N. and Baumol, William J (1989), *The Information Economy: The Implications of Unbalanced Growth* Halifax: Institute for Research on Public Policy
- [9] Simintzi, E., Vig, V. and Volpin, P. (2012), *Labor Protection and Leverage*, London Business School
- [10] Tuševljak, S. (1996), *Procena vrednosti preduzeća u krizi*, Savremena administracija, Beograd

**МОГУЋНОСТИ ПОБОЉШАЊА
ОДНОСА РОБНЕ РАЗМЈЕНЕ
БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ У
УСЛОВИМА ГЛОБАЛНЕ
ЕКОНОМСКЕ КРИЗЕ**

*Доц. др Славиша Ковачевић (Економски факултет
Универзитета у Бањој Луци)*

*Мр Биљана Попарић-Стојановић (Поште Српске
а.д.Бања Лука)*

Резиме: Мјере подстицања извоза и јачања конкурентности домаће производње могу значајно побољшати односе робне размјене, што је један од битних предуслова за умањење негативних ефеката глобалне кризе на економију Босне и Херцеговине.

Стране директне инвестиције имају позитиван ефекат на повећање извоза, тј. на побољшање односа размјене Босне и Херцеговине, те их је потребно стимулисати. Наиме, трансфер нових технологија, кроз привлачење страних директних инвестиција, јесте најбржи развојни пут и једна од главних конкурентских прилика за Босну и Херцеговину.

Повећан прилив страних директних инвестиција ће обезбиједити модернизацију производње, примјену нових технологија, савременог маркетинга и менаџмента, повећање квалитета производа и услуга, те као производ тога повећање укупног извоза, а све ће то водити побољшању укупних односа робне размјене Босне и Херцеговине. Неопходно је успоставити ефикасни институционални оквир за подстицање и промоцију извоза.

Побољшање односа размјене подразумијева повећање степена финализације извозних производа. Наиме, повећање бруто друшвеног производа и побољшање односа робне размјене Босне и Херцеговине подразумијева мијењање структуре извоза, тако да се повећа извоз производа са већом додатом вриједношћу. У извозној структури Босне и Херцеговине доминирају производи ниског степена прераде, са великим удјелом примарне и секундарне дјелатности. Кључни инструменти за подизање додане вриједности су примјена знања и иновација у развоју производа, примјена дизајна, улагања у нове технологије и дистрибуција заснована на знању. Босна и Херцеговина ипак има могућности за јачање конкурентске позиције и побољшање односа размјене у условима глобалне економске кризе. Она посједује бројне факторске компаративне предности, од којих се посебно издвајају релативно незагађена животна средина за узгој органске хране, шумска и рудна

богатства, хидроенергија, квалификована и у односу на шире окружење јефтина радна снага.

Кључне ријечи: извоз, увоз, стране директне инвестиције, односи размјене

Abstract: Measures to promote export and strengthen the competitiveness of domestic production can significantly improve the terms of the exchange of goods, which is one of the important prerequisites for reducing the negative effects of the global crisis on the economy of Bosnia and Herzegovina. Foreign direct investment have a positive effect on the increase in export, i.e. on the improvement of the terms of trade of Bosnia and Herzegovina and should be encouraged. Namely, the transfer of new technologies, by attracting foreign direct investments is the fastest path of development and one of the main competitive opportunities for Bosnia and Herzegovina.

Increased foreign direct investment inflow will insure the modernization of production, implementation of new technologies, modern marketing and management, increase of the quality of products and services, and as a result of that an increase in total export, and all that will lead to the improvement of overall terms of foreign trade of Bosnia and Herzegovina.

It is necessary to establish an effective institutional framework for stimulation and promotion of export. Improvement of the terms of trade implies an increase in the degree of finalization of export products. Namely, increase in gross domestic product and improvement of foreign trade relations of Bosnia and Herzegovina implies changing of the structure of export, so as to increase the export of products with higher added value. The export structure of Bosnia and Herzegovina is dominated by low-level processing products, with a large proportion of primary and secondary activities. The key instruments for raising the added value are application of knowledge and innovation in product development, design application, investment in new technologies and distribution based on knowledge. Bosnia and Herzegovina still has the opportunities to strengthen the competitive position and to improve the terms of trade in the conditions of global economic crises. It had numerous comparative factor advantages, out of which the specially distinguished ones are relatively unpolluted environment to grow organic food, forest and mineral resources, hydropower, qualified and in relation to the wider environment cheap labour.

Key Words: export, import, foreign direct investment, the terms of the exchange.

УВОД

Будући да је финансијска криза, која је започела средином 2007. године у САД-у, попримила широке размјере и добила обиљежје глобалне кризе, она се пренијела и на Босну и Херцеговину, индиректно, на њен реални сектор економије.

Финансијска криза оставила је индиректне последице по националну економију у смислу тежег приступа међународним тржиштима капитала, што је резултирало поштравањем услова за добијање кредита и повећањем каматних стопа. При томе, промјена начина кредитирања у условима глобалне економске кризе највише погађа реални сектор економије Босне и Херцеговине и резултира погоршањем односа размјене, те смањењем стопе раста бруто друштвеног производа, што се директно одражава на повећање стопе незапослености, која је једна од највећих у региону. Поред тога, три основна извора финансирања спољнотрговинског дефицита (стране директне инвестиције, дознаке босанскохерцеговачких грађана из иностранства и кредити) значајно су смањена усљед кризе.

Истовремено, економски развој неразвијених земаља мора да се заснива на дугорочном побољшању односа размјене, односно повећању извоза.

Чињеница је да глобална економска криза има директни утицај на смањење спољнотрговинске размјене Босне и Херцеговине, те погоршање односа размјене, па се као основни проблем истраживања поставља питање: како побољшати односе робне размјене Босне и Херцеговине у условима глобалне економске кризе?

1. ИЗВОЗ КАО ФАКТОР ПОБОЉШАЊА ОДНОСА РОБНЕ РАЗМЈЕНЕ БИХ

Ни једна национална економија се не може сама уздржавати, већ у већој или мањој мјери зависи од размјене са иностранством. Извоз омогућује

располагање девизама потребним за увоз производа и кориштење услуга из иностранства. За разлику од извоза, увоз се јавља у функцији подмирења потреба домаћег становништва и домаће привреде робом и услугама којих на домаћем тржишту уопште нема, или их нема у довољним количинама. У општем случају, економска међузависност држава расла је са протоком година, јер је свјетска трговина расла брже од свјетске производње. Стога је било потребно континуирано мјерити успјешност једне земље у односу на окружење у међународним трговинским токовима.

Веома велики број земаља у свијету данас је суочен са проблемом трговинског дефицита и дефицита платног биланса. Када је дефицит платног биланса привремен, он се може финансирати задуживањем државе или кориштењем девизних резерви, кориштењем кредита или емитовањем хартија од вриједности. Када је стање дефицита платног биланса хронично, тада наведени начини његовог покрића нису ни добро ни довољно рјешење. Једини начин да се дефицит платног биланса трајно ријешити јесте повећање вриједности извоза, јер се само на тај начин може доћи до прилива девиза, а то би уједно побољшало и укупне односе размјене те националне економије.

Дакле, ако прихватимо тврдњу да је извоз излаз из рецесије и основни фактор побољшања односа размјене, онда се економска политика мора подредити подршци извозног сектора. Извоз робе из Босне и Херцеговине расте, што доводи до смањења спољнотрговинског дефицита, али је он још увијек висок (око 30% ГДП, или 55% покривености увоза извозом). У структури извоза из Босне и Херцеговине доминирају базни метали и њихови производи (22,7% укупног извоза), дијелови за ауто индустрију (9,8%), намјештај (9,6%), хемијски производи (6,9%), те електрична енергија и минерална горива. У табели 1 даје се приказ топ 8 извозних земаља за 2013. годину.

Табела 1: Преглед топ 8 извозних земаља за 2013. годину

Р.бр.	Држава	Извоз 2012. (у мил. КМ)	% у укупном извозу 2012.	Извоз 2013. (у мил. КМ)	% у укупном извозу 2013.
1.	Њемачка	1.210,10	15,40	1.310,84	15,64
2.	Хрватска	1.165,02	14,83	1.194,64	14,25
3.	Италија	939,24	11,95	1.003,29	11,97
4.	Србија	710,00	9,04	766,74	9,15
5.	Аустрија	654,76	8,33	687,56	8,20
6.	Словенија	653,30	8,31	686,50	8,19
7.	Црна Гора	249,23	3,17	270,74	3,23
8.	Турска	182,87	2,33	174,62	2,08
Укупно (1-8)		5.764,52	73,36	6.094,99	72,71
Остале земље		2.093,44	26,64	2.285,28	27,29
УКУПНО		7.857,96	100	8.380,27	100

Извор : Агенција за статистику БиХ

Анализирајући робну размјену по земљама примјетно је да наведених осам земаља има учешће од 72,71% у укупном босанскохерцеговачком извозу за 2013. годину. На страни извоза, у 2013. години највише се извозило у Њемачку у вриједности од 1,31 милијарду КМ, са учешћем у укупном извозу од 15,64% и остварен је раст од 8,32% у односу на предходну годину, затим се извозило у Хрватску у вриједности од 1,19 милијарди КМ са учешћем од 14,25% у укупном извозу и остварен је раст од 2,54%, те у Италију се извозило у вриједности од милијарду КМ са учешћем у укупном увозу од 11,97% и оствареним растом од 6,82% у односу на 2012. годину.

2. УВОЗ У ФУНКЦИЈИ ПОБОЉШАЊА ОДНОСА РОБНЕ РАЗМЈЕНЕ БИХ

У 2013. години вриједност увоза износи 15,16 милијарди КМ, што је за 86 милиона КМ мање у односу на 2012. годину. Просјечна годишња стопа раста укупног робног увоза Босне и Херцеговине у периоду 2000-2013. износи 8,07%. Табела 2 даје приказ топ 8 увозних земаља за 2013. годину.

Табела 2: Преглед топ 8 увозних земаља за 2013. годину

Рб.	Држава	Увоз 2012. (у мил. КМ)	% учешћа у укупном увозу 2012.	Увоз 2013. (у мил. КМ)	% учешћа у укупном увозу 2013.
1.	Хрватска	2.202,55	14,44	1.956,35	12,90
2.	Њемачка	1.725,80	11,31	1.734,84	11,44
3.	Русија	1.493,89	9,79	1.505,99	9,93
4.	Србија	1.431,53	9,39	1.485,60	9,80
5.	Италија	1.429,36	9,37	1.482,26	9,77
6.	Кина	816,38	5,35	914,08	6,02
7.	Словенија	803,36	5,27	754,34	4,97
8.	Аустрија	504,09	3,30	519,29	3,42
Укупно (1-8)		10.406,96	68,22	10.352,75	68,25
Остале земље		4.848,04	31,78	4817,04	31,75
УКУПНО		15.255,00	100	15.169,79	100

Извор : Агенција за статистику БиХ

Анализирајући робну размјену по земљама примјетно је да наведених 8 земаља има учешће од 68,25% у укупном босанскохерцеговачком увозу за 2013. годину. У 2013. години највише се увозило из Хрватске (1,95 милијарди КМ) са учешћем у укупном увозу од 12,90% и остварен је пад од 12% у односу на 2012. годину, затим се увозило из Њемачке у вриједности од 1,73 милијарде КМ са учешћем од 11,44% у укупном увозу и остварен је раст од 0,5% на годишњем нивоу, те из Русије у вриједности од 1,5 милијарди КМ са учешћем у укупном увозу од

9,93% и оствареним незнатним растом у односу на 2012. годину.

3. ИЗВОРИ ФИНАНСИРАЊА ТРГОВИНСКОГ ДЕФИЦИТА

Уколико вриједност увоза прелази вриједност извезених роба, настаје трговински дефицит а суфицит у супротном случају. У следећој табели даје се приказ укупног дефицита БиХ и покривеност увоза извозом за период 2009-2013. године.

Табела 3: Укупан дефицит БиХ и покривеност увоза извозом 2009-2013. године

Година	Дефицит (у мил. КМ)	Покривеност увоза извозом
2009.	-6.823,98	44,77%
2010.	-6.520,70	52,11%
2011.	-7.303,32	52,96%
2012.	-7.394,98	51,52%
2013.	-6.789,52	55,2%

Извор: Агенција за статистику БиХ

Иако Босна и Херцеговина има доста висок трговински дефицит, одржив дефицит на текућем рачуну не мора нужно представљати проблем за неку националну економију. Прије свега, дефицит омогућава да домаћа потрошња буде већа од домаће производње (тј. укупна домаћа штедња је у том случају негативна), односно расходи могу бити већи од прихода, јер прилив капитала у Босну и Херцеговину значи да земља има позитиван салдо на свом капиталном и финансијском рачуну којим финансира дефицит на текућем рачуну. Поставља се питање како се тај трговински дефицит финансира. Основни извори финансирања јесу: 1. директне стране инвестиције 2. дознаке из иностранства 3. кредити из иностранства С обзиром на глобално успоравање економске активности, суочавамо се са ситуацијом у којој су три споменута извора финансирања значајно угрожена. Наиме, повјерење инвеститора озбиљно је пољуљано глобалном економском кризом и сигурно је да ће период дуге инвестиционе експанзије и освајања нових тржишта сигурно бити замијењен периодом далеко веће опрезности и смањених улагања. Укупна страна директна улагања у БиХ у 2013. години износила су 284 милиона КМ, што је за 34 одсто мање у односу на 2012. годину. с Исто важи и за дознаке босанскохерцеговачких грађана који живе у иностранству. Босанскохерцеговачки држављани, који су годинама редовно слали дознаке из иностранства, нису више у стању да одрже тај ниво и сами притиснути несигурношћу око задржавања посла и смањењем прихода.

Анализом података о укупној вриједности ино-кредита за период 2007-2012. године може се закључити да су ови кредити упућени према Босни

и Херцеговини у сталном порасту. У прилог томе иде чињеница да укупни кредити из иностранства према Босни и Херцеговини износе око 4 милијарде КМ, а у 2012. години износе око 7 милијарди КМ.

4. МОГУЋНОСТИ ПОБОЉШАЊА ОДНОСА РОБНЕ РАЗМЈЕНЕ БИХ У УСЛОВИМА ГЛОБАЛНЕ ЕКОНОМСКЕ КРИЗЕ

Да би привреда Босне и Херцеговине била у сталном успону, стварала радна мјеста и повећавала економско благостање становника, треба се усмјерити на међународну трговину, а нарочито на повећање обима и вриједности свог извоза. Босна и Херцеговина треба побољшати своје односе размјене у кратком временском периоду, што су и услови за умањење негативних ефеката глобалне економске кризе и излазак из рецесије.

Стратегија подстицања извоза фокусира се на шест циљева:⁸⁵ 1. Повећање броја извозника и вриједности извоза, 2. Промјена структуре извоза, 3. Повећање конкурентности, 4. Супституција увоза, 5. Повезивање извозних предузећа, 6. Успостављање ефикасног институционалног оквира за подстицање и промоцију извоза.

Присуство на међународном тржишту мора се схватити као незаобилазни дио пословања свих предузетника у земљи, а креатори економске политике се активно требају укључити у припрему и провођење мјера подстицања намијењених јачању конкурентности предузетника који наступају, или желе наступити на међународном тржишту. Од 160.000 регистрованих предузећа у Босни и Херцеговини, процјењује се да је њих највише двије хиљаде извозника. Имајући у виду чињеницу да двије трећине нашег извоза потиче од 100 најбољих извозника, то значи да многа предузећа, чак и уколико извозе, имају веома мали извозни промет.

Побољшање односа размјене Босне и Херцеговине директно зависи од повећања извоза и покривености увоза извозом. Уколико се као индиректан ефекат очекује повећање бруто друштвеног производа, побољшање стандарда становништва и развој економије, мора се мијењати структура извоза, тако да се повећа извоз производа са већом доданом вриједношћу. У извозној структури Босне и Херцеговине доминирају производи ниског степена прераде, са великим удјелом примарне и секундарне дјелатности и малим удјелом терцијалне дјелатности (услуга). Свако предузеће мора учити своје компаративне предности и потенцијале, те развити властиту стратегију конкурентности на свјетском тржишту, што нужно значи и повећање

додане вриједности производа или услуга. Кључни инструменти за подизање додане вриједности су примјена знања и иновација у развоју производа, примјена дизајна, улагања у нове технологије и дистрибуција заснована на знању. Трансфер знања и технологија, као и канали продаје на међународном тржишту, могу се прибавити директним страним инвестицијама или стратешким повезивањем са међународним фирмама.

Побољшање односа размјене и повећање националног дохотка Босна и Херцеговина предпоставља реализацију сљедећих циљева: 1. Препознавање извозника са великим потенцијалом извоза и производима високе додане вриједности, 2. Повећање додане вриједности постојећих извозних производа, 3. Одабир приоритетних сектора, 4. Привлачење директних страних инвестиција, која резултирају извозом и повећањем додане вриједности, 5. Подстицање развоја иновативних производа намјењених извозу.

Повећање извоза и као последица тога побољшање односа размјене Босне и Херцеговине подразумијева повећање конкурентности домаће производње. Конкурентност је способност постизања успјеха на тржишту, а то води ка бољем животном стандарду за становништво. Активности на повећању конкурентности се односе на: повећање конкурентности предузећа; повећање извоза и унапређење трговинске политике; успостављање веза са међународном заједницом; изградња индустријских кластера у приоритетним секторима; побољшање доступности финансијским средствима и њихово ефикасно ангажовање; привлачење стратешких страних улагања; примјена постојеће савремене технологије и увођење иновација којим ће се створити конкурентске предности; инвестирање у људски капитал; консолидовање институција и обезбеђење владавине права; образовање јавности о конкурентности, ...

Босна и Херцеговина, као и остале државе у окружењу из бивше Југославије, остала је без великих пословних система, што је била главна карактеристика организовања њене привреде до раздвајања. Истраживања показују да је због тога најбоље подстицање партнерског и договореног извоза породичних малих и средњих предузећа да би се привреди осигурао ефективан и ефикасан извозни третман и позиција у међународним односима у конкуренцији са транснационалним компанијама. Партнерско извозно пословање представља извоз у конзорцију, комплементарни извоз и оплемењивање сировина и извоз готових производа. Јавни сектор треба да подстиче и стимулише конзорцијални извоз који је варијанта заједничког или групног извозног пословања предузећа уговорно удружених према критеријуму комплементарности извозног програма или истовјетности производа. Неопходно је успоставити

⁸⁵ Izvozno vijeće BiH: Nacrt Strategije rasta izvoza BiH od 2012. do 2015. godine, 2011.

ефикасни институционални оквир за подстицање и промоцију извоза.

ЗАКЉУЧАК

Мјере подстицања извоза и јачања конкурентности домаће производње могу значајно побољшати односе робне размјене, што је један од битних предуслова за умањење негативних ефеката глобалне кризе на економију Босне и Херцеговине.

Стране директне инвестиције имају позитиван ефекат на повећање извоза, тј. на побољшање односа размјене Босне и Херцеговине, те их је потребно стимулисати. Повећан прилив страних директних инвестиција ће обезбиједити модернизацију производње, примјену нових технологија, савременог маркетинга и менаџмента, повећање квалитета производа и услуга, те као производ тога повећање укупног извоза, а све ће то водити побољшању укупних односа размјене Босне и Херцеговине.

Побољшање односа размјене подразумијева повећање степена финализације извозних производа. Наиме, повећање бруто друшвеног производа и побољшање односа размјене Босне и Херцеговине подразумијева мијењање структуре извоза, тако да се повећа извоз производа са већом доданом вриједношћу. У извозној структури Босне и Херцеговине доминирају производи ниског степена прераде, са великим удјелом примарне и секундарне дјелатности. Кључни инструменти за подизање додане вриједности су примјена знања и иновација у развоју производа, примјена дизајна, улагања у нове технологије и дистрибуција заснована на знању. С обзиром да већина репроматеријала који се уграђује у финални производ намијењен извозу није поријеклом из Босне и Херцеговине, потребно је развијати производњу увозно-супститутивних добара ради повећања конкурентности извозних производа са већим учешћем домаћег репроматеријала и компоненти у производу, уз уважавање економске исплативости и неуgroжавања тржишне конкуренције. Босна и Херцеговина ипак има могућности за јачање конкурентске позиције и побољшање односа размјене у условима глобалне економске кризе. Посједује бројне факторске компаративне предности, од којих се посебно издвајају релативно незагађена животна средина за узгој органске хране, шумска и рудна богатства, хидроенергија, квалификована и у односу на шире окружење јефтина радна снага. Ове компаративне предности би се могле претворити у конкурентске предности Босне и Херцеговине на изабраним извозним циљним тржиштима. Треба напоменути да се потенцијали у ресурсима Босне и Херцеговине не огледају у извозу сировина, односно, примарних производа и индустријских

производа нижих фаза прераде, него производа виших фаза прераде.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Бјелић, Предраг: Међународна трговина, ЦИД, Економски факултет, Београд, 2008.
- [2] Нацрт Стратегије раста извоза БиХ од 2012. до 2015. године; припремило Извозно вијеће БиХ, новембар, 2011.
- [3] Драгутиновић, Диана; Филиповић, Милорад; Цветановић, Слободан: Теорија привредног раста и развоја, ЦИД, Економски факултет, Београд, 2005.
- [4] Домазет, Анте: Стратегија промоције извоза, концептуални оквир за БиХ, Економски институт, Сарајево

ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ

- [1] www.bhas.ba

RELEVANTNOST VAŠINGTONSKOG KONSENZUSA U BIH

RELEVANCE OF WASHINGTON CONSENSUS IN BIH

*dr Novo Plakalović, redovni profesor, Ekonomski fakultet
Pale, Univerzitet u Istočnom Sarajevu*

Rezime: *Koncept Vašingtonskog konsenzusa kao skup pravila za zdravu ekonomsku politiku je imao dosta protivnika i kritičara u zemljama u kojima se primjenjuje. Kod nas je ovaj koncept u punoj snazi primjene u periodu postkonfliktnog oporavka zemlje. Većina principa ove politike koju promovišu međunarodne finansijske institucije su primijenjeni kod nas. Polazna hipoteza ovog rada je da su osnove ovog koncepta veoma prihvatljive i gotovo bi bilo nemoguće primjenjivati neki drugi koncept jer bi u tom slučaju zemlja morala biti ekonomski zatvorena sa svim posljedicama. Na bazi ključnih podataka zvanične statistike pokušaćemo pokazati da je primjena principa Vašingtonskog konsenzusa rezultirala mnogim pozitivnim rezultatima u ekonomskom oporavku zemlje.*

Ključne riječi: *Washington Consensus, ekonomska politika, stabilizacija, liberalizacija, privatizacija*

Abstract: *The concept of the Washington Consensus as a set of rules for sound economic policy has had many opponents and critics in the countries in which it is applied. Here, the concept of this application in full force during the period of post-conflict recovery of the country. Most of the principles of this policy promoted by international financial institutions have applied to us. The premise of this work is that the basis of this concept is very affordable and would be almost impossible to apply a different concept because in that case the country would have to be closed with all the economic consequences. Based on the key data of the official statistics we will try to show that the application of the principles of the Washington Consensus resulted in many positive results in the economic recovery of the country.*

Key Words: *Washington Consensus, Economic Policy, Stabilization, Liberalization, Privatization*

I.UVOD

Pitanje načina i dinamike oporavka, te izlaska na put samoodrživog ekonomskog rasta i razvoja u BiH je još uvijek otvoreno sa neizvjesnim perspektivama. Problem postaje posebno aktuelizovan zbog različitosti doktrinarnih pristupa koje nosioci domaće ekonomske politike nastoje slijediti, a koji su u određenom konfliktu sa vladajućom ekonomskom paradigmatom. U ovom kratkom osvrtu obratili smo pažnju na neke aktuelne karakteristike ponašanja države, kao najjačeg i najvažnijeg aktera i nosioca ekonomske politike. U ovom radu smo se osvrnuli na koncept Vašingtonskog konsenzusa koji je tokom cijelog perioda postkonfliktnog obnove, a i poslije tokom krize i recesije u Bosni i Hercegovini (BiH) pružio najbolju osnovu za vođenje zdrave i oprezne ekonomske politike. Naime, sve ključne stavke "recepta" su bile i još su u primjeni kao osnova za vođenje razumne ekonomske politike. Međutim, naš polazni stav je da je kod implementacije pojedinih mjera iz tih recepata bilo nedosljednosti i lošeg "izvođenja" onoga što je bila "odgovornost" domaćih faktora, pa je time i bilo neuspješno (privatizacija, sudstvo, obrazovanje npr.). Naime, preporučivane mjere koje su prihvaćene i na koje su se obavezivali domaći nosioci ekonomske politike nisu u praksi dosljedno i adekvatno primjenjivane i realizovane. Oni segmenti ekonomske politike koji su definisani od strane međunarodnih finansijskih institucija gdje nije prostojala mogućnost za vođenje diskrecione domaće politike su i bile najuspješnije u BiH. To su, na primjer, liberalizacija finansijskih tokova i finansijskog sektora, to je sistem valutnog odbora koji je bio uspješan i obezbijedio makroekonomsku stabilnost, politika javnih rashoda i prihoda.

II. METODOLOGIJA RADA

Ovaj osvrt smo bazirali na neposrednom uvidu i iskustvima koja smo stekli tokom dugogodišnjeg učešća u radu domaćih institucija: Centralne banke BiH, Agencije za bankarstvo Republike Srpske, Savjetima projekata srednjoročnih strategija razvoja BiH, raznim ekspertskim grupama i Ekonomskom forumu Vlade RS, te u radu sa postdiplomcima i doktorandima na javnim univerzitetima u RS i Srbiji. Nephodne informacije smo pribavili iz domaćih i stranih relevantnih javnih izvora, zvaničnih statističkih publikacija i svih drugih izvora, odnosno medija i internet sajtova, te relevantnih studija najkompetentnijih internacionalnih akademskih izvora. S obzirom da smo se orijentisali na jednu grubu opštu sliku, nisu korišćeni neki posebni kvantitativni metodi jer su osnovni uvidi sasvim mogući na bazi prethodno navedenih izvora, te ličnih

iskustava u mnogim aspektima razmatrane problematike.

III. „VAŠINGTONSKI KONSENZUS“

U periodu postkonfliktne obnove u BiH su primijenjeni, gotovo u totalu, principi Vašingtonskog konsenzusa. BiH se u vitalnim sferama života našla pod budnom paskom međunarodne zajednice, sa, uglavnom, proćerdanom i znatnim dijelom potrošenom a neregistrovanom izuzetno velikom inostranom pomoći. Visok ekonomski rast u 1999. godini se može objasniti tada masivnim prilivom inostrane pomoći koja je tokom rata iznosila 75% društvenog proizvoda, a u 1999. godini 25%, da bi se vremenom postepeno smanjivala (Demekas, 2002.). Iako je ekonomska i finansijska pomoć upućena u BiH bila izuzetno velika, sasvim je jasno da postignuti efekti te pomoći nisu u odgovarajućem srazmjeru sa njenim obimom (Plakalović, 2007). Ona nije prevashodno usmjeravana na razvoj sektora izvoznih proizvoda i usluga već mahom na infrastrukturu (nužnu i opravdanu ali istovremeno i nepotrebnu u kratkom roku, kao što su sportske dvorane, školske zgrade, vjerski objekti, putna infrastruktura, „bijeli slonovi“ i drugo).

Sa privatizovanom ali uništenom privredom, ogromnom nezaposlenošću od oko 43%, koja se održava skoro dvije decenije, BiH je konstantno u krupnim ekonomskim teškoćama. Budući politički nestabilna u takvoj zemlji bi se teško obezbijedila makroekonomska stabilnost bez pomoći MMF-a i „stand by“ aranžmana. Sa bankama u skoro potpunom stranom vlasništvu, politički rastrzana, bez ikakve zajedničke vlastite ekonomske vizije i programa, ponekad provocira strane, pa i relevantne, posmatrača da je kvalifikuju kao propalu državu (Fukujama, F. 2007. 114-115). Na sve to se nadovezala svjetska finansijska i ekonomska kriza, te recesija u evropskim zemljama, glavnim trgovinskim partnerima BiH. Sve te okolnosti direktno utiču na sposobnost i domete domaće ekonomske politike da se suprostavi novim, izuzetno nepovoljnim, međunarodnim ekonomskim okolnostima.

Od devedesetih godina međunarodne finansijske institucije se prilikom savjeta i zahtjeva koje postavljaju pred svoje članice i korisnice pomoći, rukovode principima takozvanog „Vašingtonskog konsenzusa“-VK ("Washington consensus"), kojeg je na neki način „kodifikovao“ Džon Vilijamson (Williamson, J. 1994). Kako to ističe Deni Rodrik (2006), „stabilizuj, privatizuj i liberalizuj“, postaje mantra generacija tehnokrata koji „oštre zube“ u zemljama u razvoju i na političkim liderima koje savjetuju. Rodrik navodi ključne elemente VK. U prvom planu su izvorni principi, i to: fiskalna disciplina, preorijentacija javnih rashoda, poreska reforma, finansijska liberalizacija, unifikovani i konkurentni devizni kursevi, trgovinska liberalizacija, otvorenost za strane investicije, privatizacija,

deregulacija, osiguranje imovinskih prava. Prošireni VK koji treba da dopuni i „popravi“ izvorne principe sadrži deset dodatnih stavki, i to: korporativno upravljanje, borbu protiv korupcije, fleksibilno tržište rada, sporazume sa WTO, finansijska pravila i standarde, oprezno otvaranje kapitalnog računa, neposredovane devizne kurseve, nezavisnu centralnu banku/inflaciono targetiranje, socijalnu sigurnosnu mrežu, ciljano (targetirano) smanjenje siromaštva. Rodrik ističe da je, privatizacije, deregulacije i trgovinske liberalizacije u Latinskoj Americi i zemljama istočne Evrope, bilo više nego igdje ikada u ekonomskoj istoriji. Međutim, u mnogim tranzicionim zemljama su privatizacije očajno loše provedene zbog čega državne vlasti počinju ponovo da otkupljuju privatizovana preduzeća (slučaj u Republici Srpskoj i Srbiji npr.).

Finansijska liberalizacija i otvaranje za međunarodne tokove kapitala su otišli mnogo dalje nego što je to Vilijamson predviđao. Neki kritičari ovog pristupa prigovaraju da prijedlozi ovih reformi predstavljaju, u stvari, otvorena nastojanja da se nametne „neoliberalizam“ i „tržišni fundamentalizam“ zemljama u razvoju i bivšim socijalističkim zemljama. (Klein, N. 2008). Ne manjka radova, studija i članaka (na stotine a možda i hiljade) koji kritikuju globalizaciju, pa time i VK kao ideološku osnovu tog procesa gdje se uništavaju domaće industrije, siromaši stanovništvo zemalja u razvoju, a bogatstvo koncentriše u rukama malog broja ljudi. Apostrofira se dužničko ropstvo koje elegantno zamjenjuje kolonijalizam (Gorge S. 2007). Neoklasični i neoliberalni pristup je zasnovan na pretpostavci racionalnosti u ponašanju ekonomskih aktera, ali je istovremeno lišen brojnih moralnih i društvenih dilema. Zato je pomalo paradoksalno da one, koliko god više išle u pravcu čistih ekonomskih analiza, empirijski fundiranih i sofisticovanih, u cilju „izbjegavanja“ ideoloških konsekvenci, postaju redukovane i sve više udarna pesnica određene ideologije. No, stvari ipak nisu toliko jednostavne koliko izgledaju. Najlakše bi bilo zaključiti da pristup VK nosi najveću krivnju za velike probleme brojnih zemlja svijeta u kojima je primjenjivan. Ponekad neki domaći kritičari (u BiH i bližem okruženju) polazeći od ideoloških osnova, kritikuju primjenu VK i očigledno smatraju (podrazumijeva se jer drugu alternativu obično i ne nude) da bi stari model državnog intervencionizma dao bolje rezultate (socijalizacija gubitaka i uzaludno pomaganje propalih firmi, usmjeravanje akumulacije u državne prioritete, intenzivno zapošljavanje u javnom sektoru, finansijska represija, kupovina socijalnog mira davanjem svakome po malo i sl.). Ako koncept VK nije dao očekivane rezultate na domaćem terenu, po našem mišljenju razlog je upravo što su nove (stare) snage odnosno društveno-političke elite na neki način vršile određenu opstrukciju tokom sprovođenja nužnih reformi uz neadekvatno korišćenje donatorske pomoći. Neuspješnu privatizaciju je vodio domaći faktor koji je to istovremeno cijenio i kao „priliku“, uz

neizbježnu mentalnu bliskost „socijalističkoj matrici“; te nedostatak vlastitih vizija oporavka i koncepta ekonomske politike. Pitanje je koliko u našim uslovima pomaže kritika koncepta VK. Racionalno je i jedini za sada mogući put je prihvatanje pravila tržišne igre i nastojanje da se ostvari progres. Treba imati u vidu da je država u BiH veoma krhka tvorevina bez izgrađenih institucija. Teško je očekivati da će sada država svojom jačom direktnom intervencijom izvući ekonomiju i društvo iz problema koje je sama napravila. I aktuelni potezi vlasti govore da vlast, nakon tolerisanja neadekvatnih ponašanja nekih privatnih investitora, sada nastupa kao vatrogasac u cilju zaštite radnih mjesta pri čemu proizvode značajne društvene troškove. Teško je vjerovati da država i njeni različiti nivoi u BiH mogu biti u dogledno vrijeme mnogo efikasniji ako do sada nisu uspjeli izgraditi institucije i poboljšati izuzetno slabe institucionalne kapacitete države. Pomoć međunarodne zajednice je neophodna, ali ona sprječava rast kapaciteta države i ako međunarodna zajednica izgubi interes najvjerovatnije je da će se postkonfliktne države vratiti u prethodno stanje (Fukujama F. 2007.s.112-118). Generalno, naša država (na svim nivoima) nije sposobna da uspješno realizuje opšte interese. Ona, u stvari, predstavlja destruktivnu silu „koja iz privrede i od stanovništva bezobzirno isisava životne sokove“, ističe Ljubomir Mađar (Politika, 18.juni. 2011)

Kako se pokazalo, aktuelna kriza je izazvala jake kritike neoliberalnog koncepta, ali nije bitnije uticala da bi se u svijetu odbacio kapitalistički koncept tržišne privrede, kako na globalnom planu tako i na nivou nacionalnih ekonomija tranzicionih zemalja i zemalja na nižem nivou dohotka. Jedini vidljiv rezultat antikriznog djelovanja država je da su one, skupa sa međunarodnim finansijskim institucijama jako pomagale sanaciju ugroženih finansijskih institucija i državnih finansija, te su u tom kontekstu osnažile standarde bankarske supervizije, odnosno izvršile reregulaciju.

Kada se posmatra prvih deset zadataka iz VK, može se konstatovati da je njih devet skoro u potpunosti realizovano u BiH, kao i u zemljama bližeg okruženja. Ostali su u toku, manje ili više, efikasne implementacije a mnogi ostaju kao značajni zadaci za budućnost. Kritičari ovog pristupa gube iz vida da ova doktrina predstavlja samo spisak opštih recepata za korektno i disciplinovano vođenje ekonomske politike. Kreiranje programa i ekonomskih politika pojedinih zemalja sa kojima MMF pravi aranžmane se bazira na ovim principima. Međutim, ti programi i skup politika nisu isti za sve zemlje već se prilagođavaju konkretnim okolnostima zemlje učesnice u programima. MMF dolazi u zemlje koje su na ivici bankrota i koje imaju evidentne probleme sa svojim makroekonomskim bilansima. MMF ne pomaže zemljama koje imaju zdravu ekonomiju i ekonomsku politiku (Mađar LJ.2011). Najzad, treba biti svjestan činjenice da tekuće ekonomske politike podržane sredstvima Fonda ne zamjenjuju vlastite

strategije razvoja i rasta koje zemlje moraju imati. Jedino otvoreno pitanje kod implementacije paketa reformi je, ono što i Džon Vilijamson ističe, da je nužno voditi računa o redosljedu faza implementacije i dobrom tempiranju pojedinih poteza. Inače tu temu (sequencing) je kriza iz 2008. godine aktuelizovala. Tako npr. Vilijamson ističe potrebu prethodnog jačanja izvoznog sektora, pa tek onda sprovođenje trgovinske liberalizacije. Kod nas je to obrnuto rađeno. Kao dobar momenat za liberalizaciju priliva stranog kapitala on ističe trenutak kada se netradicionalne izvozne djelatnosti čvrsto uspostave, kada se obezbijedi fiskalna disciplina i kada se uvozni režim i domaći finansijski sistem liberalizuje (Montiel J.P.2003.). Liberalizacija nije jednostavan proces i oko toga postoji mnogo kontroverzi. Najveći problem je što su tokovi kapitala reverzibilni. Informacije koje ima manja grupa investitora i njihova ponašanja na bazi njih utiču na djelatnost većine ostalih učesnika u ekonomiji. Panika i povlačenja kapitala uz lošu regulaciju i superviziju (dozvoljavanje da se kratkoročnim sredstvima iz inostranstva finansiraju dugoročni projekti) i obrnuta kretanja kapitala su uzrokovala mnoge krize. Zemlje koje su zadržale kontrolu kapitala prije azijske krize (Indija, Kina) su izbjegle krizu (Bagvati J.2008).

IV. KVALITET INSTITUCIJA

MMF posvećuje posebnu pažnju pitanju institucionalne izgradnje u zemljama članicama kojima pruža finansijsku i tehničku pomoć. To podrazumijeva izgradnju kapaciteta neke zemlje preko kojih bi se formulisala i efikasno implementirala politika ekonomskog rasta na putu dostizanja milenijumskih ciljeva. Izgradnja kapaciteta i zdravih institucija u cilju jačanja poštovanja zakona i kreiranja i implementacije kvalitetne vladine politike je ključna za ekonomski rast. Institucije su, na primjer, igrale ključnu ulogu u izgradnji performansi ekonomija u istočnoj Aziji (Rodrik D. 1997). Razlike u kvalitetu institucija utiču na to da neke zemlje imaju brzi i uspješniji razvoj od drugih. Indeks institucionalnog kvaliteta koji kombinuje mjere kvaliteta birokratije, snagu vladavine prava, rizik eksproprijacije i rizik kršenja ugovora od strane vlade, objašnjava razlike u rastu između zemalja. To su razlike koje nisu atributi klasičnih varijabli kao što su akumulacija kapitala, tehnički progres i porast radne snage. I druga istraživanja ističu kvalitet institucija kao bitnog faktora u objašnjavanju rasta (Rodrik D, Subramanian A. i Trebbi F.,2002). Branioci slobodnog tržišta smatraju da su potrebne jake institucije tržišta (zakoni, obezbjeđenje vlasničkih prava, agencije za procjenu kreditnog rejtinga) kako bi se obezbijedila konkurencija koja ne odgovara kapitalistima i moćnim interesnim grupama koje stoga i ne žele jake institucije. Borba za tržište je u suštini borba protiv monopola i etabliranih struktura.

Otvaranje prema inostranstvu treba da eliminiše domaće monopole koji sprečavaju konkurenciju što dovodi do nazadovanja finansijskog i ekonomskog rasta. Na taj način se pomaže „da se kapitalizam čuva od kapitalista“ (Rajan G.R. Zingales L. 2007). Ponovo se promovise „sequencing“ tj. liberalizacija nakon strogog regulisanja i supervizije banaka. (Birdsdal N. Fukujama F. 2011.s.2).

Model slobodnog tržišta ili „neoliberalni“ model podrazumijeva malu državnu administraciju, deregulaciju, privatno vlasništvo i niske poreze. Mnoge zemlje u razvoju to i nisu prihvatile pogotovo zbog krize devedesetih godina u istočnoj Aziji i Latinskoj Americi što je diskreditovalo oslanjanje na strani kapital i mnoge zemlje su do 2008. godine akumulirale devizne rezerve i obezbijedile regulaciju i kontrolu njihovih bankarskih sistema. Mnoge zemlje u razvoju su imale brži rast nego razvijene zemlje.

Bosna i Hercegovina se definiše kao „predinstitucionalno društvo“, odnosno još uvijek nema izgrađene institucije ili bolje reći da je riječ o zemlji koja ima demokratiju sa virtualnim institucijama. One postoje, ali odluke donose partije odnosno partijski lideri stranaka na vlasti. Članovi zakonodavnih i izvršnih vlasti su strogo kontrolisani od strane partijskih lidera što vodi marginalizaciji parlamenata i vlada. (Dani, 2012). Međunarodna zajednica stalno upozorava na potrebu jačanja institucija i kada se pročitaju njihove ocjene stanja demokratskih prava i sloboda u BiH, čovjek se može samo zgroziti. (Glas Srpske, 2013.s.3).

Komentatori i „analitičari“ u BiH i regionu, stalno ističu kako je „neoliberalni“ koncept bio poguban za ekonomije u tranziciji, te kako je istrošen i praktično propao. Očigledno je riječ o zamjeni teze. U realnom svijetu, koncept tržišne ekonomije, liberalizacije i globalizacije još nije zamjenjen nekom novom paradigmom. Kriza je promovisala kejnzijski koncept stimulisanja tražnje. Vrlo je rizično govoriti u isključivim kategorijama kada je u pitanju savremena ekonomska teorija jer je prije riječ o neoklasičnoj sintezi, dosada neprevaziđenoj u ekonomskoj nauci, a ne o „čistim“ modelima. U različitim situacijama se pojedini elementi akcentiraju (neokejnzijski koncepti u periodima recesije). U tom kontekstu se ističe mogućnost reindustrijalizacije koji bi podržala država (Birdsdal N. Fukujama F.2011.p.4.). No ne smije se izgubiti iz vida da WTO promovise trgovinsku liberalizaciju tako da je teško vršiti npr. zaštitu mladih industrija (ostaju necarinske barijere koje se primjenjuju u razvijenim ekonomijama). Eventualna strategija reindustrijalizacije ne bi dala efekte u maloj zajednici kakva je npr. Republika Srpska. Očigledno je da Vlada u Republici Srpskoj svoju razvojnu strategiju bazira na poljoprivredi (subvencije) nastojeći tako pomoći osiromašeno stanovništvo. Kroz redistribuciju i zapošljavanje u javnom sektoru nastoji se smanjiti nezaposlenost. Ovim vlada zauzima paternalističku poziciju kako bi osigurala minimum životnog standarda stanovništvu što se manifestuje kroz dotacije i grantove javnim i

privatnim preduzećima gubitašima. Očigledno da je naša razvojna strategija implicitna i predstavlja rezultat „konačnog zbira mnogobrojnih politika i oruđa koje ni jedna grupa niti organizacija ne razumije, niti dobro kontroliše“ (Ferbanks M. Lindzej S. S. 179). Dobre državne strategije su zasnovane na informacijama, uravnotežuju prošlost i budućnost, zahtijevaju integraciju, otvaraju brojne mogućnosti i pružaju konkretne izbore. Kada država padne na tim testovima, nastaje konfuzija i dobijaju se nepredviđeni rezultati.

VK podrazumijeva shvatanje da je ekonomski rast ugrožen nekompetentnom državom i korupcijom, a ne kolapsom tržišta što je poslednja kriza evidentno demantovala. Pitanje je da li sada država treba da preuzme na sebe aktivnu ulogu. To zavisi od svake pojedinačne zemlje i procjene njenih kapaciteta i ukupnog upravljanja. Kritika industrijske politike nije dolazila iz ekonomskih razloga već iz političkih jer donošenje ekonomskih odluka u zemljama u razvoju nije bilo zaštićeno od političkih pritisaka. Problem je što se zaštita mladih industrija produžavala (istočna Azija i Latinska Amerika). Vlasti nisu bile u stanju da tu zaštitu otklone nakon startnog skoka, pa su industrije propadale jer nisu bile globalno konkurentne. Postavlja se pitanje da li država ima snažne tehnokrate, odnosno birokrate nezavisne od političkog uticaja. To su npr. zemlje istočne Azije imale. Time se dolazi do zaključka da ukoliko države žele promovisati industrijski razvoj i obezbijediti sigurnu socijalnu mrežu, moraju reformisati njihov javni sektor.

Kod nas „krivca“ treba tražiti na drugoj strani, odnosno realizatora reformi. Na čelu mnogih vlada na nivoima entiteta i na nivou BiH su se izmijenili brojni ekonomisti, stručnjaci, profesori univerziteta. Međutim, to nije rezultiralo kreiranjem nikakve vlastite ekonomske strategije, ni na nivou entiteta, ni na nivou BiH. Ekonomsku politiku su praktično definisale međunarodne finansijske institucije. Inače domaći stručni i naučni kapaciteti su nedostatni za definisanje i vođenje bilo kakve „vlastite“ strategije i politike koje tako praktično i ne postoje. Liberalni koncept je kod nas primijenjen u aspektu privatizacije, liberalizacije i otvaranja zemlje za tokove roba i kapitala. Neoliberalni koncept je primijenjen na proizvodni i uslužni sektor domaće ekonomije, te finansijsku sferu. Ako je neko pogođen, onda su to nezaposleni, prezaduženi građani, te mladi i stariji nezaposleni ljudi. Za lošu privatizaciju i raširenu korupciju, odgovornost nose domaće vlasti. Kritika liberalnog koncepta samo zamagluje problem. U zemlji vlada korupcija i nepotizam, ogromna nezaposlenost, rasipnička državna potrošnja od strane vlasti, u kojoj je, uzgred budi rečeno, „aktivan“ i veliki broj ljudi iz prethodnog sistema, koje je svojevremeno dobro pogodio „marksistički malj“. Teško je, ako ne i nemoguće, od njih očekivati nov pristup i ravnanje prema drukčijem sistemu vrijednosti. Elite ovdje nastavljaju da žive i da se ponašaju dijelom po pravilima koja su važila u

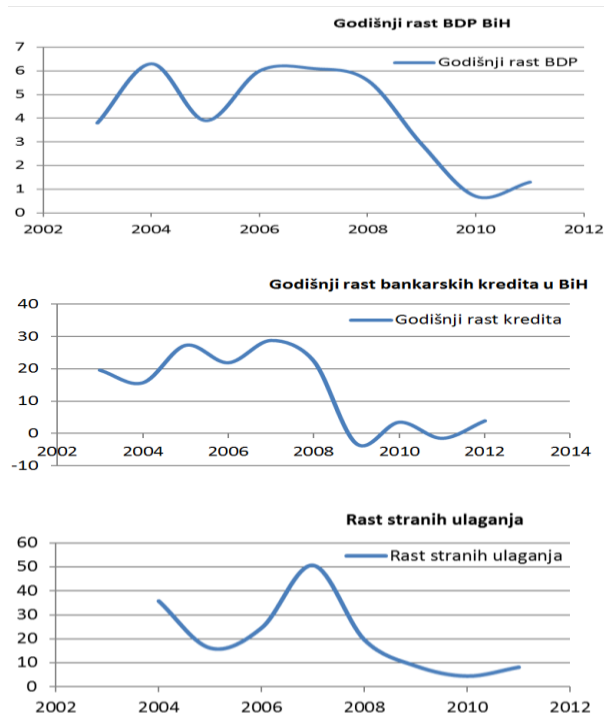
socijalizmu (javni sektor i zaposleni u njemu), a širokim narodnim masama je ponuđen isključivo neregulirani kapitalizam. S obzirom da ima mnogo oblika kapitalizma, ovaj naš bi se mogao nazvati „partokratskim“ kapitalizmom u kome dominira neformalno „javno privatno partnerstvo“. Potrošena i proćerdana ogromna finansijska sredstva za postkonfliktnu obnovu nisu mogla dati efekte na opštem planu osim što se dosta toga slilo u privatne džepove manjih grupa. Korupcija znači lošu alokaciju resursa. Problem intervencionističkih mjera vlasti je što u uslovima nerazvijenih institucija to u krajnjem znači najdirektniji uticaj politike. Jedan od primjera za to je Investiciono razvojna državna banka u RS gdje ima dosta indicija da se sredstva usmjeravaju na bazi političkih kriterija, odnosno da se ne uvažavaju dovoljno principi zdrave kreditne politike koja podrazumijeva efikasno upravljanjem rizicima (Glavna služba za reviziju javnog sektora RS, 06.07.2012). Generalno ključni problem djelovanja državnih banaka je što se teško može eliminisati jak upliv politike, što je pogotovo slučaj u zemljama sa slabim institucijama kao što je naša. Takav pristup (politika i slabe institucije) je, između ostalog, morao dovesti i do dramatičnih regionalnih ekonomskih razlika.

V. NEKI MAKROEKONOMSKI AGREGATI U BIH

Kriza sa svojom eskalacijom 2008. godine je okončala „fetiš“ inostranih finansiranja. Spektakularan ekonomski rast u zemljama kao što su npr. Irska, Island i neke zemlje istočne Evrope je, očigledno, bio mnogo više rezultat lake raspoloživosti kredita i visokog leveridža nego fundamentalnih snaga. Ekonomija BiH je bila, a praktično i ostala, zavisnik od strane finansijske pomoći i strane akumulacije. To se manifestovalo pored priliva pomoći u eskalaciji zaduživanja. Ekonomski rast je bio baziran na prilivu stranih investicija i to prvenstveno kroz finansijski sektor i na osnovu priliva doznaka iz dijaspore. Privatizacija bankarskog sistema je obezbijedila enorman priliv stranog kapitala koji je poslužio za ogromnu ekspanziju domaćeg kredita. Neobično je bio visok rast i obim kredita građanima. Priliv stranog kapitala u domaći bankarski sektor je bio obezbjeđen kvalitetnim sistemom domaće regulacije i supervizije bankarskog sektora.

Industrijska preduzeća su mahom izgubila svoju tržišnu i konkurentnu poziciju i na kraju su lošom privatizacijom i dokrajčena.

Naredni grafovi ilustruju kretanje pomenutih makroekonomskih agregata u BiH.



Slika 1.

Rast društvenog poizvoda u BiH je imao izraženu dinamiku sve do 2008. godine kada dolazi do vrlo jakog usporavanja rasta, pa čak i negativnih stopa rasta. Isto se dešava sa ukupnim kreditima koji dramatično rastu sve do 2008. Godine, čime je snažno podržan rast BDP-a što je slučaj i sa stranim ulaganjima. I jedna i druga kategorija su zabilježile značajno usporavanje rasta, pa čak i negativne stope rasta sa prelivanjem krize na domaći teren. Ovi podaci najbolje ilustruju ogroman negativan uticaj svjetske ekonomske krize na ekonomsku situaciju u BiH.

Za devastiranu infrastrukturu i privredu, nije bilo drugog izlaza nego oslanjanje na strani kapital i liberalizaciju svake vrste u kontekstu opštih procesa globalizacije. Ekonomska politika zemlje u kontekstu nemogućnosti definisanja vlastite strategije i oslanjanja na sopstvene snage je morala biti definisana na bazi principa VK. Brzina procesa liberalizacije i brze tranzicije nije ostavila prostor za pažljiviji redosljed reformi. Tako je i pored ogromnih koristi od pomoći i liberalizacije bilo teško postići optimalne rezultate. Poseban problem su institucionalni faktori koji nisu dozvoljavali da se procesi efikasnije sprovedu. Recidivi starog sistema i neuređena država i pravni sistem su doveli do raširenih pojava korupcije i političkih uticaja, odnosno uticaja interesnih grupa sa svim posljedicama koje uz to idu. Ostaje zadatak izgradnje pravne države, u smislu jačanja savremenog demokratskog društva sa jakim institucijama koje će suzbijati pretjeran uticaj interesnih grupa.

Paternalistička politika države rezultira u dinamičnom rastu javnog trošenja u BiH (mnogo bržem nego rast BDP-a), kroz subvencije, grantove, razne bespovratne pomoći pojedincima i institucijama, preduzećima i sl. Prema zvaničnim podacima od 2003. do 2011. godine (Godišnji izvještaj CBBiH, 2012.s.234.), na takve vrste transfera u BiH, na svim nivoima vlasti, je potrošeno 7,7

milijardi KM. Rast ukupnih rashoda je iznosio 11,1%, grantovi, subvencije i ostali transferi 14,4%, a subvencije 18% prosječno godišnje. Pri tome je problem (Dani, 19.08.2011.s.5.) što ne postoje jasni kriteriji za dodjelu sredstava, neadekvatna primjena postojećih, određivanje visine dodijeljenih sredstava, nesklapanje ugovora, nepračenje i mjerenje rezultata, odnosno efekata korištenih sredstava, netransparentnost i uopšte arbitrarnost pri dodjeli sredstava. Od ukupnog broja zaposlenih skoro polovina je zaposlena u uslužnim djelatnostima (Bilten CBBiH,2.2010). U javnoj upravi i odbrani, te obaveznom socijalnom osiguranju je zaposleno 10,5%, a u obrazovanju 8,7% od ukupno zaposlenih. U prerađivačkoj industriji je zaposleno 19,3%, a u trgovini na veliko i malo 18,4%. U javnim službama je zaposleno skoro koliko i u prerađivačkoj industriji. Država je zapošljavanje u upravi i javnim službama pretvorila u „posljednje utočište“ za nezaposlenu radnu snagu što je „loša ideja“ (IBRD,2008.p.68). Prosječna neto plata u BiH u septembru 2012. g. je bila 813 KM, u finansijskom posredovanju, 1.315 KM, snabdijevanju električnom energijom, gasom i vodom (1.146 KM), javnoj upravi (1.139 KM) i obrazovanju (843 KM). U prerađivačkoj industriji prosječne plate iznose 579 KM, u trgovini 575 KM i ugostiteljstvu 542 KM. Ovakve relacije u prosječnim primanjima upućuju na određenu anomaliju koja odstupa od osnovnih principa tržišne ekonomije koje aktuelna vlast navodno slijedi. U razvijenom svijetu vlada logika da su zarade u tržišnom sektoru ekonomije mnogo veće jer je i produktivnost rada u tom sektoru veća, a i rizici gubitka posla su veći nego u javnom sektoru. Džava praktično vrši redistribuciju i pogoršava alokaciju resursa u ekonomiji.

VI. ZAKLJUČAK

Dosadašnji koncept ekonomskog rasta koji se zasnivao na potrošnji, privatnom i javnom zaduživanju, rastu uvoza, je prilično istrošen. Krajnje je vrijeme za definisanje razvojne strategije. Ponašanje domaćih nosilaca ekonomske politike u kriznom periodu je pokazalo da fiskalni i politički prioriteti imaju primat. Rast javnih rashoda i arbitrarna intervencija, kako na strani poreske politike tako i na strani rashoda i direktne intervencije u privredi se pravdaju kvazikejnzijanzinom. Rast javnih rashoda u ovakvoj ekonomiji doprinosi isključivo rastu eksternih debalansa, a ne rastu zaposlenosti i izvoza. Što je najgore intervencija dovodi do arbitrarne preraspodjele i rasipanja javnih resursa. Kejnzijanska politika javnih rashoda ima smisla samo ako se njome mogu aktivirati neiskorišćeni domaći kapaciteti što ovdje nije slučaj. Povećanje poreskog pritiska je dovelo do pojačavanja recesivnih efekata. U vođenju ekonomskih politika zemalja u kojima su rađeni programi, MMF je dozvolio određena labavljenja i određeni stepen diskrecije kod izbora nekih politika (deviznih kurseva). Međutim, nije se bitno odstupalo od temeljnih principa koje MMF uporno slijedi. Dakle, čvrsta budžetska ograničenja odnosno ortodoksna fiskalna politika, valutni odbor (inflaciono targetiranje u zemljama jugosfere), fiksni kurs (ili prilagodljivi devizni kursevi). Insistiranje na strukturnim promjenama je za sada stavljeno u drugi plan što ne sprječava domaće vlasti da tome posvete mnogo više pažnje u narednom

periodu. Liberalizacija je doprinijela masivnom prilivu stranog kapitala, te je na taj način obezbjeđen ubrzan ekonomski rast. Kriza je te tokove prekinula, te se sada zemlja nalazi u trajnoj recesiji. S obzirom na ratna razaranja, nije bilo drugog načina već da se zemlja osloni na inostranu pomoć i politike koje idu uz to. S obzirom na ogromne potrebe za ulaganjima domaći nosioci ekonomske politike nisu imali izbora. Ključni problem nije bio koncept VK već nedostatak vlastite strategije razvoja zemlje i njenih entiteta. U takvom okruženju i opštem kontekstu nije ni bilo drugog izbora već slijediti principe VK jer u protivnom ne bi došlo do priliva inosredstava, a siromaštvo bi bilo mnogo veće.

LITERATURA

- [1] Birdsall N.Fukujama F. (2011), The Post-Washington Consensus, Foreign Affairs, <http://www.foreignaffairs.com/articles/67456/nancy-birdsall-and-francis-fukuyama/the-postwashington-consensus>
- [2] Bagvati J. (2008), *U odbranu globalizacije*, Službeni glasnik, Beograd.
- [3] Bosanski Ionac, Dani, 24.08.2012.
- [4] CBBiH, (2009), *Godišnji izvještaji CBBiH za 2009. godinu i 2010. godinu.*
- [5] CBBiH, (2010.), Bilten CBBiH, br.1., 2., 3.(2012) br.2.
- [6] Demekas G.D., McHugh J.I.,Kosma T.(2002), *The Economics of Post Conflict Aid*, IMF Working Paper, No.198/02.
- [7] Ferbenks, M.Lindzej S. (2003), *Oranje mora*,Stubovi kulture, Beograd.
- [8] Fukujama F. (2007), *Gradenje države*, Filip Višnjić, Beograd.
- [9] Glavna služba za reviziju javnog sektora RS (06.07.2012), Izvještaj o reviziji Finansijskih izvještaja IRB RS za period 01.01.-31.12.2011.
- [10] Gorge S. (2007), Dawn the Great Financial drain: How debt one Washington Consensus destroy development and create poverty, *Development*, 50 (2), 4-11.
- [11] IBRD,*The Growth Report, Strategies for Sustained Growth and Inclusive Development*, (2008), International Bank for Reconstruction and Development.
- [12] Klein K.,(2008), *Ekonomija šoka*, VBZ, Zagreb,
- [13] Madžar, LJ. (2011), *Iskušenja ekonomske politike u Srbiji*,Službeni glasnik, Beograd
- [14] Međunarodni monetarni fond, Bosna i Hercegovina, (2010), *Prvi pregled u okviru stand-by aranžmana*, Evropski odjel, 8.mart.
- [15] Montiel J.P.(2003), *Makroekonomics in Emerging Markets*, Cambridge University Press,
- [16] Plakalović N. (2007), *Pomoć međunarodnih finansijskih institucija za oporavak postkonfliktne ekonomije BiH*, Zbornik radova, Ekonomski fakultet Univerziteta u Istočnom Sarajevu.
- [17] Povećati efikasnost institucija,(2013), Glas Srpske, 12.mart,
- [18] Rajan G.R., Zingales L.,(2007), *Spašavanje kapitalizma od kapitalista*, Profil International, Zagreb.
- [19] Rodrik D, Subramanian A.,Trebbi F.(2002), *Institutions Rule: The Primacy of Institutions Over Geography and Integration in Economic Development*, NBER, Working Paper, 6793. Cambridge, Massachusetts: National Bureau of Economic Research.
- [20] Rodrik D. (2006), *Goodby Washington Consensus, Hello Washington Confusion*, Harvad University.
- [21] Rodrik D. (1997), TFPG Controversies, Institutions, and Economic Performance in East Asia. NBER Working Paper, 6793. Cambridge, Massachusetts: National Bureau of Economic Research.
- [22] World Bank, (2005), *Economic Growth in the 1990s: Learning from Decade of Reform*, Washington DC. World Bank.
- [23] Federalni zavod za statistiku FBiH, www.fzs.ba
- [24] *Zla država i neoliberalna mačka*, (2011.), 18.juni, Politika.
- [25] Williamson J. (1994), *The Political Economy of Policy Reform*, Washington, D.C.:Institute for International Economics,
- [26] www.capital.ba [27] www.rzs.rs.ba

REFORMA FISKALNOG SISTEMA BOSNE I HERCEGOVINE

FISCAL REFORM IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

*Biljana Stanivuk, Fakultet poslovne ekonomije
Bijeljina, Republika Srpska, BiH*

Rezime: Reforma fiskalnog sistema Bosne i Hercegovine imala je za cilj prilagođavanje savremenim tržišnim strukturama i ukidanje zastarjelih poreskih rješenja. To znači postizanje veće fiskalne transparentnosti, uvođenje savremenih sistema kontrole javnih rashoda, ali i efikasniju kontrolu prikupljanja javnih prihoda. Ne postoji unificiran obrazac fiskalnih reformi i svaka zemlja, u zavisnosti od makroekonomskih i mikroekonomskih ciljeva, donosi sopstvena poreska rješenja. Pored ovoga, reforma treba da doprinese usklađivanju sa fiskalnim sistemima zemalja u okruženju kako bi se omogućila međunarodna saradnja. Imajući u vidu harmonizaciju poreskih propisa, cilj reforme je i doprinos ekonomskoj i socijalnoj pravičnosti, smanjenju poreske evazije, smanjenju fiskalnog opterećenja, ali i efikasna alokacija prikupljenih javnih prihoda. Reforma fiskalnog sistema ide u dva pravca. Prvi se odnosi na reformu direktnih poreza, a drugi pravac obuhvata reformu indirektnih poreza. Da bi bilo omogućeno reformisanje navedenih poreza, neophodno je ostvariti osnovne predušlove koji se ogledaju u reformi poreske administracije. Efikasna poreska administracija doprinosi efikasnoj primjeni poreskih propisa, upućivanju poreskih obveznika u razloge zbog kojih plaćaju porez (a time i podizanju poreske svijesti obveznika), pružanju profesionalne pomoći svima koji žele platiti porez, snižavanju administrativnih troškova naplate poreza, ali i troškova plaćanja poreza koji terete obveznike.

Ključne riječi: Reforma, fiskalni sistem, direktni porezi, indirektni porezi, poreska administracija

Abstract: The reform of the fiscal system in Bosnia and Herzegovina aims to adapt to modern market structures and elimination of old established tax solutions. This means achieving greater fiscal transparency, the introduction of modern systems of control public spending and more effective control of public revenues. There is no uniform pattern of fiscal reform. Every country legislates own taxation arrangements depending on the macroeconomic and microeconomic objectives. The reform should contribute to the harmonization of the fiscal systems in

the neighboring countries to facilitate international cooperation. The goal of the reform is to contribute to economic and social justice, reducing tax evasion, reducing the fiscal burden, but also the efficient allocation of public revenue solutions. The reform of the fiscal system goes in two directions. The first is related to the reform of direct taxes, and the second direction involves the reform of indirect taxes. It is necessary to realize the basic conditions which are reflected in the tax administration reform. Effective tax administration contributes to the effective implementation of tax legislation, inform taxpayers about the reasons for paying taxes, offer professional assistance to anyone who wants to pay taxes, lowering administrative costs.

Key Words: Reform, fiscal system, direct taxes, indirect taxes, tax administration

1. UVOD

Izuzetno složena struktura fiskalnog sistema Bosne i Hercegovine je uslovljena njenim državnim uređenjem. Dejtonskim mirovnim sporazumom dato je pravo entitetima da samostalno utvrđuju fiskalnu politiku shodno svojim entitetskim potrebama i to je bio prvi korak reformi fiskalnog sistema Bosne i Hercegovine (BiH). Značajna fiskalna autonomija pripada Republici Srpskoj, Federaciji Bosne i Hercegovine i Distriktu Brčko, tako da Bosna i Hercegovina ima ograničena ovlašćenja dodijeljena od strane entiteta.

Tri odvojene i skoro sasvim samostalne poreske jedinice: Federacija Bosne i Hercegovine, Republika Srpska i Distrikt Brčko, osnovni su razlog decentralizacije poreskih ovlašćenja. Svaki od ovih entiteta vodi samostalnu poresku politiku. Republika Srpska ima centralizovanu fiskalnu politiku koja podrazumijeva izuzetno nizak nivo prenošenja ovlašćenja na opštine. Vlada Republike Srpske reguliše sve zakone koji se odnose na prikupljanje javnih prihoda, zakone o porezima, samostalno uređuje pitanja vezana za osnovu oporezivanja, poresku stopu, poreska izuzeća i slično. Međutim, fiskalna politika Federacije Bosne i Hercegovine je visoko decentralizovana i sastoji se od 10 kantona i 79 opština. Karakteristično je da ova decentralizovanost rezultira izuzetno siromašnom saradnjom različitih subjekata fiskalnih vlasti na horizontalnom i vertikalnom nivou. Svaki kanton ima određene poreske slobode u vođenju poreske politike i time ne postoji jedinstvena centralizovana politika. Pored ovih komplikacija, kada je u pitanju prikupljanje javnih prihoda, javljaju se i problemi raspodjele, odnosno pokrivanja javnih rashoda. Porezi koji su dodijeljeni vladi Federacije odnose se na porez na dobit velikih korporacija, carine i akcize, a svi ostali porezi dodijeljeni su kantonima i opštinama. Kantonalni

budžeti imaju obavezu pokrivanja izvršnih, zakonodavnih i sudskih javnih rashoda, obrazovanja, zdravstva i socijalne zaštite

Nerijetko se dešava da Republika Srpska i Federacija Bosne i Hercegovine imaju neusaglašene poreske propise koji vode dvostrukom oporezivanju. Na primjer, kod donedavnog poreza na promet usluga, u Federaciji Bosne i Hercegovine on se plaća prema sjedištu obveznika, odnosno njegove poslovne jedinice u Republici Srpskoj i u Distriktu prema mjestu izvršene usluge. Tako pravno ili fizičko lice sa sjedištem na području Federacije mora, kad izvrši uslugu na području Republike Srpske ili Distrikta, platiti porez na promet usluga i u Federaciji i u Republici Srpskoj, odnosno Distriktu, dakle duplo⁸⁶.

Međutim, disbalans između javnih prihoda i javnih rashoda neminovno je vodio daljim promjenama. Osnovni problem bio je u velikom učešću posrednih poreza i nedovoljnom učešću neposrednih, odnosno direktnih poreza. Novu fiskalnu dimenziju donio je Zakon o poreskoj upravi iz 2001. godine koji je obezbijedio smanjenje poreskog opterećenja (koje je trenutno jedno od najnižih u regionu).

U cilju unapređenja, odnosno vođenja fiskalne politike u BiH, a na osnovu inicijative Međunarodne zajednice u maju 2005. godine uspostavljeno je Fiskalno vijeće BiH. Vijeće je sastavljeno od članova i posmatrača (sa i bez prava glasa). Članovi Vijeća koji imaju pravo glasa su:

- Predsjedavajući Vijeća ministara;
- Premijer Federacije BiH;
- Premijer Republike Srpske;
- Ministar finansija i trezora BiH;
- Ministar finansija Federacije BiH;
- Ministar finansija Republike Srpske.

Posmatrači koji imaju pravo učestvovanja u diskusijama, ali bez prava glasa, jesu gradonačelnik Brčko distrikta i guverner Centralne banke BiH. Sporazumom je Fiskalnom vijeću data vlast da određuje najvažnija pitanja vezana za fiskalnu politiku, kao što su: raspoređivanje deficita na različite nivoe vlasti, odobravanje projekcija prihoda, formiranje jedinice za ekspertno savjetovanje, definisanje nivoa unutrašnjeg i međunarodnog zaduživanja, saradnja sa međunarodnim finansijskim institucijama i sl.

Dalje reforme dovele su do uvođenja poreza na dodatu vrijednost, čijim uvođenjem se poreski sistem Bosne i Hercegovine približio politici Evropske unije. Reforma sistema za indirektno oporezivanje u BiH dočekana je kao reforma od ključnog značaja za izgradnju države. Unifikacija sistema za ubiranje indirektnih prihoda u BiH (PDV, porezi i carine) dovela je do efikasnijeg sistema oporezivanja koji osigurava državi izvor sredstava prvi put od Dejtona. Međutim, uprkos ovom važnom napretku, državnom

⁸⁶ Alibašić H., Hasanović F., Fiskalni sistem u Bosni i Hercegovini i njegova reforma, Lukavac 2008., strana 90.

nivou BiH još uvijek nedostaju osnovna fiskalna ovlaštenja centralne vlasti.

Država BiH je odgovorna samo za one dijelove fiskalne politike koji se odnose na mehanizme ubiranja i raspodjele prihoda od indirektnih poreza.⁸⁷ Nesumnjivo, Evropska unija je bila osnovna smjernica za nastavak promjena u poreskom sistemu. Suština reformi bila je širenje poreskih osnovica i snižavanje poreskih stopa.

Pri uspostavljanju najefikasnije poreske strukture, neizostavno se moraju uzeti u obzir stavovi MMF-a. Zaključci MMF-a o pojedinim vrstama poreza mogu se svesti na sljedeće⁸⁸:

- Kako carinske barijere na izvoz utiču negativno na deviznu zaradu, a uvozne ometaju povećanje efikasnosti, treba ih, kada god je to moguće, zamjenjivati drugim poreskim oblicima.
- MMF preporučuje, a često i pomaže uvođenje poreza na dodatu vrijednost. Fond favorizuje porez na dodatu vrijednost sa jednom stopom, primjenjen na što je moguće širu poresku osnovicu, uključujući uvoz, isključujući izvoz.
- Porezi na dohodak zavise od ekonomske razvijenosti zemlje. Što je zemlja veća i njihov značaj je veći. MMF ne preporučuje najvišu graničnu stopu višu od 40%, dok se najviše stope trebaju primjenjivati na desetostruki dohodak po stanovniku. Fond preporučuje što manji broj stopa (ne više od pet), primjenu oporezivanja po odbitku, ukidanje većina odbitaka, paušalno oporezivanje tamo gdje je teško odrediti dohodak.
- Pri oporezivanju preduzeća preporučuje se stopa od 30 do 40%, te napuštanje poreskih podsticaja i odbitaka

Refoma fiskalnog sistema Bosne i Hercegovine ide u pravcu prilagođavanja Evropskoj uniji i prilagođava se stavovima MMF-a i Svjetske banke. Važno je uočiti da se reforma fiskalnog sistema odvija u dva smjera. Prvi se odnosi na reformu direktnih poreza, a drugi smjer obuhvata reformu indirektnih poreza.

2. REFORMA DIREKTNIH POREZA

Reforme direktnih poreza odnose se na sljedeće: porez na dohodak, porez na dobit preduzeća i oporezivanje imovine.

Porez na dohodak predstavlja neposredni oblik poreza koji se ubire iz dohotka građana. Teorija razlikuje tri sistema oporezivanja dohotka: globalni (prema kome

⁸⁷ Strukture upravljanja državom u BiH, Vanjskopolitička inicijativa BiH, Sida, Bemust Sarajevo, strana 63.

⁸⁸ Hrustić H., Privrede u tranziciji i stavovi MMF-a i Svjetske banke, Ekonomska politika 2392/98, Beograd, strana 36.

se oporezuju ukupni prihodi jednim porezom), cedularni (prema kome se svaki prihod oporezuje posebnim porezom) i mješoviti (predstavlja kombinaciju prethodna dva sistema). U našoj zemlji prvobitno je bio zastupljen mješoviti, dok je sada aktuelan cedularni sistem oporezivanja. Suština ovog modela je da su prihodi podijeljeni u pet kategorija i da je svaka kategorija oporezovana posebnim porezom (oporezivanje u trenutku nastanka prihoda). Na kraju fiskalne godine se sabira ukupan godišnji prihod i akontativno plaća godišnji porez na dohodak građana. Obveznik ovog godišnjeg poreza je rezident koji ima dohodak veći od 4 prosječne godišnje neto plate u godini u kojoj se utvrđuje porez. Stopa poreza reformom iz 2002. godine je 10% na iznos neto plate. Od prvog januara 2007. godine nova reforma uvodi progresivnu poresku stopu na sljedeći način: 0% za godišnji dohodak manji od 12 najnižih plata, 10% na iznos preko 12 najnižih plata i 15% na iznos iznad 4 prosječne godišnje plate. Zbirna stopa doprinosa na platu iznosila je 42%, a neoporezivi iznos u 2007. godini iznosio je 205 KM, a u 2008. godini 250 KM. Ovakav sistem oporezivanja bio je aktuelan do kraja 2008. godine kada se prešlo na obračun dohotka po bruto principu i oporezivanje po jedinstvenoj stopi od 8% i neoporezivi iznos od 300 KM. Zbirna stopa doprinosa na bruto platu iznosila je 30,6% i bila je najniža u okruženju. U Federaciji Bosne i Hercegovine poreska stopa je konstantno bila 10% i neoporezovani iznos 300 KM. Od 1.1.2009. godine ukida se progresivno oporezivanje, a od 1.8.2010. godine neoporezivi dio dohotka je smanjen na 250 KM da bi 1.2.2011. godine bio potpuno ukinut.

Tabela 1.: Prikaz stopa poreza i doprinosa u BiH i zemljama u okruženju u 2011. godini

	RS	FBiH	Srbija	Hrvatska	Crna Gora
Stopa poreza na dohodak	10%	10%	12%	15%-45%	10%
Neoporezivi dio dohotka u KM	0 KM	300 KM	110 KM	488 KM	0 KM
Zbirna stopa doprinosa na bruto platu	33,0%	41,5%	35,8%	37,2%	30,0%

Porez na dobit predstavlja bitan dio ukupnih direktnih poreza i predstavlja oporezivu dobit poreskih obveznika. Najkompleksniji problem prilikom ubiranja ovog poreza jeste izračunavanje dobiti. Postoji niz računovodstvenih metoda obračuna troškova, materijala i zaliha, različiti tretmani tuđeg kapitala, metode obračuna amortizacije koje omogućavaju manipulaciju sa iznosom dobiti preduzeća i izračunavanje iznosa poreza na dobit.

Dana 1.1.2002. godine utvrđen je procenat poreza na dobit od 10% i definisano da u poresku osnovicu ne ulaze dividende i učešća u dobiti, prihodi u obliku kamate od hartija od vrijednosti koje izda BiH, Republika Srpska, Federacija Bosne i Hercegovine, Brčko Distrikt i prihod od kamata na depozite u banci. Od 2007. godine uvedeno je pravilo da nerezidenti plaćaju porez po odbitku od 10% i taj iznos poreza će biti priznat kao poreski kredit stranom licu u njegovoj zemlji. Iste godine je donijeta odluka da se umanju osnovica za obračun poreza ukoliko proizvodno preduzeće ulaže u nabavku opreme i mašina, s tim da se ova povlastica koristila do kraja 2008. godine. Reformom je takođe omogućeno malim preduzetnicima da plaćaju porez na dobit po stopi od 2% na ukupan godišnji iznos prihoda. Cilj neplaćanja poreza na hartije od vrijednosti bio je razvoj tržišta kapitala, dok je umanjenje osnovice po osnovu nabavke opreme i mašina imalo interes u razvoju privrede, odnosno podsticanju proizvodnje.

Porez na imovinu plaća se na površinu nepokretnosti, i to u apsolutnom iznosu po metru kvadratnom ili po prodajnom mjestu, tako da ne omogućava vođenje ozbiljnije politike u ovoj oblasti. Do sada nema značajno učešće u poreskim prihodima, a to je djelimično i zbog činjenice da je nivo obuhvatnosti nepokretnosti porezom izuzetno nizak, a samim tim i nivo naplate. Od 1.1.2012. godine na snagu je stupio novi Zakon o porezu na nepokretnost prema kome je osnovica za porez tržišna vrijednost nepokretnosti, a poreska stopa ne može biti manja od 0,05% od procjenjene vrijednosti nepokretnosti niti veća od 0,50%. Suština ovog zakona je da se oporezuje samo višak imovine, dok je prethodni zakon oporezivao ukupnu imovinu. Nosilac stanarskog prava oslobođen je od plaćanja poreza za 50 kvadratnih metara i za svakog člana domaćinstva po 10 kvadrata stambenog prostora. To znači da četvoročlana, petočlana i druge višečlane porodice neće plaćati poreze na stan ili kuću koji po kvadraturi odgovaraju standardima stanovanja (npr 74m² - 50m² (neoporezivo) = 24m²; od toga se oduzima 2 x 10m² za dva člana domaćinstva, pa je oporeziva površina 4m²).

3. REFORMA INDIREKTNIH POREZA

Vijeće za implementaciju mira je 2000. godine, u Deklaraciji donijetoj u Briselu iznijelo svoj zahtjev za stvaranje jedinstvenog ekonomskog tržišta na prostoru Bosne i Hercegovine, u cilju unapređenja privrednog rasta. Realizacija navedenog zahtjeva je podrazumijevala, između ostalog, sveobuhvatnu reformu poreskog sistema. Prema Odluci postavljena su dva cilja fiskalne reforme⁸⁹:

- Ujedinjenje carinskog sistema kako bi se zaustavilo dupliranje poslova i prevare;

⁸⁹ Odjeljenje za markoekonomsku analizu, Bilten broj 58, strana 2

- Uvođenje PDV-a na državnom nivou da bi sistem oporezivanja postao efikasniji i da bi se stvorili uslovi za poresko rasterećenje obveznika.

Odlukom Visokog predstavnika formirana je Komisija Bosne i Hercegovine za indirektnu poresku politiku⁹⁰. Komisija je bila odgovorna za izradu nacrtu potrebnih zakona ili dopuna postojećih, koji su se odnosili na spajanje carinskih administracija, uvođenje PDV-a, izradu formule za raspodjelu prihoda i uspostavljanje Uprave za indirektno oporezivanje. Komisija se sastojala od sedam članova, među kojima su ministri finansija BiH i entiteta, tri stručnjaka iz oblasti indirektnog oporezivanja i jedan člana imenovan od strane Visokog predstavnika.

Reforma u oblasti indirektnog oporezivanja okončana je uvođenjem PDV-a, ali se zbog svoje složenosti uvodila postepeno u periodu od 2003-2006. godine. Prije uvođenja PDV-a bilo je neophodno izvršiti cjelovitu reformu poreskog sistema koja je uključila⁹¹:

- Politički aspekt: prenos ustavnih nadležnosti za politiku indirektnih poreza sa entiteta na državu;
- Upravljačko-operativni aspekt: spajanje carinskih administracija i uspostavu sistema indirektnog oporezivanja na nivou države, kojeg čine Uprava za indirektno oporezivanje UIO (operativni nivo) i Upravni odbor UIO (upravljački nivo);
- Fiskalni aspekt: uspostavu nove fiskalne arhitekture, sistema prikupljanja indirektnih poreza (jedinstveni račun UIO) i odlučivanja o formi za njihovu raspodjelu na centralne vlade (BiH, entiteti i Brčko Distrikt).

Krajem 2003. godine na nivou Bosne i Hercegovine donesen je Zakon o sistemu indirektnog oporezivanja kojim je Uprava za indirektno oporezivanje, kao nezavisna institucija na nivou BiH, preuzela odgovornost za vođenje politike indirektnih poreza (akciza, carina i PDV-a). Ovim zakonom uspostavlja se institucionalna i organizaciona osnova za jedinstveni sistem indirektnog oporezivanja u Bosni i Hercegovini, koja će podržati sveukupnu makroekonomsku stabilnost i fiskalnu održivost Bosne i Hercegovine, Federacije Bosne i Hercegovine, Republike Srpske i Brčko Distrikta. U smislu ovog zakona, pojam “*indirektni porez*” odnosi se na uvozne i izvozne dažbine, akcize, porez na dodatu vrijednost i sve druge poreze zaračunate na robu i usluge, uključujući i poreze na promet i putarine. Ovim zakonom omogućava se razvoj i provođenje politike indirektnog oporezivanja u Bosni i Hercegovini, kao i efikasna naplata i raspodjela indirektnih poreza, uređuje se jedinstveno provođenje indirektnih poreza na cijeloj teritoriji Bosne i Hercegovine, uspostavlja se sistem naplate prihoda po osnovu indirektnog poreza,

kao i raspodjela prihoda na osnovu indirektnih poreza prema budžetima Bosne i Hercegovine, Federacije Bosne i Hercegovine, Republike Srpske i Brčko Distrikta na transparentan način.

Ovaj zakon uređuje Upravu za indirektno oporezivanje kao samostalnu upravnu organizaciju u skladu sa Zakonom o ministarstvima i drugim organima uprave Bosne i Hercegovine ("Službeni glasnik BiH", broj 5/03) i Zakonom o upravi Bosne i Hercegovine ("Službeni glasnik BiH", broj 32/02) koja provodi zakonske i druge propise o indirektnom oporezivanju i politiku koju utvrđuje Vijeće ministara na prijedlog Upravnog odbora.

Zakonom o indirektnom oporezivanju, kako je ranije navedeno, obuhvaćene su: carine, akcize, putarina, PDV i svi drugi porezi obračunati na robu i usluge.

Carine su regulisane Zakonom o carinskoj politici Bosne i Hercegovine⁹² koji reguliše osnovne elemente sistema za carinsku zaštitu privrede Bosne i Hercegovine, prava i obaveze svih subjekata u carinskim postupcima, reguliše carinsko područje, carinsku liniju, carinski granični pojas, carinski nadzor, postupak carinjenja robe i drugih instituta koji reguliše sistem carinske zaštite. Carinski propisi primjenjuju se jedinstveno na carinskom području Bosne i Hercegovine.

Akcize su regulisane Zakonom o akcizama⁹³ u kome je navedeno da je predmet oporezivanja promet akciznih proizvoda koji su proizvedeni u Bosni i Hercegovini kada proizvođač prvi put njima prometuje ili uvoz akciznih proizvoda u Bosnu i Hercegovinu. Članom 4. ovog Zakona akciznim proizvodima se smatraju: naftni derivati, duvanske preradevine, bezalkoholna pića, alkohol, alkoholna pića i voćna rakija, pivo i vino, kafa. Poreski obveznik je pravno ili fizičko lice koje ove proizvode proizvodi ili uvozi. Osnovica akcize određena je količinom (za akcizne proizvode za koje se akciza plaća po mjernoj jedinici) i maloprodajnom cijenom i količinom po mjernoj jedinici za duvanske preradevine, po litru derivata (akciza na naftne derivate), po kilogramu neto težine (akciza na kafu) i po litru apsolutnog alkohola (za alkoholna pića). Novi Zakon o akcizama u Bosni i Hercegovini, čiju primjenu vrši Uprava za indirektno oporezivanje, usklađuje oporezivanje duvanskih preradevina u Bosni i Hercegovini sa oporezivanjem istih u Evropskoj uniji.

Putarina, kao vrsta indirektnog poreza, plaća se na naftne derivate i to u iznosu od 0,15 KM po jednom litru proizvoda za puteve i 0,10 KM za izgradnju autoputeva. Putarina se ne plaća na dizel-gorivo koje se koristi za potrebe rudnika, termoelektrana, željeznica i sl. Kontrolu, obračun, naplatu, oslobađanje, povrat, prinudnu naplatu putarine i ostalo što se odnosi na putarinu vrši Uprava za indirektno oporezivanje. Od 1.7.2009. godine ovaj organ, u skladu sa novim Zakonom o akcizama, prikuplja i posebnu putarinu za izgradnju modernih autoputeva u

⁹⁰ Službeni glasnik BiH broj 44/03

⁹¹ Odjeljenje za markoekonomsku analizu, Bilten broj 58, strana 2

⁹² Službeni glasnik BiH 57/04

⁹³ Ibidem, 62/04, 48/05

Bosni i Hercegovini⁹⁴. U 15 mjeseci primjene navedenog zakona po osnovu posebne putarine prikupljeno je 157 miliona KM, 10% od ovog iznosa izdvojeno je za rezerve, a ostatak je raspoređen na sljedeći način⁹⁵:

- Federacija Bosne i Hercegovine – 83,4 miliona KM;
- Republika Srpska – 51,1 milion KM;
- Distrikt Brčko – 2,8 miliona KM.

4. UVOĐENJE POREZA NA DODATU VRIJEDNOST

Usvajanjem Zakona o sistemu indirektnog oporezivanja 29.12.2003. godine, Parlament Bosne i Hercegovine stvorio je pravni osnov za uspostavljanje Uprave za indirektno oporezivanje. Tokom 2004. godine izvršeno je spajanje bivših carinskih uprava entiteta i Distrikta Brčko. Uporedo s procesom reorganizacije carinske službe, osnovan je Sektor za poreze, prvi put na državnom nivou, koji je imao zadatak da razvije i provede jedinstveni sistem poreza na dodatu vrijednost.

„2004. godinu obilježilo je spajanje carinskih administracija i prenos vlasti, a Uprava je kao jedinstvena cjelina počela funkcionisati na cijeloj teritoriji BiH od 01.01.2005. godine. Samo godinu i po kasnije, Uprava za indirektno oporezivanje je počela s registracijom PDV obveznika, što je predstavljalo završnu fazu priprema za uvođenje PDV-a. U najkraćem mogućem roku je izvršila vrlo uspješno uvođenje novog poreskog sistema, što je od strane relevantnih međunarodnih institucija ocjenjeno kao jedan od ključnih koraka za uspostavljanje jedinstvenog ekonomskog prostora, smanjenje sive ekonomije, podsticanje stranih ulaganja i smanjenje spoljnotrgovinskog deficita“⁹⁶.

Uprava za indirektno oporezivanje je samostalna upravna organizacija koja za svoj rad, putem Upravnog odbora, odgovara Vijeću ministara BiH. Organizovana je u četiri regionalna centra: Banja Luka, Mostar, Tuzla i Sarajevo, sa centralnim uredom u Banjoj Luci i sa preko 60 carinskih terminala. Upravni odbor Uprave za indirektno oporezivanje ima 6 članova koji učestvuju u radu (Ministar finansija i trezora Bosne i Hercegovine, Ministar finansija Republike Srpske, Ministar finansija Federacije Bosne i Hercegovine i tri stručnjaka za indirektno oporezivanje) i tri posmatrača koji nemaju pravo glasa (gradonačelnik Brčko Distrikta, predstavnik Uprave za indirektno oporezivanje i predstavnik Centralne banke).

Upravni odbor snosi odgovornost za odobravanje bužeta i pravilnika za unutrašnje funkcionisanje, kontrolu rada i nadležnosti Uprave za indirektno oporezivanje. Pored ove, operativne kontrole, Upravni odbor utvrđuje prijedloge politika indirektnog

oporezivanja koje razmatra Vijeće ministara i snosi odgovornost za rješavanje sporova oko raspodjele prihoda od indirektnog oporezivanja.

Od prvog januara 2005. godine svi prihodi koje ubire Uprava za indirektno oporezivanje „slivaju“ se na Jedinstveni račun otvoren u Centralnoj banci Bosne i Hercegovine. Novac prikupljaju ovlašćene komercijalne banke i prosljeđuju ga Centralnoj banci. Članom 1 Zakona o uplatama na jedinstveni račun i raspodjeli prihoda reguliše se način uplate indirektnih poreza, ostalih prihoda i taksi za koje je odgovorna Uprava za indirektno oporezivanje; pravila za vođenje jedinstvenog računa za prikupljanje indirektnih poreza, ostalih prihoda i taksi; doznaku i raspodjelu prikupljenog prihoda Bosni i Hercegovini, Republici Srpskoj, Federaciji BiH i Brčko Distriktu; knjigovodstvene evidencije za jedinstveni račun, informisanje u pogledu prikupljanja, doznačavanja i raspodjele prikupljenog prihoda i godišnja nezavisna eksterna revizija o prikupljanju i raspodjeli prikupljenih prihoda.

Pod pojmom "indirektni porezi" podrazumijevaju se uvozne i izvozne dažbine, akcize, porez na dodatu vrijednost i svi drugi porezi zaračunati na robu i usluge, uključujući i poreze na promet i putarine.

Način raspodjele sa Jedinstvenog računa definisan je Zakonom i temelji se na sljedećim načelima:

- Od ukupnog iznosa za raspodjelu oduzima se dio za finansiranje minimalne rezerve (koja omogućava Upravi da podmiri sve obaveze vezano za prihode koje ona prikuplja) i dio za alimentiranje državnog proračuna;
- Preostali dio se dijeli između entiteta i Brčko Distrikta na osnovu njihovih udjela u krajnjoj potrošnji. Udjeli u krajnjoj potrošnji se izračunavaju na osnovu podataka o prikupljenom porezu;
- Iznosi za finansiranje spoljnog duga se oduzimaju od entitetskih udjela.

Upravni odbor Uprave za indirektno oporezivanje određuje koeficijente za raspodjelu ovako prikupljenih sredstava, odnosno prihoda. Koeficijent se utvrđuje kao odnos suma krajnje potrošnje prikazane u prijavama poreza na dodatu vrijednost za robu i usluge na teritoriji datog korisnika prihoda i suma krajnje potrošnje prikazane u prijavama poreza na dodatu vrijednost na teritoriji Bosne i Hercegovine, koje su unesene u evidenciju Uprave za isti period⁹⁷. Koeficijenti raspodjele za entitete i Brčko Distrikt se izračunavaju svakog mjeseca. Osnovni podaci koji se koriste su stvarna gotovinska prispijeća prihoda od poreza na promet na robu i usluge, uključujući i porez za željeznice. Neobrađeni podaci neće uključivati reprogramirane obaveze. Krajnja potrošnja u svakom od entiteta i Brčko Distriktu se računa primjenom odgovarajućih poreskih stopa na stvarna poreska prispijeća. Koeficijent raspodjele za svaki od entiteta i

⁹⁴ Ibidem, 49/09

⁹⁵ www.uino.gov.ba

⁹⁶ www.uino.gov.ba

⁹⁷ Pravilnik o prikupljanju, sravnjenju, raspodjeli prihoda i izvještavanju, dostupno na www.unio.gov.ba

Brčko Distrikt je rezultat nastao tako što se njihova krajnja potrošnja za dvanaestomjesečni period dijeli sa zbirom krajnje potrošnje na teritoriji BiH za isti dvanaestomjesečni period⁹⁸.

Brčko Distrikt ima fiksni koeficijent (3,55%), na Federaciju Bosne i Hercegovine raspoređuje se između 64,58% (2007. godine) i 63,07% (januar-mart 2012. godine) i Republika Srpska dobija od 31,87% (2007. godine) do 33,38% (januar-mart 2012. godine). Uspostavljanjem Uprave za indirektno oporezivanje prenesena je nadležnost naplate indirektnih poreza sa entiteta na nivo države. Ovaj postupak odvijao se u dvije faze:

- Prva faza bila je prenošenje naplate carina, trošarina, poreza na promet na trošarske proizvode i putarine iz cijene naftnih derivata na Upravu za indirektno oporezivanje;
- Druga faza je uvođenje poreza na dodatu vrijednost i time preuzimanje nadležnosti za naplatu svih indirektnih poreza.

Preuzimanjem naplate indirektnih poreza na nivo države, na nivou entiteta i Distrikta ostala je nadležnost za naplatu zaostalog poreza na promet na ostale proizvode i usluge (po prijavama poreza na promet iz posljednje sedmice decembra 2005. godine i konačnim prijavama poreza na promet 2005. godine), kao i po okončanju procedura prisilne naplate.

5. ODNOS DIREKTNIH I INDIREKTNIH TROŠKOVA

Zbog jednostavnije analize, primjeri direktnih poreza su: porez na imovinu i porez na dohodak. Primjeri indirektnih su: PDV, akcize i carine. Tradicionalno razmišljanje je da su građani daleko više svjesni promjena direktnih, nego indirektnih poreza. Upravo je ovo razlog češće promjene indirektnih poreza u odnosu na direktne poreze.

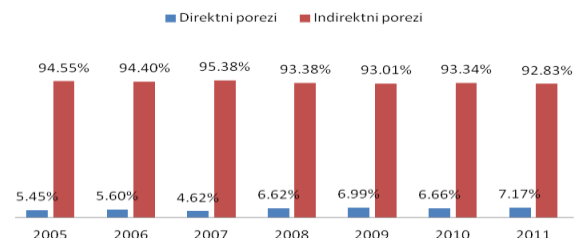


Slika 1.: Prihodi od direktnih i indirektnih poreza u ukupnim poreskim prihodima u milionima KM⁹⁹

Procentualni odnos ovih prihoda predstavljen je na sljedeći način:

⁹⁸ Odluka o načinu izračunavanja koeficijenta raspodjele, dostupno na www.unio.gov.ba

⁹⁹ Dostupno na www.oma.ba



Slika 2.: Procentualni odnos direktnih i indirektnih poreza u ukupnim poreskim prihodima

Odnos direktnih i indirektnih troškova (prikazan na sl.1 i sl.2) karakterističan je za nerazvijene zemlje i zemlje u razvoju. Izuzetno veće učešće indirektnih poreza pokazuje da se veći dio ukupnih poreskih prihoda ostvaruje velikom potrošnjom građana. Indirektni porezi padaju na teret stanovništva, jer su to uglavnom porezi na potrošnju. Sa druge strane, direktni porezi (porez na dohodak i porez na profit) se odnose na povećanje privredne aktivnosti. Prema tome, veće učešće ovih prihoda je karakteristično za razvijene zemlje. U slučaju naše zemlje, privreda je nerazvijena i poreski prihodi uglavnom padaju na teret stanovništva.

6. ZAKLJUČAK

Reforma fiskalnog sistema treba da doprinese usklađivanju postojećih poreskih propisa sa fiskalnim sistemima zemalja u okruženju kako bi se omogućila međunarodna saradnja. Imajući u vidu harmonizaciju poreskih propisa, cilj reforme je i doprinos ekonomskoj i socijalnoj pravičnosti, smanjenju poreske evazije, smanjenju fiskalnog opterećenja, ali i efikasna alokacija prikupljenih javnih prihoda. U Bosni i Hercegovini reforme su uglavnom pratile stavove i smjernice MMF-a, Svjetske banke i Evropske unije. Kao rezultat toga, evidentan je izuzetan značaj indirektnih poreza u ukupnim poreskim prihodima, odnosno smanjeno učešće direktnih poreza. Najznačajniji izvor javnih prihoda jeste prihod od poreza na dodatu vrijednost, dok prihodi od poreza na dohodak građana i poreza na dobit preduzeća nemaju dovoljno veliki obim. Na to su uticali brojni faktori od kojih su najznačajniji: visoka stopa nezaposlenosti, neprofitabilno poslovanje preduzeća, nizak životni standard i slično.

LITERATURA

- [1] Alibašić H., Hasanović F., Fiskalni sistem u Bosni i Hercegovini i njegova reforma, Lukavac, 2008.
- [2] Hrustić H., Privrede u tranziciji i stavovi MMF-a i Svjetske banke, Ekonomska politika 2392/98, Beograd
- [3] Odjeljenje za makroekonomsku analizu, Bilten broj 58, maj 2010.
- [4] Odluka o načinu izračunavanja koeficijenta raspodjele (dostupno na www.unio.gov.ba)
- [5] Pravilnik o prikupljanju, sravnjenju, raspodjeli prihoda i izvještavanju (dostupno na www.unio.gov.ba)
- [6] Službeni glasnik BiH (44/03, 57/04, 62/04, 48/05, 49/09)
- [7] Strukture upravljanja državom u BiH, Vanjskopolitička inicijativa BiH, Sida, Bemust Sarajevo
- [8] www.unio.gov.ba

MATERIJALNI I NEMATERIJALNI EFEKTI LOŠE ADMINISTRACIJE S POSEBNIM OSVRTOM NA POSLOVANJE PREDUZEĆA

MATERIAL AND IMMATERIAL EFFECTS OF IMPROPER ADMINISTERING AFFECTING BUSINESS OPERATIONS

Prof. dr Zoran Lukić, Ekonomski fakultet Banja Luka Univerziteta u Banjoj Luci

Mr Predrag Đurić, Agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća grada Doboj

Rezime: Osnovna karakteristika savremenog poslovnog ambijenta u svijetu, a i kod nas je veliki uticaj ekonomske krize na ukupne privredne tokove. Ukoliko tome pridodamo nefleksibilan administrativni ali isto tako i regulatorni okvir, te neadekvatnu ekonomsku politiku, uvidamo potencijalne razloge za sporiji privredni oporavak naše nacionalne ekonomije. Preduzeća se suočavaju sa otežanim poslovnim okruženjem, čemu u najvećoj mjeri doprinose komplikovane, dugotrajne i skupe administrativne procedure. Polazeći od pomenutih okolnosti, istraživanje u okviru ovog rada zasniva se na pronalaženju odgovarajućih rješenja u sferi organizacije i planiranja u preduzećima. Definisanjem adekvatnog modela organizacione strukture u preduzećima, kojim se utiče na nesmetano poslovanje istih, poseban je doprinos ovog rada ekonomskoj i stručnoj javnosti, uz prijedlog mjera za nova istraživanja.

Ključne riječi: menadžment, organizaciona struktura, administrativne procedure, regulatorni okvir, poslovno okruženje.

Abstract: The feature characterizing a modern business environment in the world as well as in our country is a great impact of economic crisis on global economic trends. If we add to that an unflexible administrative and a regulatory framework as well as inadequate economic policy, we spot potential reasons for less rapid economic recovery of our national economy. Enterprises face with negative business environment contributed by complicated, long-lasting and expensive administrative procedures. Starting from the aforementioned circumstances, research within this paper is based on search for adequate solutions in the sphere of organization and planning in enterprises. Defining an adequate model of organizational structure in enterprises that has an impact on the manner of functioning as well as

performance of enterprises, represent a pragmatic contribution of this paper with recommendations for further researches.

Keywords: management, organizational structure, administrative procedures, regulatory framework, business environment.

1. UVOD

Preduzeća se suočavaju sa otežanim poslovanjem, čemu u najvećoj mjeri doprinosi dugotrajne, komplikovane i skupe administrativne procedure, te neadekvatan regulatorni okvir. Osnovne karakteristike poslovnog ambijenta u našoj zemlji karakteriše prevelik uticaj birokratizma i formalizma, te nedosljednosti i neažurnosti u provođenju zakonskih akata i „predviđenih“ procedura, što u velikoj mjeri otežava kretanje robe na regionalnom tržištu, te umanjuju ukupnu konkurentnost nacionalne privrede. Postojanje administrativnih pravila i zakonske regulative, neophodni su preduslovi za privredni rast, i socijalno blagostanje svake zemlje pojedinačno gledano. Činjenica je da većina javnih administracija u svijetu ima problem prevelike birokratije i „uspavanosti“ poslovnog sistema. Trendovi koji su prisutni u Evropskoj uniji i zemljama u okruženju odnose se na slobodno kretanje kapitala, robe, usluga i ljudi, tako da se javna administracija nameće kao jedan od ključnih stubova konkurentnosti države u ekonomskom smislu. Ovaj rad ima za potrebu da ustanovi koliko zaista „troma“ administracija doprinosi onespobljavanju preduzeća u cilju efikasnog poslovanja i prosperiteta da prostoru Republike Srpske.

Glavna hitopeza, od koje polazimo u ovom istraživanju, glasi: *Realizacijom aktivnosti usmjerenih na smanjenje uticaja materijalnih i nematerijalnih efekata loše administracije pozitivno se utiče na poslovanje preduzeća.*

Aktivnosti upravljačkih struktura u preduzeću trebaju biti usmjerene na što bolje tržišno pozicioniranje, a kao primjer možemo navesti segment upravljačkih odluka koje se odnose na dizajniranje organizacione strukture.

2. PREDUZEĆE KAO POSLOVNI SISTEM

Preduzeće kao poslovni sistem treba da bude registrovan kod nadležnih institucija, kako bi mogao da obavlja svoje poslovanje u zakonskim okvirima. Prema preporukama Evropske komisije¹⁰⁰ pod preduzećem se podrazumijeva: „Bilo koji subjekat koji je angažovan u ekonomskim aktivnostima bez obzira na njegov pravni oblik, uključujući i subjekte angažovane u zanatskoj i drugim aktivnostima koji su

¹⁰⁰ Official Journal of the European Union, L 124/03, Commission Recommendation 2003/361/EC

na individualnoj ili porodičnoj osnovi, kao i partnerstva ili udruženja redovno angažovana u ekonomskim aktivnostima“.

Preduzeće se definiše i kao složeni sistem, a što se ogleda kroz njegovu strukturu, budući da sadrži veliki broj raznovrsnih podsistema, a ti podsystemi se sastoje iz drugih podsistema. Preduzeće je takođe i otvoren sistem, jer funkcioniše kao otvoren sistem, budući da je uzajamno povezan sa svojim okruženjem i njegovo poslovanje uveliko zavisi od eksterne sredine. Preduzeće se takođe definiše i kao dinamičan sistem, koji funkcioniše kao organizacioni sistem i neophodno je da ima potpunu strukturu sa diferenciranim poslovnim funkcijama. Prilikom definisanja veličine preduzeća, pored broja zaposlenih kao jednog od kvantitativnih pokazatelja, obično se posmatara zbir bilansa aktive preduzeća, te ukupan prihod na godišnjem nivou. U nekim zemljama se kao dopuna klasifikaciji koriste i kvalitativni pokazatelji kao što su: oblik vlasništva, organizaciona struktura, kvalifikaciona struktura zaposlenih, elastičnost proizvodnog programa. U okviru istraživačkog dijela ovog rada, preduzeće ćemo posmatrati kao poslovni sistem u području menadžmenta i teorijske ekonomije.

3. ORGANIZACIJA KAO INTEGRALNI SISTEM

Organizacija kao integralni sistem, odnosno složena tvorevina sa više različitih značenja i obilježja, može se posmatrati sa aspekta organizacije kao cjeline ili organizacije kao procesa. Osnovne karakteristike organizacije kao cjeline, se ogledaju u tome da su sastavljene od ljudi, imaju različit zadatak, odnosno cilj, i svaka od njih ima formalizovanu strukturu koja definiše ponašanje njenih članova. Organizacija kao proces, čini proces strukturisanja ili grupisanja njenih dijelova, a kada je riječ o ovom aspektu ključno je definisati da li je predmet organizovanja rad, ljudi ili sistem. Izbor jednog od pomenutih odgovora definiše bazične postavke procesa organizovanja koje se odnose na prirodu posla i ponašanja ljudi u organizacijama¹⁰¹. Da bi se organizacija kao kategorija mogla shvatiti i na adekvatan način definisati i objasniti, neophodno je prije toga utvrditi njena opšta obilježja, tj. ona koja se susreću kod svih njenih oblika, bez obzira na njihovu vrstu, veličinu, te društvenu pripadnost i koja su u istima zastupljena u odgovarajućoj mjeri. Pod organizacionom strukturom podrazumijeva se problem rada unutar preduzeća, podjelu na pojedine dijelove koji predstavljaju organizacione jedinice u kojima se realizuju određene funkcije i zadaci.

Svrishodnost, predstavlja najvažnije obilježje organizacije kao tvorevine i podrazumijeva njenu usmjerenost prema određenom cilju koji treba da se ostvari. Ostvarenje tog cilja je polazna osnova, jer sve nastaje zbog cilja i sve se podređuje ispunjenju i njegovoj realizaciji. *Udruženost ljudi i njihove*

interakcije, oni su u stanju da putem interakcije utiču jedni na druge i svjesno djeluju u pravcu ostvarenja postavljenih ciljeva. Da bi mogla da nastane i da se kao cjelina održi, organizacija treba da okupi i na odgovarajući način poveže više ljudi, odnosno više pojedinaca. Ovo pravilo važi za sve organizacije bez obzira na njihovu vrstu, veličinu i društvenu pripadnost, s tom razlikom što broj ljudi koji stupaju u njih, kao i način njihovog organizovanja u svima njima, nije isti. *Trajnost* organizacije predstavlja kompaktnu i „pretežno“ dugoročnu tvorevinu. Vrijeme njenog trajanja najčešće nije poznato, odnosno unaprijed određeno, a uglavnom je uslovljeno brojnim elementima kao što su: način gledanja na opstanak, kontinuitet djelovanja, vrstu ciljeva i poslovne filozofije, te stepen izgrađenosti organizacione strukture. *Dinamičnost*, kao karakteristika se ispoljava, odnosno manifestuje u stalnim promjenama u organizaciji do kojih dolazi kako unutar, tako i u okruženju, a slijedom toga dolazi i do prilagođavanja organizacije promjenama. Kao proces, organizacija je stalna, neprekidna, a kao tvorevina ona je fleksibilna i promjenljiva, odnosno evoluirala. *Strukturiranost* je jedna od odlika svake organizacije. U svakoj organizaciji su materijalni i ljudski resursi međusobno povezani, usklađeni i usmjereni u pravcu realizacije postavljenih ciljeva.

Fleksibilnost organizacionih struktura predstavlja značajnu prednost koja dolazi do izražaja prvenstveno u malim i srednjim preduzećima. Ona se ogleda u lakoći sužavanja ili širenja obima funkcija bez „žrtvovanja“ njenih resursa, stručnosti i iskustva. Naime, činjenica je da su *vrhunske* stručnosti skoncentrisane na višim nivoima organizacione piramide, tako da se organizaciona struktura može sužavati putem eliminisanja radnih mjesta sa nižih nivoa piramide, a da se pri tome ne dovodi u pitanje njena efektivnost i efikasnost, ali isto tako i cjelokupnog poslovanje preduzeća. Promjene i poboljšanja u sistemu organizacije doprinose uspješnijem poslovanju preduzeća, a fleksibilnost je značajna karakteristika koja doprinosi bržim promjenama na svim nivoima organizacione strukture. Jedan od problema sa kojim se suočava svaki „projektant“ organizacije preduzeća ogleda se u postizanju ravnoteže između stabilnosti i fleksibilnosti organizacione strukture preduzeća. Stabilnost strukture omogućava specijalizaciju i racionalizaciju poslovanja kao i snižavanje troškova, a fleksibilnost omogućava brzo prilagođavanje organizacije promjenama okruženja. Izbor organizacione strukture preduzeća obično je zadatak najvišeg menadžmenta u preduzeću, koji mora pronaći ravnotežu između te dvije krajnosti. Menadžment ima zadatak da izabere onu strukturu koja će biti najprimjerenija konkretnom preduzeću, a koja će biti zasnovana na strategiji i ciljevima preduzeća. Struktura je kao i organizacija, dinamična kategorija, koja se stalno mijenja, dopunjava i aktuelizuje.

¹⁰¹ Babić, M., Lukić Z.; *Organizacija-teorije, strukture, dizajn i ponašanje*, Ekonomski fakultet, Banja Luka, 2009, Str. 117

4. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI EFEKTI LOŠE ADMINISTRACIJE

Kvalitetni, međusobno usklađeni, logični, lako razumljivi i primjenjivi propisi u svim oblastima su u funkciji privrednog razvoja i efikasnog ostvarivanja prava građana i poslovne zajednice. Postupak identifikacije administrativnih barijera je proces koji treba da sprovodi nadležni republički organ¹⁰². Cilj navedenog procesa je analiza administrativnih opterećenja kojim treba da se utvrdi koliko formalnosti (takse, naknade, dozvole, potrebna dokumentacija i slično) koje izdaju institucije na republičkom nivou, opterećuju privredu. Analiza poslovnih barijera predstavlja obračun troškova podnosioca zahtjeva za svaku pojedinačnu formalnost, iskazane kroz *direktne troškove* (takse i naknade, potrebna dokumentacija, vrijeme neophodno za prikupljanje dokumentacije i slično) i *indirektne troškove* (vrijeme potrebno za prikupljanje dokumentacije koja se prethodno pribavlja kako bi se podnio zahtjev i vrijeme potrebno za odgovor nadležnog organa na podneseni zahtjev), te se na osnovu toga izračunaju potencijalne uštede. Svrha ove analize je presjek stanja o direktnim i indirektnim troškovima svake formalnosti, analiza i identifikovanje „skupih“ formalnosti, kao i procjena ušteda koje bi se mogle ostvariti implementacijom preporuka za odabrane formalnosti u smislu ukidanja ili pojednostavljenja.

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

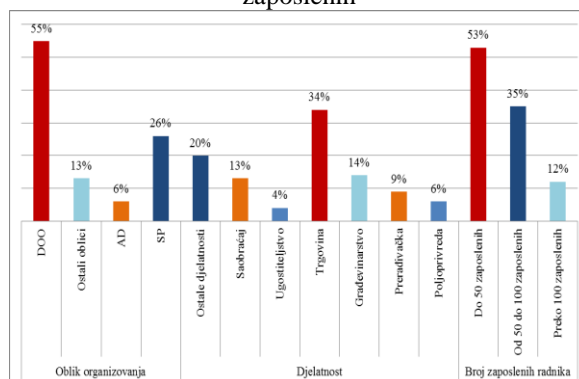
U okviru ovog rada, istraživali smo uticaj materijalnih i nematerijalnih efekata loše administracije na poslovanje preduzeća. Kao mjesto eksperimentalnog istraživanja definisali smo teritoriju Republike Srpske, a kvantitativno istraživanje je sprovedeno metodom slučajnog uzorka. Dostavljeni upitnici su obrađeni primjenom savremenih metoda deskriptivne i kvantitativne statistike.

Distribucija anketiranih preduzeća, posmatrano prema pokazatelju oblika organizovanja je sledeća: 55% društvo sa ograničenom odgovornošću, 26% samostalni preduzetnici, 13% akcionarska društva dok preostalih 6% kategorija ostalo. Ukoliko posmatramo strukturu uzorka prema djelatnostima u okviru kojih preduzeća posluju: 34% je iz oblasti trgovine, 20% „ostale“ djelatnosti, 14% građevinarstvo, 13% saobraćaj i veze, 9% prerađivačka industrije, 6% poljoprivreda i 4% ugostiteljstvo. Distribucija anketiranih preduzeća, posmatrano prema pokazatelju broja zaposlenih radnika je sledeća: 53% zapošljava do 50 radnika, 35% zapošljava od 50 do 100 radnika, 12% anketiranih preduzeća zapošljava preko 100 zaposlenih radnika. Na osnovu prezentovane

¹⁰² Odluka o postupku i kriterijima kontrole i procjene uticaja zakona, drugih propisa i opštih akata na uvođenje novih, izmjenu i ukidanje postojećih formalnosti koje opterećuju privredno poslovanje; Službeni glasnik Republike Srpske, Broj 61/09

distribucije anketiranih subjekata prema pokazatelju oblika organizovanja, djelatnosti, broja zaposlenih radnika i godine osnivanja, može se zaključiti da je struktura uzorka „zadovoljavajuća“ zbog nivoa odstupanja od idealnih vrijednosti, te uslova u okviru kojih je navedeno istraživanje realizovano.

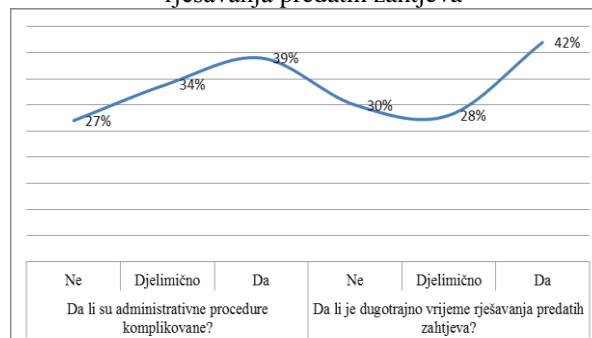
Grafikon 1. Distribucija anketiranih preduzeća u uzorku prema obliku organizovanja, djelatnosti, broju zaposlenih



Izvor: kalkulacija autora

Pitanje na osnovu kojeg se željela pobliže istražiti uloga i značaj administrativnih barijera na poslovanje preduzeća, glasi: *Da li su administrativne procedure gradske/opštinske uprave komplikovane?* Projekcija rezultata istraživanja je sledeća: 39% anketiranih preduzeća je potvrdno odgovorilo na postavljeno pitanje, 34% anketiranih preduzeća je odgovorilo da se djelimično slažu sa navdenom tvrdnjom, dok je 27% anketiranih preduzeća odgovorilo da administrativne procedure gradske, odnosno opštinske uprave nisu komplikovane. S druge strane, na pitanje da li je *vrijeme rješavanja zahtjeva* predatih kod gradske, odnosno opštinske uprave *dugotrajno*, dobijeni su sledeći rezultati: 42% anketiranih preduzeća je potvrdno odgovorilo na ovo pitanje, 28% anketiranih preduzeća je odgovorilo da se djelimično slažu sa navdenom tvrdnjom, dok je preostalih 30% anketiranih preduzeća mišljenja da vrijeme rješavanja zahtjeva predatih kod gradske/opštinske uprave nije dugotrajno.

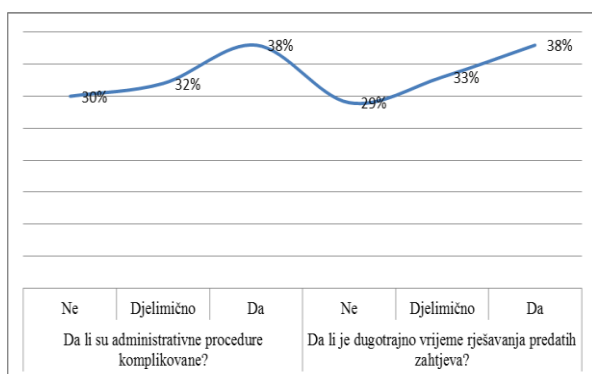
Grafikon 2. Nivo komplikovanosti administrativnih procedura gradske/opštinske uprave, te brzina rješavanja predatih zahtjeva



Izvor: kalkulacija autora

U okviru istraživanja, postavili smo sledeće pitanje: *Da li su administrativne procedure ministarstava i republičkih institucija komplikovane?* Projekcija rezultata na postavljeno pitanje je sledeće: 38% anketiranih preduzeća je potvrdno odgovorilo na ovo pitanje, 32% anketiranih djelimično se slažu sa navdenom tvrdnjom, dok je preostalih 30% odgovorilo da nisu komplikovane. Kada govorimo o vremenu potrebnom za rješavanja zahtjeva predatih kod ministarstava i republičkih institucija, a koje je *dugotrajno*, dobijeni su sljedeći rezultati: 38% anketiranih je potvrdno odgovorilo na ovo pitanje, međutim relativno je visok procenat anketiranih preduzeća koja su odgovorila da se djelimično slažu sa navdenom tvrdnjom a iznosi 33%, dok je 29% anketiranih preduzeća odgovorilo da vrijeme rješavanja zahtjeva dugotrajno.

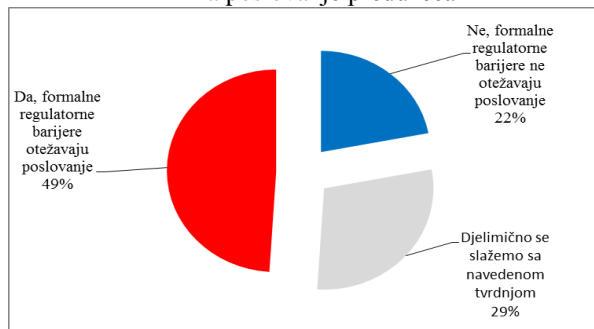
Grafikon 3. Nivo komplikovanosti administrativnih procedura ministarstava i republičkih institucija, te brzine rješavanja predatih zahtjeva



Izvor: kalkulacija autora

U okviru istraživanja, postavili smo sledeće pitanje: *Da li formalne regulatorne barijere otežavaju poslovanje preduzeća?* Projekcija rezultata na postavljeno pitanje je sledeće: 49% anketiranih preduzeća je potvrdno odgovorilo na ovo pitanje, 29% anketiranih djelimično se slažu sa navdenom tvrdnjom, dok je preostalih 22% odgovorilo da formalne regulatorne barijere otežavaju poslovanje preduzeća.

Grafikon 4. Nivo uticaja formalnih regulatornih barijera na poslovanje preduzeća



Izvor: kalkulacija autora

Rezultati istraživanja pokazuju da komplikovani i dugotrajni administrativni postupci i regulatorne barijere dovode do dodatnog finansijskog opterećenja, te da formalne regulatorne barijere onemogućavaju i ograničavaju razvoj i rast preduzeća.

7. ZAKLJUČAK

Preduzeća su prinuđena da pronalaze načine kako da opstanu i da se razvijaju u savremenom poslovnom okruženju. Kada je riječ o prilagođavanju organizacione strukture preduzeća okruženju u kojem djeluje, bitan je segment fleksibilnosti organizacionih struktura, koja se nameće kao imperativ bez kojeg preduzeće neće biti u stanju da identifikuje i realizuje svoje razvojne šanse. Izbor adekvatnog medela organizacione strukture preduzeća, predstavlja jednu od najvažnijih odluka preduzeća, jer ukoliko se usvoji organizaciona struktura koja ne odgovara situaciji u kojoj se organizacija nalazi, ona će usporiti sposobnosti upravljačkog sistema. Način strukturisanja organizacije je specifičan za svaku organizaciju i svojstven samo njoj, te se ne može govoriti o jedinstvenom načinu za strukturisanje organizacije. Mogući su različiti pristupi u strukturisanju organizacije preduzeća, ne samo zato što su preduzeća međusobno razlikuju jedna od drugih, već i zato što pojedini činiooci organizacije različito utiču na preduzeća.

8. LITERATURA

- [1] Babić, M., Lukić, Z.; *Menadžment-teorije, funkcije, institucionalni aspekti i korporativno upravljanje*, Ekonomski fakultet, Banja Luka, 2009.
- [2] Babić, M., Lukić Z.; *Organizacija-teorije, strukture, dizajn i ponašanje*, Ekonomski fakultet, Banja Luka, 2009.
- [3] Berberović, Š., Stavrić B.; *Ekonomika preduzeća*, KIZ Centar, Beograd, 1998.
- [4] Drucker, P.; *Inovacije i preduzetništvo*, Grmeč, Beograd, 1996.
- [5] Fremont, K., James R.; *Organization and Management*, McGraw Hill Inc, New York, 1974.
- [6] Milisavljević, M., Todorović, J.; *Planiranje i razvojna politika preduzeća*, Savremena administracija, Beograd, 1995.
- [7] Eur-Lex. 2003. „Official Journal of the European Union“ L 124/03, Commission Recommendation 2003/361/EC

КОНЦЕПТ ХАОСА – СТРАТЕШКИ ОКВИР ЗА УПРАВЉАЊЕ ОПАСНОСТИМА И ПРИЛИКАМА

THE CONCEPT OF CHAOS STRATEGIC CONTEXT FOR MANAGING THE DANGERS AND OPPORTUNITIES

*Себастијановић Нено, Консалтинг СН некретнине
Стара Пазова*

Резиме: Суштина савременог пословног амбијента је нова нормалност која је резултат повећаних турбуленција, шокова и хаоса, високог нивоа неизвесности и несигурности. У тим условима кључно је предвиђање и процена стратегијског ризика пословања и изградња и развијање стратегијских способности како би предузеће било осетљиво, снажно и еластично на турбуленције и хаос. Концепт хаоса представља нови системски приступ за откривање извора турбуленција, предвиђање опасности и прилика те развијање критичних и адекватних стратешких одговора за успешно преживљавање и развој предузећа. Елементи концепта хаоса су: изградња и развијање система за рано упозоравање, конципирање кључних сценарија и вредновање и избор сценарија и стратегија.

Кључне ријечи: концепт хаоса, турбуленција, критични фактори, систем за рано упозоравање, стратегија.

Abstract: The essence of modern business ambience is new normality which results increasing turbulences, shocks and chooses, high level of suspense and insecurity. In that conditions, crucial factor is prediction and evolution strategic risk of business and building and development strategic potentials that the company will be sensitive, strong and flexible on the turbulences and chaos. The concept of chaos presents a new systemic approach for exposing the source of turbulence, predicting dangers and opportunities and development critical and adequate strategic answers for successfully enduring and progress of company. The concept of chaos elements are competitive intelligence, concept crucial scenarios and evaluation of, selection of scenarios and strategies..

Keywords: Concept of Chaos, Turbulence, Critical factor, competitive intelligence, Strategic.

УВОД

У условима савременог пословног окружења којег карактерише мноштво турбуленција и шокова на актуелности и значају добивају нови концепти и технике стратегијске анализе који у свом фокусу посматрају критичне факторе окружења са аспекта препознавања сигнала и знакова који омогућавају идентификовање и дефинисање опасности и прилика за предузеће у условима потпуне несигурности и неизвесности. Кључ успеха у тржишној арили представља средство или методологија које ће нам помоћи да се изборимо са стратегијским ризиком, опасностима и и неизвесношћу која чине наш пословни амбијент. Нови концептуални оквир хаоса представља нови приступ за препознавање и идентификовање, откривање и анализу турбуленција и шокова али и генерирање и конципирање адекватног стратешког одговора на турбуленције и хаос. За опстанак савременог предузећа кључна је стратегијска способност да предвиди стратегијске ризике за пословање као и способност да њима управља.

1. КРИТИЧНИ ФАКТОРИ САВРЕМЕНОГ ОКРУЖЕЊА

Савремено пословно окружење је битно другачије због повишене турбуленције. Пословна турбуленција се дефинише ка непредвидљива и брза промена у унутрашњем и вањском пословном окружењу које утиче на пословни успех компанија. Основне карактеристика економије нове нормалности су непредвидиве и повишене турбуленције. "Повишене су турбуленције нова нормалност која тера пословне и државне вође да боље разумеју, у потпуности прихвате и затим пронађу нове начине и стратегије за суочавање ако желе успети у надолазећим годинама"¹⁰³. Котлер истиче да сама турбуленција има двије димезије: једна је рањивост када компаније треба да примене одбрану и друга је прилика коју би компанија требала искористити.

Резултат удара озбиљних турбуленција током последња четири месеца 2008. године је разарајући хаос и уништење када је неколико трилијуна долара тржишне вредности у стварној економији једноставно испарило остављајући за собом економски хаос у целом свету. Тржишна борба је усмерена да се почисти хаос и поново изгради економија.

Анализирајући савремени пословни амбијент, кога карактерише повећана међусобна повезаност и зависност, Котлер¹⁰⁴ наводи неколико критичних

¹⁰³ Kotler, Philip, Caslione John. (2009). Каотика. Мате. Загреб, стр. 18.

¹⁰⁴ Исто, стр. 18.

фактора који повећавају могућности пословних ризика: 1).Технолошки напредак и информациона револуција, 2).Разорна технологија и иновације, 3).“Успон осталих”, 4).Хиперконкурентна, 5).Државни инвестициони фондови, 6)Природна средина, 7).Оснаживање купаца. Предузећа треба да имају нове стратегијске способности да послују у окружењу које је изложено повишеном степену турбуленције. Peter Drucker истиче у турбулентним временима компанијом треба управљати тако да се истовремено опире изненадним ударима као и да се искориштавају изненадне и неочекиване прилике.

Предвиђање утицаја фактора пословног окружења и идентификовање извора турбуленција и нивоа хаоса постаје императив, кључни начин стратегијске анализе савременог окружења. У том смислу Портер истиче да су “сценарији веома ефикасно средство за укључивање фактора неизвесности у избор стратегије”¹⁰⁵. Несигурност и неизвесност пословног амбијента резултира високим нивоом стратегијског ризика за пословање предузећа.

“У језгру традиционалног приступа стратегији лежи претпоставка да кориштењем сета снажног аналитичког оруђа извршни директори могу предвидети будућност сваког посла са прецизношћу довољном да се могу одлучити за тачно одређен стратегијски смер. Када је будућност уистину турбулентна и долази до високог нивоа хаоса, овај је приступ у најбољем случају само маргинално користан, а у најгорем случају прилично опасан”¹⁰⁶. Ново доба је доба повећаних турбуленција и хаоса. Менаџмент треба да има способност доношења правих стратешких одлука које одговарају времену из разлога што ће лоше одлуке и недостатак разумног просуђивања имати спирални ефекат који ће компанију оставити да плута до обале или ће је пак таласи потопити.

Успех у турбулентној економији изискује много више од традиционалног приступа стратегији. Захтева нови начин размишљања, стратешког планирања и избор праве стратегије. У тим условима потребан је нови концептуални оквир за процену и анализу окружења. Концепт хаоса је системски приступ откривању извора турбуленција, анализи и стратешком одговарању на турбуленције и њихов хаос. Концепт хаоса¹⁰⁷ се састоји од три елемента:

- откривање извора турбуленције кроз развој система за рано упозоравање
- реаговање на хаос конципирањем кључних сценарија

¹⁰⁵ Porter, Majkl. (2007). Конкурентска предност. АСЕЕ. Нови Сад, стр.439.

¹⁰⁶ Kotler, Philip, Caslione, John. (2009). Каотика. Мате. Загреб, стр.70.

¹⁰⁷ Исто, стр. 79.

- одабир стратегије заснован на одређивању приоритетних сценарија и ставу према ризику.

2. ИЗГРАДЊА И РАЗВОЈ СИСТЕМА ЗА РАНО УПОЗОРАВАЊЕ

Турбуленције се могу појавити у било које време и било где, могу бити опазиве или неопазиве. На бази препознатих турбуленција треба идентификовати¹⁰⁸:

- Прилике које би се могле појавити и бити искориштене,
- Рањивост пословања,(опасност за пословање), како би се могло минимизирати или поништити.

У тим условима повећава се актуелност и важност изградње и развијања система за рано упозоравање који препознаје слабе сигнале и мале знакове за откривање и предвиђање турбуленција. “Главна сврха анализе екстерног окружења је да се добију рана упозорења о догађајима који долазе, јер је спреман само онај ко је унапред упозорен”¹⁰⁹. Пажњу треба усмерити на све факторе пословног окружења. “Кључна су подручја на која је потребно припазити клијенти и канали, конкуренти и комплименти, технологије у развоју и научни развој (разорне иновације и технологије), политичке, економске, друштвене и законодавне снаге, они који утичу и они који обликују”¹¹⁰.

Конкурентски систем за рано упозоравање, конкурентски интелеџенс (енг.Competitive intelligence), КИ (енг. CI), је софтицирана стратегијска методологија за праћење, анализу и извештавање о конкурентском и општем пословном окружењу чији је основни циљ да се спознају и предвиде промене, кретање и утицаји фактора окружења као и стратегију и циљеве конкуренције у односу на стратегију и циљеве датог предузећа. Рано упозоравање треба да резултира идентификовањем опасности и прилика за предузеће како би се могли предвидети адекватни стратешки одговори на потенцијално опасне и ризичне акције конкуренције као и стицање и одржање конкурентске предности.

Развој система раног упозоравања треба базирати на процесу тражења одговора на осам кључних питања¹¹¹:1).Шта су нам биле следеће тачке у прошлости? Шта се сада догађа с тим прошлим слепим тачкама? 2).Постоји ли инструктивна аналогија из друге индустрије? 3).Које важне

¹⁰⁸ Исто, стр. 79.

¹⁰⁹ Ђуричин, Драган, Јаношевић, Стево, Каличанин, Ђорђе. (2009). Менаџмент и стратегија. Економски Факултет. Београд, стр. 263.

¹¹⁰ Kotler, Philip, Caslione, John.(2009).Каотика. Мате. Загреб, стр. 83.

¹¹¹ Day, George,S., Shoemaker, Paul, J.,H. (2005). Scanning the Periphery. Harward Business Review. Nov/2005, p. 136-142.

сигнале занемарујемо? 4).Тко је у нашој индустрији способан открити слабе сигнале и реаговати раније од осталих? 5).Што нам наше нетипичне вредности говоре? 6).Која би нам будућа изненађења могла штетити или помоћи? 7).Које би технологије у развоју могле променити игру? 8).Постоји ли какав незамислив сценариј?

У пословном окружењу неизвесности и несигурности предузеће је континуирано изложено стратегијском ризику. Ризик представља колизију претпоставки и реалног у пословању предузећа. У литератури се помиње више типова стратегијског ризика: финансијски, оперативни, ризик односа с јавношћу и гранска дисонанца. Гранска дисонанца представља такав стратегијски ризик где се привредна грана мења, а предузеће не.

Идентификација потенцијалних стратегијских ризика уједно представља и идентификацију стратегијских прилика, односно ради се о јединственом процесу у којем се на основу раних знакова анализирају, процењују и идентификују потенцијалне опасности и прилике. Системска анализа и идентификовање стратегијских ризика подразумева идентификовање узрока стратегијског ризика/прилике.

Методи идентификације ризика су различити: сценарио метод, метод ратних игара, матрица утицаја и др. Процена нивоа стратегијских ризика и њихово рангирање по приоритету један је од кључних зУ процени нивоа ризика и његовог приоритета веома корисно средство је и процена одређене промене у односу на Портерових пет сила. У том смислу може се закључити „ да највиши ризик носе оне промене у конкурентској арени за које су конкуренти боље позиционирани”¹¹².

Идентификовање стратегијских ризика/прилика је интезиван континуирани процес који се састоји од неколико фаза:

- Генерисати листу трендова, факторе окружења и могуће дисконтинуитете,
- Идентификовати покретаче промена,
- Груписати покретаче промена у кластер,
- Генерисати сценарије,
- Истражити стратегијске импликације, опције и одлуке,
- Имплементирати надзор и контингентнијеадатака система за рано упозоравање. .

Покретачи промена у грани изазивају промену која ствара неизвесност, а предузеће је у ситуацији ризика или прилике. Фактори¹¹³ који изазивају промене су: нова технологија или наука, нови душтвени/демографски трендови и ново

¹¹² Gilad, Ben. 2009.Рано упозоравање. ХИСПЕРИА. Београд, стр. 134.

¹¹³ Giald, Ben. (2009). Рано упозоравање. ХИСПЕРИА. Београд, стр. 116.

конкурентско окружење. Конкурентски систем за рано упозоравање¹¹⁴ се састоји од три елемента: 1).идентификација ризика. 2). интелигенс надзор (надзор ризика), и 3). акција менаџмента. “Циљ раног упозоравања није да изазове моменталну акцију менаџмента, већ да појача будност менаџмента. Будност менаџмента подстиче читав низ акција: дебате, дискусије, разматрања, даље проучавање и, коначно, сходно увидима менаџмента, планирање и јасне иницијативе.”¹¹⁵. Резлтат су идентификовани стратегијски ризици или прилике за предузеће.

3. КОНЦИПИРАЊЕ И ИЗБОР СЦЕНАРИЈА И СТРАТЕГИЈА

На бази одговора система за рано упозоравање предвиђају се утицаји и интезитет дејства кључних фактора окружења те генерирају и конципирају кључни сценарији, од најбољих, најгорих до најочекиванијих, са стратешким одговорима за више варијанти будућности. Према једном извору¹¹⁶ она може бити: 1) довољно јасна будућност, 2).алтернативне будућности, 3).потенцијалне будућности и 4).неодређена будућност. Битно је нагласити да у условима потпуно непредвидљивог, екстремног хаоса, којег производе екстремна догађања стратешки одговор није развијање модела него успостављање реда и стабилизовање ситуације до нивоа контроле, односно њене трансформације од хаоса до ситуације која омогућава стратегијско деловање. Конципирање и израда сценарија подразумева неколико задатака¹¹⁷: 1). кључна питања на која ће бити одговорено анализом сценарија, 2). одредити дomet и време анализе, 3) идентификовати главне носиоце интереса, 4). означити тренутна кретања и турбуленције као и последичне силе хаоса, 5). идентификовати кључне несигурности које резлтирају хаосом, 6) дефинисати кључне сценарије, 7). проценити кључне сценарије и 8) усмерити се према одлучујућем сценарију. Процес предвиђања и израде сценарија усмерен је на откривање турбуленције, предвиђање хаоса и могућности управљања стратегијским ризиком. Комбинујући кључне сценарије и стратегијске способности за сваку ситуацију се предвиђа адекватан стратешки одговор који ће омогућити опстанак и раст предузећа. “Израда сценарија и стратегија за суочавање са предвиђеним ризиком и истраживање могућности захтева од пословних вођа успостављање нових стратешких понашања и дисциплине у организацији”¹¹⁸. Да би стратешки одговор био адекватан у свакој предвиђеној ситуацији савремено предузеће треба бити

¹¹⁴ Исто, стр. 101.

¹¹⁵ Исто, стр. 216.

¹¹⁶ Kotler, Philip, Caslione, John.(2009)Каотика. Мате. Загреб, стр.89-91.

¹¹⁷ Исто, стр.92-93.

¹¹⁸ Исто, стр. 100.

осетљиво, снажно и еластично на утицаје, ударе и шокове пословног окружења.

Задатак менаџмента је изградити организацију која је осетљива, снажна и еластична која има способност да опстане и напредује. Основне карактеристике су:

- Бити осетљив значи бити способан за брзо деловање на вањске подстицаје.
- Бити снажан значи одолевати напорима, притисцима и променама, значи бити способан добро се носити са променама у окружењу са минималним штетама и губицима.
- Бити еластичан значи бити способан вратити органални облик или позицију након савијања, стезања или растезања у пословном свету.

Основне претпоставке организације за победу у турбулентном окружењу су: снажно водство, амбициозни циљеви, ослањање на властите снаге, сталне иновације, одабрани и мотивисани запослени, уски тржишни фокус, конкурентске предности, блискост са купцима и глобална оријентација.

ЗАКЉУЧАК

Основна карактеристика савременог пословног окружења су повишене турбуленције и хаос које су брзе и учестале тако да се може рећи да представљају нову нормалност. У тим условима актуелна је и значајна примена новог стратешког оквира за анализу и процену пословног окружења. Концепт хаоса представља нови системски приступ у откривању извора турбуленција, анализи и конципирању стратешког одговора на турбуленције и њихов хаос. Као стратешки оквир, концепт хаоса ће у пракси помоћи менаџменту предузећа да лакше остваре потпуни увид у факторе пословног окружења, да боље разумеју изворе турбуленција и хаоса и да на бази предвиђања кључних сценарија и адекватних стратешких одговора боље управљају опасностима и приликама за пословање свога предузећа.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Day, George S., Shoemaker, Paul, J.,H. (2005). Scanning the Periphery. Harvard Business Review. Nov/2005., p.135-148,
- [2] Ђуричин, Драган, Јаношевић, Стево, Каличанин, Ђорђе. (2009). Менаџмент стратегија. Економски Факултет. Београд.
- [3] Gilad B., (2009). Рано упозоравање. ХИСПЕРИА.Београд.
- [4] Kotler, Philip, Caslione John. (2009). Kaotika. Mare. Загреб.
- [5] Портер, Мајкл, Е. (2007). Konkurentska prednost. АСЕЕ.,НовиСад.

ALM KONCEPT U FUNKCIJI LIKVIDNOSTI POSLOVNE BANKE

ALM CONCEPTS IN THE FUNCTION OF THE LIQUIDITY OF BUSINESS BANK

*Mr Milan Radović, generalni direktor Nova Banka B. Luka
Mr Jelena Vitomir, Poreska uprava Bijeljina
Milan Radaković, master ekonomije, Novi Sad*

Rezime: Likvidnost banke se može iskazati u užem smislu kao sposobnost banke da raspolaže gotovinom (novčanim sredstvima) i hartijama od vrednosti. Za rizik likvidnosti banke se kaže da predstavlja rizik kao posledicu drugih finansijskih nedoslednosti (kreditnog, kamatnog, valutnog i tržišnog rizika). Posebno mesto u upravljanju principom likvidnosti banke pripada ALM konceptu, kao načinu upravljanja aktivom i pasivom bilansa stanja banke. Gotovinski kapital predstavlja GAP između vrednosti aktive (bez kolaterala) i kratkoročnih izvora i nesigurnih depozita banke (avista depozita banke)

Likvidnost banke treba razlikovati od kapitala banke (sredstava banke). Rizik likvidnosti predstavlja sekundarni rizik i nastaje kao rezultat veličine i neusklađenosti dospeća aktive i pasive bilansa banke. Neusklađenosti izazivaju GAP-ove (raskorake likvidnosti) koji mogu biti likvidni, marginalni, statički i dinamički. Bankarska teorija i praksa segmentira rizike likvidnosti na: (1) strukturne rizike, (2) nepredviđene rizike, (3) tržišne rizike likvidnosti. Upravljanje rizikom likvidnosti moguće je kontinuelnom primenom stres testova na pojedine pozicije aktive i pasive bilansa stanja banke.

Abstract: Bank liquidity means, in the narrow sense, the ability of a bank to handle cash (money resources) and securities. As for risk, bank liquidity is said to represent risk because of other financial inconsistencies (credit, interest, foreign exchange and market risk). A special place in managing the principle of bank liquidity belongs to the ALM (Asset Lifecycle Management) concept, as the way to manage assets and liabilities of the bank balance sheet. Cash capital represents a gap between assets value (without collaterals) and the short-term sources, and insecure bank deposits (a vista of bank deposit).

Bank liquidity should be differentiated from bank capital (bank resources). Liquidity risk is the secondary risk and it appears as the result of the size and discordance of the date of expiration of assets and liability of the bank balance sheet. Discordances cause gaps (liquidity variance) that can be liquid, marginal, static and dynamic. Banking theory and practice segment liquidity risk management to (1) structural risks, (2) unpredictable risks, (3) and market liquidity risks. To manage risk liquidity is possible by a continual application of stress tests to individual positions of assets and liabilities of the bank balance sheet.

UVOD

Likvidnost banke se može posmatrati u širem i užem smislu. U širem smislu reči, likvidnost se može iskazati u obliku kapaciteta koji se odnosi na raspolaganje gotovinom (novčanim sredstvima) i to u momentu kada je ista banci potrebna. U užem smislu reči, likvidnost se može definisati kao posedovanje gotovine ili hartija od vrednosti koje su u slučaju potrebe spremna da se konvertuju u gotovinu. Finansijska kriza, koja ima za posledicu nelikvidnost banaka izaziva: kreditne, kamatne, rizike, operativne, valutne, tržišne rizike i rizike nelikvidnosti. S obzirom da su prisutni endogeni događaji koji izazivaju finansijsku krizu, problem likvidnosti banaka predstavlja rizik određenih posledica. Rizik likvidnosti predstavlja kompleksnu pojavu koja nastaje kada banka kao finansijska institucija ne može da proveri da li će imati dovoljno novčanih sredstava, da u budućem vremenskom periodu izmiri dospele obaveze. Rizik likvidnosti može biti u obliku nepredvidivog rizika, u obliku tržišnog rizika, i u obliku strukturalnog rizika. Upravljanje rizikom likvidnosti banke moguće je na osnovu suptilne analize bilansa stanja banke. Pri tome se analiziraju različite bilansne stavke (aktive i pasive) i stabilnost njihovog stanja.

Sa aspekta likvidnosti banke (i primene ALM koncepta) interesantne su analize odgovarajućih pozicija aktive i pasive bilansa banke. Činjenica je, da ukupni izvori banke (ukupni resursi banke), njihova struktura (u likvidnom smislu) određuje „konfiguraciju“ strukture agregata (aktive) banke. To znači, da ukupan obim i struktura depozita (kao izvora sredstava) određuje ukupan obim i strukturu plasmana (u kredite i hartije od vrednosti). Ukoliko banka prihodima pokriva rashode, tada ista ima uravnotežen bilans i mogućnost da sa likvidnim rezervama pokrije rizik nelikvidnosti (neblagovremenog plaćanja obaveza). Smatra se da ročna usklađenost bilansa banke garantuje pokrivanje rizika njene nelikvidnosti. Devizna usklađenost aktive i pasive garantuje pokrivanje deviznog rizika banke. Solventnost banke se bilansno iskazuje preko akcijskog kapitala i rezervi za gubitke radi stabilnosti bankarskog sistema.

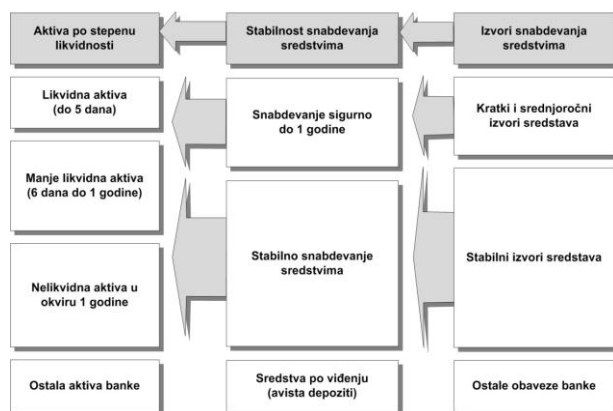
Treba istaći, da gotovina (novčana sredstva) predstavlja ključni faktor likvidnosti u svakoj banci. Zato se često i kaže, da upravljanje gotovinom banke spada u domen upravljanja sa likvidnošću banke i predstavlja „žilu kucavicu“ operativnog poslovanja svake banke. Upravljanje gotovinom svakodnevno utiče na modelovanje strukture aktive (strukture produktivne aktive). Upravljanje izvorima sredstava banke predstavlja optimalno kombinovanje pozicije pasive radi ostvarivanja efikasne likvidnosti i efektivne profitabilnosti banke.

1. Promene likvidne strukture bilansa stanja banke

Bilans stanja banke predstavlja pregled njenih finansijskih pozicija tj. sredstava u aktivi i obaveza u pasivi, te akcijskog kapitala kao posebnog oblika izvora sredstava u poslovanju banke¹¹⁹. Poslovanje banke podrazumeva različite tokove

¹¹⁹ Reč bilans je latinskog porekla i potiče od reči "bilans" koja označava dvostranu vagu. Francuski izraz za bilans je takode „bilans“, nemački izraz je „bilanz“, dok je italijanski bilans

finansijskih sredstava i bilansno evidentiranje svih finansijskih transakcija, koje su vezani a finansijske poslove kojima se banka bavi. Naime, banka prima depozite i vodi dotične depozite kao svoju obavezu i na osnovu depozita „proizvodi“ kredite i iste vodi kao sredstva banke. Tako se svakodnevno, preko finansijskih tokova, oblikuje bilans stanja i bilans uspeha banke. U okviru ovog procesa u prvom planu se javlja problem nedostatka ili viška sredstava banke u odnosu na obaveze, što je prisutno u bankarskoj praksi kao problem likvidnosti banke. U tome se nalazi objašnjenje značaja upravljanja sredstvima i obavezama banke, jer se apsolutne i strukturalne promene u bilansima izražavaju u apsolutnim iznosima, tako da utiču na likvidnost, na dobit (profit) banke i stabilnost njenog poslovanja. Stepen likvidnosti i stabilnosti snabdevanja banke sredstvima i stepen izvora sredstava banke može se prikazati na sledeći način¹²⁰:



Slika br. 1. Opšti okvir likvidnosti bilansa stanja banke

Prezentovani primer pokazuje likvidnu vezu odgovarajućih pozicija aktive sa pozicijama pasive bilansa stanja banke. Ukupna suma pozicija aktive i pasive su jednake, međutim njihova se struktura razlikuje. U odnosu na aktivu, pasiva je grupisana u dva segmenta za izvore sredstava i na stabilnost izvora sredstava. Uprkos „preklapanjima“ ove dve strane koje se odnose na likvidnost bilansa banke ne odgovaraju istoj snazi. Najveći deo strukture aktive banke je posledica i rezultat primene poslovne politike banke. To je, pre svega uticaj „menadžment tima“ banke koji determiniše rast različitih kategorija sredstava u aktivni bilansa banke, uključivši u isto i vanbilansne aktivnosti banke. „Menadžment tim“ banke isto tako donosi odluke po kojima nivo poslovanja banke treba da bude osiguran određenim scenarijima likvidnosti banke.

Karakteristično je, da veličina i struktura bilansa stanja banke treba da predstavlja predmet promena koje unose, što je moguće pre, u „igru“ vremenski aspekt¹²¹. Bilans se ne sastavlja saglasno računovodstvenim propisima i pravilima, već je jednako istinit kada se usmerava na dimenziju likvidnosti banke. Interno gledano, najjača snaga mogućih promena u strukturi bilansa stanja banke, jeste njena poslovna politika. Polazeći od poslovne politike, rast bilansa banke može da bude sam po sebi određen kao : pozitivan,

„bilancio“. U engleskoj, odnosno anglo saksonskoj literaturi taj izraz je „balance“, odnosno „balance sheet“.

¹²⁰ Joel Bessis: Risk Management in Banking, Third Edition, John Wiley & Sons, West Sussex, United Kingdom, 2010, str. 125.

¹²¹ Rudolf Duttweiler: Managing Liquidity in Banks. A Top Down Approach, John Wiley and Sons, West Sussex, United Kingdom, 2009, str. 148

negativan ili neutralan. U sva tri slučaja, čak i ako obim ostane nepromenjen, efekti se mogu odnositi na bilansne i vanbilansne transakcije, ali isto tako i na strukturu dospeća aktive i pasive u banci. Na osnovu iznetog može se izvesti zaključak, da postoji čvrsta i direktna veza između poslovne politike banke i bazične likvidne strukture banke, čak i ako druge okolnosti, kao što je to tržište, ostanu stabilne i nepromenjene.

Posmatrano sa eksternog stanovišta, radi se o tržišnim uslovima i ponašanju koje se prepoznaju kao vitalne determinante u poslovanju banke. Nezavisno da li su učesnici u svojim funkcijama kao pozajmljivači, investitori ili trgovci, oni pružaju odgovore u svoje ime. To znači da će u odnosu na tržišne okolnosti, osetiti se efekti na sličan način, tako da će se kapaciteti izvora sredstava redukovati. Treba praviti razliku između dva različita slučaja: (1) sve (ili neke) karakteristike aktive kao mogućeg tržišnog gubitka i njihovog kvaliteta (čak i njihovog statusa) ili (2) tržišnog segmenta „pretnog“ za dotične hartije od vrednosti. Za oba ova uslova, ukupno lako „rastopljiva“ sredstva će se smanjiti u korist nepoželjne smanjene sposobnosti njihovog pretvaranja u gotovinu (novčana sredstva na računu).

Sa aspekta ALM koncepta (a posebno sa aspekta likvidnosti banke) interesantne su za analizu odgovarajuće pozicije pasive i odgovarajuće pozicije aktive bilansa stanja banke. Ukupni izvori sredstava, tj. ukupni resursi i njihova struktura, u likvidnom smislu, određuju konfiguraciju strukture agregata banke. Naime, ukupan obim i struktura depozita kao izvora sredstava banke određuje, ukupan obim i strukturu plasmana, odnosno plasmana u kredite i plasmana u hartije od vrednosti banke. Sa aspekta likvidnosti banke, pozicije u bilansu stanja banke mogu imati sledeći značaj:

(A) Na strani aktive banke:

- (1) gotovina, potpuna likvidnost predstavljaju prvi stepen likvidnosti banke,
- (2) rezerve kao depoziti kod centralne banke, likvidnost po proceduri, predstavljaju drugi stepen likvidnosti banke,
- (3) hartije od vrednosti za prodaju predstavljaju drugi stepen likvidnosti banke,
- (4) hartije od vrednosti za trezor predstavljaju treći stepen likvidnosti banke,
- (5) krediti, nefleksibilna aktiva, odnosno nelikvidne pozicije sem kada su u pitanju: sekjuritizacija, prodaja kredita i korišćenje (primena) derivata hartija od vrednosti predstavljaju četvrti stepen likvidnosti banke,
- (6) fiksna aktiva banke se ne može koristiti za likvidnost banke.

(B) Na strani pasive banke:

- (1) štednja i tekući računi, predstavljaju pojedinačno nesiguran, a u celini posmatrano (po verovatnoći) siguran izvor banke u procentu do 30–40%
- (2) depoziti po videnju predstavljaju pojedinačno nesiguran, a u celini posmatrano (po verovatnoći) siguran izvor banke u procentu od 30–40%
- (3) oročeni depoziti predstavljaju, u celini posmatrano siguran izvor likvidnosti banke u prosečnom roku dospeća a pojedinačno u rokovima oročenja sredstava banke
- (4) kreditni odnosi sa tržištem novca i tržištem kapitala, predstavljaju prvi stepen likvidnosti banke,

- (5) dugoročni krediti banke, subordinarni dug (dugoročne obveznice na 15 i više godina), predstavljaju siguran izvor dugoročne likvidnosti banke,
- (6) akcijski kapital banke, predstavljaju trajni izvor sigurne dugoročne likvidnosti banke u zavisnosti od visine gubitaka i od visine akcijskog kapitala banke.

U bankarskoj praksi su prisutna dva značajna izvora finansiranja banke. Debitno finansiranje banaka preko emisije obveznica i akcijsko finansiranje preko emisije akcijskog kapitala banke. Moguće i finansiranje tokom uspešnog poslovanja banke, odnosno raspoređivanja dobitka (profita) banke. U uslovima kada banka kao korporativni entitet otplati sve svoje dugove, preostala sredstva predstavljaju vlasništvo akcionara banke. Isto se može prikazati na sledeći način ¹²²:

Aktiva (minus) Pasiva (jednako) Kapital akcionara banke

Sa aspekta likvidnosti, za bilans stanja banke je posebno važna bilansna ravnoteža i ročna usklađenost sredstava i izvora sredstava banke. Bilans stanja banke, u kojem su ročno i devizno izbalansirane vrednosti aktive i pasive banke, smatra se uravnoteženim bilansom banke. Ukoliko banka prihodima pokriva rashode banke, tada je perfektno uravnotežen bilans stanja banke i isti zahteva da se likvidnim rezervama pokrije rizik neblagovremenog plaćanja obaveza. Smatra se, da ročna usklađenost bilansa stanja banke garantuje pokrivanje potencijalnog rizika njene nelikvidnosti. Isto tako, devizna usklađenost aktive i pasive banke garantuje pokrivanje deviznog rizika banke nastalog usled promene deviznog kursa. Solventnost banke se bilansno iskazuje preko akcijskog kapitala i rezervi za gubitke banke, čime se brani stabilnost poslovnog sistema banke kao poslovnog entiteta.

2. Karakteristike ALM koncepta bilansa stanja banke

Upravljanje aktivom i pasivom podrazumeva vladanje pojmovima aktive i pasive, odnosno pojmovima kao što je bilans banke, ili kao što su to računovodstveni pojmovi. Za menadžere aktive i pasive banke je karakteristično da nisu računovođe, i mnogi od njih znaju veoma malo oko međunarodnih računovodstvenih standarda. Bez obzira na iznete činjenice, potrebno je shvatiti celinu ALM koncepta u poslovanju banke. Pravo zbog toga ALM menadžeri treba da analiziraju i shvate suštinu bilansa stanja i bilansa uspeha i da vladaju određenim pojmovima iz računovodstva banke. Poznate su činjenice, da u bilansu stanja postoje određena pravila. Jedno od tih pravila, koje se naziva i „zlatnim pravilom“ glasi: da je ukupna aktiva jednaka ukupnoj pasivi. Ovo pravilo je od velike koristi kada se razmatraju troškovi koje nose bankarski proizvodi i bankarske usluge. Svaka stavka aktive treba da ima svoju stavku pasive, kao što i svaka stavka pasive treba da ima svoju stavku aktive. Aktiva je „mešavina“ investicija, odnosno plasmana banke i hartija od vrednosti kao i komercijalne aktive (raznih vrsta kredita). Pasiva je „mešavina“ duga, akcijskog kapitala i komercijalnog prometa. Ako se posmatra sa računovodstvenog aspekta, tada A/L menadžer počinje svoju aktivnost sa „reorganizacijom“ i odvajanjem delova aktive i pasive bilansa stanja banke.

¹²² Moorad Choudhry: Bank Asset and Liability Management, Wiley & Sons (Asia), 2007, str. 30

Početak „reorganizacije“ bilansa stanja banke vrši se odvajanjem ALM knjige, (knjigovodstvene evidencije) koja počiva na izolovanju trgovačke pozicije bilansa stanja banke i diferenciranja komercijalne knjige sa knjigom kapitala. Odvajanje knjiga od strane A/L menadžera je motivisano rezultatom odvajanja, tj. popravkom upravljačke kontrole poslovne banke. Zatim se vrši odvajanje ili izolacija. (a) trgovačke knjige u bilansu banke, (b) diferenciranje komercijalne knjige i knjige kapitala i (c) izolacija knjige trezora. ¹²³

Trgovačka knjiga obuhvata račune komercijalnih operacija na finansijskom tržištu i sa njim povezane hedžing proizvode. Trgovačka knjiga obično nije u delokrugu analize finansijskog rizika od strane A/L menadžera, izuzev rizika likvidnosti, jer analiza tržišnog rizika obuhvata i ovaj rizik. Svrha razdvajanja komercijalne knjige i knjige kapitala jeste u odvajanju rizika i profitabilnosti komercijalne sfere od rizika i profitabilnosti finansijske sfere. Komercijalna knjiga se sastoji od finansijskih instrumenata, koji se mere istorijskim troškovima. Kapitalna knjiga se sastoji od svih ostalih bankarskih proizvoda, kao što su : (a) proizvodi akcijskog kapitala, (b) proizvodi finansijskog investiranja, i (d) nekomercijalne aktive i sl. Hedžiranje ovih bankarskih proizvoda nalazi se u okviru komercijalne knjige (knjigovodstvene evidencije).

Knjigovodstvene evidencije se razdvajaju ili dele prema vrstama rizika po principu: jedan tip rizika vezan je za jednu knjigu. Tako se komercijalna knjiga može podeliti na sledeće celine: (a) poslovna knjiga (odnosno knjiga za svaku liniju bankarskih proizvoda), (b) knjiga likvidnosti, odnosno knjiga trezora, komercijalna knjiga kamatne stope, knjiga kamatne stope kapitala, devizna knjiga i sl. Za svaku knjigu (knjigovodstvenu evidenciju) vodi se posebno bilans uspeha banke.

Navedeni princip „jedan rizik, jedna evidencija“, odnosno jedna knjiga, može se prikazati na sledeći način:

Pregled br. 2.: Podela pomoćnih knjiga prema vrstama rizika:

KNJIGA	Pomoćno knjigovodstvo	Rizik kojim se upravlja
1. Knjiga komercijalnog poslovanja	Knjiga „retail“ poslovanja Knjiga „corporate“ poslovanja Knjiga komercijalnih kamatnih stopa Knjiga „retail“ kreditnog poslovanja.	Rizik „retail“ poslova Rizik „corporate“ poslova Rizik kamatne stope u okviru komercijalne knjige Rizik kredita „retail“ poslova
2. Knjiga kapitala	Rizik kamatne stope kapitala	Rizik kamatne stope u knjizi kapitala
3. Knjiga trezora	Knjiga likvidnosti Devizna knjiga	Rizik likvidnosti Dnevni rizik

Svrha podele evidencija pomoćnog knjigovodstva po principu „jedan rizik, jedna evidencija“, tj. knjiga stvara mogućnost efikasnijeg i efektivnijeg upravljanja pojedinačnim rizicima banke.

¹²³ Alexandre Adam: Handbook of Asset and Liability Management. From Models to Optimal Return Strategies, John Wiley & Sons, West Sussex, England, str. 19-23

3. Kvantitativni okvir za merenje rizika likvidnosti banke

Kvantitativno procenjivanje rizika likvidnosti banke podrazumeva primenu tri oblika finansijske analize: (1) analiza likvidnosti bilansa banke, (2) analiza gotovine kapitala (novčanih sredstava), (3) analiza podudaranja vremena dospeća¹²⁴. S obzirom da je analiza likvidnosti bilansa banke samo evaluacija likvidnosti različitih bilansnih stavki, upravo iz tih razloga analiza podudaranja dospeća koristi samo jedan iznos za prilagođavanje modeliranju i „ponašanju“ bilansnih stavki. Ipak, stepen sofistikacije i obećavajući stepen tačnosti raste, isto kada se posmatra od likvidnosti bilansa, prema analizi podudaranja vremena dospeća.

Treba istaći, da analiza likvidnosti bilansa banke stavlja u odnose različite bilansne stavke aktive i pasive, u zavisnosti od toga da li je aktiva likvidna ili nelikvidna i da li je njihovo stanje stabilno ili promenljivo. Da bi se održala odgovarajuća bilansna struktura, neophodno je da stabilna sredstva poriču iz stabilnih izvora (stabilne pasive), dok likvidna aktiva može da potiču i od promenljive pasive.

Grafički se može pokazati na sledeći način:

AKTIVA	PASIVA
Kreditni, potraživanja, investiranje i drugo	Nebankarski depoziti
Aktiva za trgovanje	Potvrđene obaveze
Povratni repo (osigurano zaduživanje)	Akcijski kapital
	Neosigurani depoziti banke
	Trgovačka pasiva
	Repo i osigurano kreditiranje

Slika br. 2: Analiza likvidnosti bilansa banke

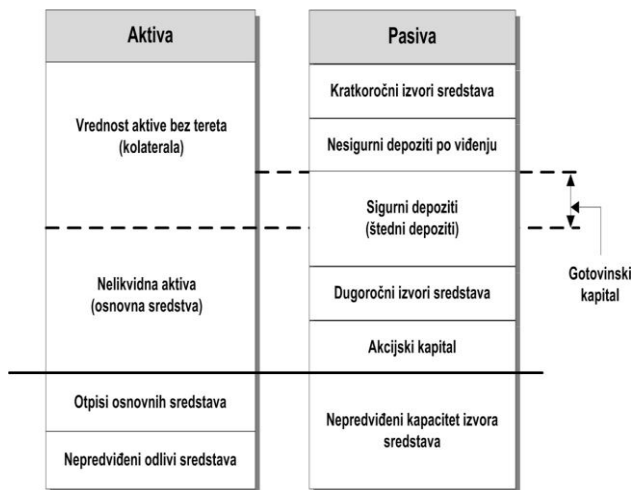
U prezentovanoj konstelaciji odnosa, bilans banke ne uključuje neopipljive stavke, kao što su: strategijska ulaganja i akcijski kapital banke, koje nisu na raspolaganju za potrebe likvidnosti banke. Međutim poznata je činjenica da evaluacija rizika likvidnosti nije jednostavna i da u pojedinačnim slučajevima nije povezana sa računovodstvenim propisima. Treba istaći, da je prisutno nekoliko problema kod primene napred navedene analize:

- (1) Prisutan je nedostatak vremenske dimenzije (bilansne pozicije mogu da budu likvidne ili nelikvidne). Vreme utiče na likvidnost na tri različita načina. Prvo, likvidne pozicije izvora sredstava imaju definisane temporalne elemente. Drugo, za likvidnost je karakteristično da takođe treba ima temporalni element. Treće, držanje prudenijalne ili „stand by“ likvidnosti znači kupovinu vremena. Značajno je naglasiti da percepcija igra integralnu ulogu pri kupovini vremena.
- (2) Prisutan je uticaj računovodstvenih propisa (pošto se bilansne stavke iskazuju u skladu sa računovodstvenim propisima) koji nužno ne reflektuju ekonomski tok gotovine u banci.
- (3) Prisutne su vanbilansne stavke (odnosno van poslovna aktivnost koja ne mora uticati na bilans banke), za koje postoji potencijalna opasnost da će izazvati rizik likvidnosti u banci.

¹²⁴ Liquidity Risk Measurement and Management- A Practitioners Guide to Global Best Practices, edited by Leonard Matz& Peter Neu, John Wiley&Sons, Singapore, 2007, str. 18

- (4) Prisutna je markatibilnost hartija od vrednosti (koje se u bilansu prikazuju), saglasno njihovoj tekućoj tržišnoj ili knjigovodstvenoj vrednosti.
- (5) Prisutni su komercijalni papiri koji se u pasivi kod nekih bilansa banaka vode zajedno kao stabilni i promenljivi bankarski proizvodi,
- (6) Prisutni su nebankarski depoziti (po viđenju i štedni) depoziti koji imaju sličnu situaciju kao i komercijalni papiri.

U bankarskoj teoriji i praksi poznata je činjenica, da je rejting Agencija Moody's originalni tvorac koncepta gotovine kapitala u analizi likvidne strukture bilansa banke kao dela njihovog eksternog rejting procesa. Isto se može prikazati na sledeći način:



Slika br. 3: Pozicija gotovinskog kapitala banke¹²⁵

Intencija ovog pristupa ogleda se u merenju sposobnosti banke da snabdeva svoju aktivnu u celini na kolateralnoj bazi uz procenu da je dostupnost nesigurnim sredstvima vrlo mala ili skoro neznatna. Gotovinski kapital predstavlja gap između vrednosti aktive bez tereta (kolaterala) i obima kratkoročnih bankarskih izvora i dela nesigurnih depozita banke. Gotovinski kapital se definiše kao agregat dugoročnog duga, sigurnih depozita i kapitala banke umanjeno za otpise, zatim za nepredviđene odlive sredstava i nelikvidnu aktivnu banke.

Aktiva bez tereta (kolaterala) se može definisati kao aktiva koja je raspoloživa za korišćenje kao kolateral (npr. hartije od vrednosti). Aktiva bez tereta se kalkuliše kao tržišna vrednost neto pozicije hartija od vrednosti posle računovodstvene finansijske transakcije obveznica i akcija. Analiza podudaranja vremena dospeća odnosi se u kvantitativnom pristupu merenja rizika likvidnosti. Pri tome neto odliv gotovine i neopterećena aktiva (za pokriće neto odliva gotovine), treba da bude predviđena u vremenskom periodu u okviru različitih scenarija. Scenariji polaze od pretpostavke da se tokovi gotovine od svih likvidnih bilansnih i vanbilansnih stavki mapiraju po nivoima njihovog dospeća.

¹²⁵ Liquidity Risk Measurement and Management- A Practitioners Guide to Global Best Practices, edited by Leonard Matz& Peter Neu, John Wiley&Sons, Singapore, 2007, str.24

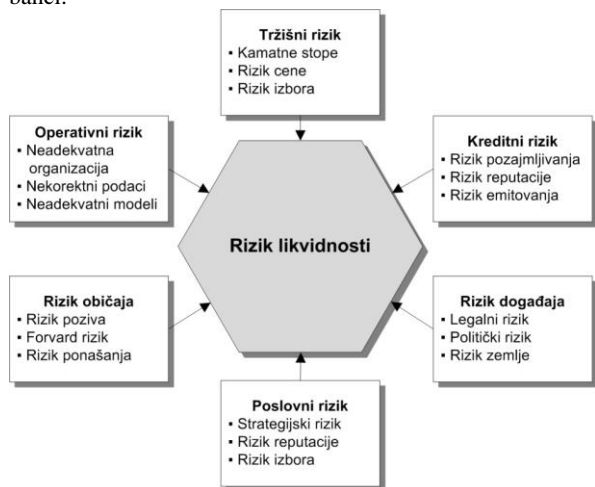
4. Uticaj rizika na GAP-ove likvidnosti banaka

Prema najčešće korišćenoj definiciji, likvidnost predstavlja kapacitet banke da ispunjava sve svoje obaveze plaćanja u rokovima kada one dospevaju u celini i u zahtevanoj valuti. Ništa manje značajna nije i druga definicija likvidnosti, po kojoj likvidnost predstavlja sposobnost banke da generiše gotovinu, da bi finansirala prikupljanje depozita po razumnoj ceni i u razumnom vremenskom okviru. Bez obzira kojoj bi se definiciji mogla dati prednost, likvidnost banke se može definisati kao „krvotok“ banke, bez koje banka ne bi mogla uspešno obavljati svoj svakodnevni bankarski posao.

Karakteristike likvidnosti banke počivaju na činjenici da ista treba da bude raspoloživa celo vreme, ne u proseku i ne pretežno tokom određenog perioda. Banka treba da je likvidna svaki dan, bez obzira na način na koji će to banka rešavati. Plaćanja treba da se izvršavaju na dan kada su dospela ili teorijski posmatrano banka treba da proglasi nelikvidnost, ako to propusti da izvrši. Statistički posmatrano, šanse da se ovo desi su minimalne. Ali, ako bi se to desilo, efekti bi bili veoma „loši“ i možda fatalni za banku. U pitanju je poverenje javnosti, posebno depozitara i štediša u banku, kose se teško i dugo stiče, a lako i brzo gubi.

Treba istaći da se rizik likvidnosti razlikuje po mnogim njegovim aspektima. Prvo, rizik likvidnosti predstavlja sekundarni rizik. To znači, da povećanje rizika likvidnosti uvek nastaje sa jednim ili više „špiceva“ drugih finansijskih rizika. Iz tog razloga, rizik likvidnosti se često naziva konsekvencijalnim ili posledičnim rizikom. Uobičajeno je da je glavna funkcija svake banke da obezbedi i likvidnost ekonomije, a ne da generiše krizu likvidnosti. Zato je teško i zamisliti, da neka banka ima problem likvidnosti bez nekih ranijih gubitaka koji se odnose na tržišne, kreditne, operativne ili druge finansijske rizike.

Treba imati u vidu činjenicu, da treba razlikovati likvidnost od kapitala banke, odnosno od sredstava banke. Da bi se uočile te razlike, treba komparirati pokrivenost rizika i likvidnosti sa drugim finansijskim rizicima, kao što su : tržišni rizik, kreditni rizik ili operativni rizik. Rizik likvidnosti predstavlja „opasnost“ od nemogućnosti ispunjavanja obaveza plaćanja, pri čemu je rizik likvidnosti samo jedan od elemenata ukupnih rizika koji mogu nastati u banci.



Slika br. 4. Rizik likvidnosti u spektru bankarskih rizika¹²⁶

Pokrivenost rizika likvidnosti je drukčija od pokrivenosti drugih finansijskih rizika. Sasvim je ispravno da banka zaštiti (ekonomski ili regulatorno) kapital neto vrednosti aktive od potencijalnih gubitaka. Adekvatni iznos je određen u okviru VaR modela (Value at Risk). Na ovaj način se vrši kalkuisanje distribucije gubitka tokom određenog perioda (1 dan, 10 dana, jedna godina) uz odgovarajući iznos akcijskog kapitala, držeći isti kao „branu“ protiv neočekivanih gubitaka i mogućeg rizika u izvesnom zadovoljavajućem intervalu (99%, 99,95%).¹²⁷

Ovaj dobro poznati okvir ne važi za rizik likvidnosti. Ovde je u pitanju činjenica, da treba rizik da zadovolji neto kumulativni izlaz (isplatu) gotovine u okviru određenog vremenskog perioda, počevši od jednog dana, pa do jednog meseca ili u dužem vremenskom periodu. Poznata je činjenica, da je kapital limitiran samo za taj zadatak. Ulaz gotovine treba da bude generisan umesto izlaza gotovine. To se može veoma lako postići prodajom visoko-likvidne aktive (državne kratkoročne obveznice) ili korišćenjem istih kao kolateral, za kratkoročni kredit u repo transakcijama, bilo na finansijskom tržištu ili kod centralne banke.

Rizik likvidnosti nastaje kao rezultat veličine i neusklađenosti dospeća aktive i pasive. Postoje tri osnovna scenarija koja karakterišu stanje likvidnosti u banci i njegovu neusklađenost u situaciji kada:

- (1) banka generiše budući deficit sredstava,
 - (2) banka generiše budući suficit sredstava,
 - (3) banka ne generiše ni deficit ni suficit sredstava.
- Navedene razlike između priliva i odliva sredstava, odnosno između pasive i aktive bilansa tanja banke proizrokuju GAP-ove ili raskorake likvidnosti banke, koji su prikazani u sledećem pregledu:¹²⁸

Pregled br. 3. Podaci vremenski i marginalnih profila i GAP-ova likvidnosti

Kategorije/ Dani	1	2	3	4	5	6
Aktiva	1000	900	700	650	500	300
Pasiva	1000	800	500	400	350	100
Gap	0	100	200	250	150	200
Amortizacija aktive		100	200	50	-	200
Amortizacija pasive		-	-	-	150	-
Marginalni GAP		200	300	100	-50	250
		100	100	50	-	50
					100	

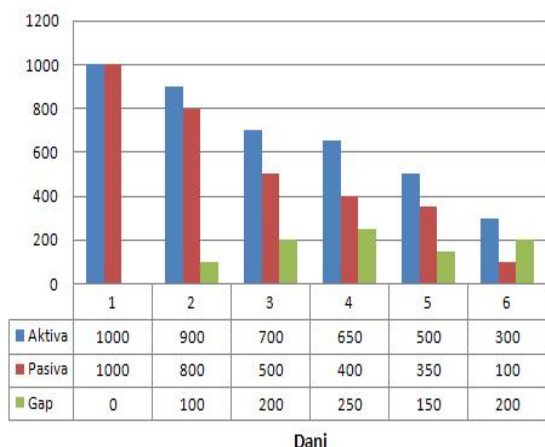
GAP-ovi mogu da budu: likvidni, marginalni, statički i dinamički. Najčešći profili GAP-ova su statički, koji se „kalkulišu“ projektovanjem aktive i pasive u bilansu stanja banke. Dinamički GAP-ovi uključuju projekcije novih kredita i dugova. Statički GAP-ovi likvidnosti predstavljaju razliku buduće projekcije postojeće aktive i pasive bilansa banke. Inkrementalni ili marginalni GAP-ovi predstavljaju razlike u varijacijama između dve granične vremenske

¹²⁶ Rudolf Duttweiler: Managing Liquidity in Banks. A top Down Approach, John Wiley & Sons, West Sussex, United Kingdom, 2009, str. 4

¹²⁷ Liquidity Risk Measurement and Management- A Practitioners Guide to Global Best Practices, edited by Leonard Matz & Peter Neu, John Wiley & Sons, Singapore, 2007, str. 15

¹²⁸ Joel Bessis: Risk Management in Banking, Third Edition, John Wiley & Sons, West Sussex, United Kingdom, 201, str. 275-276

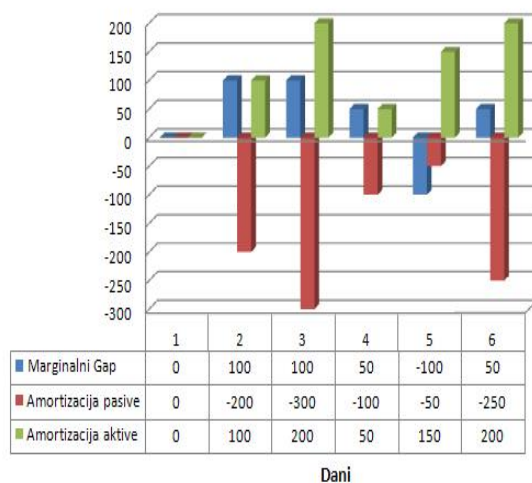
tačke. Radi veće preglednosti u radu će se grafički prezentovati vremenski profili GAP-ova likvidnosti i vremenskih profila marginalnih GAP-ova likvidnosti.



Grafički prikaz br. 1: Vremenski profil GAP-ova likvidnosti banke

Pozitivni vremenski GAP-ovi predstavljaju deficit i zahtevaju „nabavku“ sredstava, a negativni vremenski GAP-ovi pokazuju višak sredstava, koji treba menadžment banke da investira.

Vremenski profil marginalnih GAP-ova likvidnosti

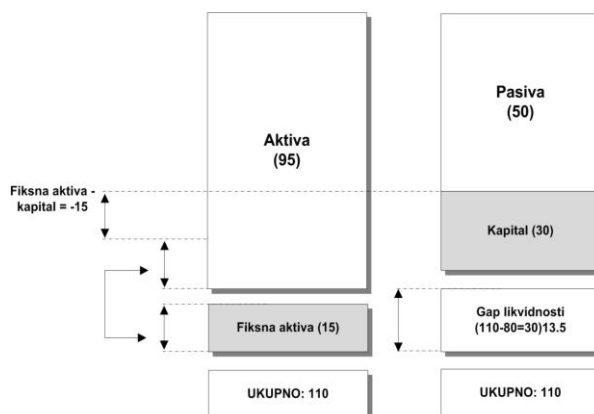


Grafički prikaz br. 2: Profil marginalnih GAP-ova likvidnosti banke

Marginalni GAP-ovi predstavljaju algebarske varijacije aktive umanjene za algebarske varijacije pasive u određenom vremenu (t, t-1). U ovom slučaju pozitivni GAP-ovi predstavljaju odliv sredstava banke, a negativni GAP-ovi priliv sredstava banke.

Krajni rezultat ove analize, što se može videti iz navedenih podataka i grafičkih prikaza, jeste da su kumulativni marginalni GAP-ovi jednaki GAP-ovima kalkulisanim na bazi bilansnog salda aktive i pasive. Fiksna aktiva i kapital u navedenom slučaju, iako nisu kamatonosna aktiva i pasiva, tj. ne donose prihode ni rashode banci, doprinose GAP-

ovima likvidnosti banke, kao što je to prezentovano u narednoj slici:



Slika br. 5: Struktura bilansa i GAP likvidnosti¹²⁹

GAP likvidnosti predstavlja razliku između ukupne aktive i pasive bilansa stanja banke $(95+15)-(50+30)=110-80=+30$. GAP između aktive i pasive i GAP između fiksne aktive i kapitala banke $(95-50)+(15-30)=+30$ jednak je GAP-u kao razlici između ukupne aktive i ukupne pasive bilansa stanja banke.

Bankarska teorija i praksa vrši segmentiranje rizika likvidnosti na:

- (1) strukturalne rizike likvidnosti,
- (2) nepredviđene rizike likvidnosti,
- (3) tržišne rizike likvidnosti.

Strukturalni rizik likvidnosti se odnosi na strukturu dugova, odnosno na rokove dospeća i transformaciju tekućeg bilansa u tokove gotovine individualnih pozicija. Nepredviđeni rizik likvidnosti pokazuje da budući događaji mogu zahtevati veće iznose gotovine, nego što je banka projektovala, da će isti biti potrebni. Tržišni rizik likvidnosti se odnosi na nemogućnosti prodaje aktivo po tržišnoj ceni ili približno tržišnoj ceni. Teoretičari likvidnosti ističu da navedena tri rizika utiču na reoblikovanje rizika likvidnosti kod velikog broja poslovnih banaka.

S obzirom da nelikvidnost banke može imati nesagledive posledice na celi sistem banke, neophodno je primenjivati različite stres scenarije prilagođavanja banke, kako bi se izbegle negativne posledice vezane za banku. Dosadašnja iskustva bankarskih analitičara pokazuju da likvidnost treba pratiti preko tekućeg dospeća i svakodnevnog novčanog toka priliva i odliva sredstava.

Smatra se da je neophodno posmatrati sve pozicije dospeća aktive i pasive u sledećim vremenskim periodima: (a) od 1-7 dana, (b) od 8-14 dana, (c) od 15-30 dana, (d) od 31-90 dana, (e) od 90-180 dana, (f) od 180-365 dana, (g) od 1-2 godine, (h) od 2-5 godina, (i) preko 5 godina.

Neusklađenost priliva i odliva sredstava može biti prisutna zbog toga što pozicije aktive i pasive ne rastu istom brzinom i u istom obimu. Kratkoročna neusklađenosti priliva i odliva

¹²⁹ Joel Bessis: Risk Management in Banking, Third Edition, John Wiley & Sons, West Sussex, United Kingdom, 201, str.. 280

sredstava (od 1 do 30 dana) ukazuju na poremećaje operativne likvidnosti banke, a neusklađenost u periodu do jedne godine ukazuje na potencijalni problem likvidnosti banke.

ZAKLJUČAK

Polazeći od činjenice da je ključni cilj poslovanja banke profit i tržišna vrednost njenih akcija, neophodno je likvidnosti banke posvetiti posebnu pažnju, bez obzira da li se radi o tekućoj ili perspektivnoj likvidnosti banke. Stoga je jedan od prioritarnih zadataka banke da prati kumulativnu neusklađenost priliva i odliva sredstava u određenom vremenskom periodu. Smatra se da je prvi indikator nelikvidnosti prisutan kada neusklađenost priliva i odliva sredstava banke premaši nivo od 20% prosečnih dnevnih vrednosti u vremenskom periodu od 20 dana u toku meseca.

Da bi se prevazišlo stanje nedostatka likvidnih sredstava, menadžment banke treba da je spreman da primeni operativne stres testove likvidnosti (pozicije do 15 dana) i upravljačke stres testove likvidnosti (pozicije do 30 dana). Primena stres testova podrazumeva ponderisanje pojedinih pozicija aktive (od 30% do 100% pondera) i pojedinih pozicija pasive (od 10% do 30%) Ukoliko je ponderisana aktiva veća od ponderisane pasive, to znači da banka može i u stresnim uslovima ispuniti zahteve likvidnosti, i obrnuto. Upravljački stres testovi likvidnosti banke mogu da ukažu na potrebu održavanja dugoročne finansijske stabilnosti i banke i u „retail“ i u „corporate“ segmentu poslovanja banke. To znači da u aktivi treba pratiti rast kredita i iste uskladiti sa rastom depozita (u pasivi banke). Isto tako se mogu pratiti i ulaganja u trajna sredstva banke i dinamiku rasta kapitala banke. Neophodno je istaći da upravljački stres test likvidnosti pokazuje: koliko je banka „otporna“ na prevazilaženje vanrednih i kriznih finansijskih situacija.

LITERATURA

- [1] Adam Alexandre: Handbook of Asset and Liability Management. From Models to Optimal Return Strategies, John Wiley & Sons, West Sussex, England
- [2] Bessis Joel: Risk Management in Banking, Third Edition, John Wiley & Sons, West Sussex, United Kingdom, 2010,
- [3] Ćurčić dr Uroš: Upravljanje rastom i performansama banke, Mladost Holding Color Print, Loznica, 2003
- [4] Duttweiler Rudolf: Managing Liquidity in Banks. A Top Down Approach, John Wiley and Sons, West Sussex, United Kingdom, 2009
- [5] Matz Leonard & Peter Neu, Liquidity Risk Measurement and Management- A Practitioners Guide to Global Best Practices, edited by John Wiley&Sons, Singapore, 2007,
- [6] Rose S. Peter.: Menadžment komercijalnih banaka, četvrto izdanje, prevod, Mate, Zagreb, 2003

- [7] Rose S. Peter, Hudgins C. Silvia: Banakarski menadžment i finansijske usluge, Data Status, Beograd, 2005,
- [8] Vunjak dr Nenad, Kovačević dr Ljubomir: Bankarstvo (Bankarski menadžment), Proleter a.d. Bečej, Ekonomski fakultet Subotica, 2010
- [9] Vunjak dr Nenad, Ćurčić dr Uroš, Kovačević dr Ljubomir: Korporativno i investiciono bankarstvo, Proleter a.d. Bečej, Ekonomski fakultet Subotica, BLC College, Banja Luka, 2009,
- [10] Vunjak dr Nenad, Ćurčić dr Uroš, Kovačević dr Ljubomir: Strategijski menadžment u bankarstvu Proleter a.d. Bečej, Ekonomski fakultet Subotica, Internacionalni Univerzitet Travnik, Subotica, 2011,

ОСИГУРАВАЈУЋЕ КОМПАНИЈЕ У УЛОЗИ ИНСТИТУЦИОНАЛНИХ ИНВЕСТИТОРА У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ

INSURANCE COMPANIES AS INSTITUTIONAL INVESTORS IN REPUBLIC OF SRPSKA

*Наташа Бошковић, Факултет пословне економије
Бијељина*

Резиме: Предмет рада је анализа стања на тржишту осигурања Републике Српске, са посебним освртом на обим и структуру инвестиционог портфолија осигуравајућих компанија у условима неразвијеног финансијског тржишта и неповољних утицаја свјетске финансијске и економске кризе. Тржиште осигурања у Републици Српској је од самог настанка погођено бројним проблемима. У поређењу са другим транзиционим земљама, ово тржиште осигурања је мање развијено. Карактеристике га доминирајућа обавезног осигурања од аутомобилске одговорности, неповољна структура премије и нелојална конкуренција. Упркос томе, тржиште осигурања биљежи константан, али благи раст у посљедњих неколико година. Осјетљивост инвестиционе активности посебно је дошла до изражаја током глобалне финансијске кризе, тако да је у посткризној периоду неопходно обратити посебну пажњу на инвестициони портфолио осигураваача, са аспекта ризика са којим се они суочавају. У раду ће бити приказано дјеловање осигуравајућих компанија у улози инвеститора у периоду прије, у току и након кризе, уз компарацију са тржиштима економски развијених земаља и сагледавање могућности примјене њихових релевантних искустава у Републици Српској.

Кључне ријечи: осигурање, инвестициони портфолио, финансијска криза, ризик инвестирања, Република Српска

Abstract: This paper deals with the analysis of situation of insurance market in Republic of Srpska with special reference to the scope and structure of the insurance companies' investment portfolio in times of undeveloped financial market and unfavorable impact of the global financial and economic crisis. The insurance sector has always been hit by numerous

problems. When compared with other transition countries, the insurance market in the Republic of Srpska is rather undeveloped. Since the motor vehicle liability insurance is dominant, the structure of premium is unfavorable and competition in this area disloyal.

However, the insurance market has marked constant but slow development in the last several years. The delicacy of investment activity has particularly been revealed during the global financial crisis, therefore in the post-crisis period it is necessary to pay special attention to insurers' investment portfolio, in terms of risk they are faced with. In this paper we will present how insurance companies operate as investors in the period before, during and after the crisis, compare it with the market in the well-developed countries and state whether it is possible to apply their relevant experiences in the Republic of Srpska.

Keywords: Insurance, investment portfolio, global financial crisis, investment risk, Republic of Srpska

1. УВОД

Осигуравајућа друштва су у развијеним финансијским системима једни од кључних институционалних инвеститора са значајним улагањима на финансијским тржиштима, као и у реалним облицима активе. Све се више наглашава значај животног осигурања, с обзиром на то да социјално осигурање у већини земаља свијета не пружа довољну економску заштиту.

Стање на тржишту осигурања Републике Српске је потпуно друкчије, и далеко је испод нивоа који је постигнут у развијеним земљама свијета. Улога осигуравајућих друштава као институционалних инвеститора је готово занемарива, а тржиште животног осигурања тек почиње да се развија.

Да би се стекао бољи увид у стање на тржишту, у оквиру првог дијела рада пажња ће бити посвећена и анализи макроекономских индикатора и сектора финансијских услуга у Републици Српској. У наставку рада биће ријечи о улози осигуравајућих друштава као институционалних инвеститора уз компарацију са тржиштима развијених земаља свијета. Последњи дио је посвећен анализи изазова и перспективе тржишта осигурања Републике Српске.

2. ТРЖИШТЕ ОСИГУРАЊА У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ

Тржиште осигурања у Босни и Херцеговини суочава се са бројним проблемима којима је неопходно озбиљно приступити. Карактеристике га подијељеност ентитетским границама што ограничава конкуренцију и тиме штети клијентима и потрошачима јер им онемогућава побољшање

квалитета услуга осигурања. Иако су током 2008. године, ради стварања јединственог економског простора на тржишту осигурања, а према директивама Европске уније, осигуравајућа друштва из једног ентитета почела отварати филијале у другом ентитету, ентитетска подијеленост тржишта једна је од значајнијих препрека за његов развој у будућности. Ни питање надзора није до краја регулисано. Наиме, присутан је кохерентан надзор над територијом БиХ, али га обављају двије ентитетске агенције за надзор, што није у складу са најбољим праксама развијених земаља и са усвојеном законском регулативом на европском нивоу.

Сектор осигурања Републике Српске надзире Агенција за осигурање Републике Српске, док сектор осигурања Федерације БиХ надзире Агенција за надзор осигурања ФБиХ. Основни законодавни оквир, како за спровођење надзора, тако и за функционисање друштава за осигурање представљен је у ТАБЕЛИ 1.

У наставку рада више пажње ће бити посвећено сектору осигурања Републике Српске (РС).

ТАБЕЛА 1. ЗАКОНСКА РЕГУЛАТИВА У БИХ

Босна и Херцеговина	
Закон о Агенцији за осигурање БиХ	
Закони из области осигурања у РС	Закони из области осигурања у ФБиХ
- Закон о друштвима за осигурање	- Закон о друштвима за осигурање у приватном сектору
- Закон о осигурању од одговорности за моторна возила и осталим обавезним осигурањима од одговорности	- Закон о осигурању од одговорности за моторна возила и остале одредбе о обавезном осигурању од одговорности
- Закон о посредовању у осигурању	- Закон о посредовању у приватном осигурању
- Подзаконски акти Агенције за осигурање у РС	- Подзаконски акти Агенције за надзор осигурања у ФБиХ

Сви наведени закони, као и подзаконски акти се могу погледати на интернет страницама Агенција: http://www.azors.rs.ba/azors/pod_akti.html, <http://www.nados.ba/bos/zakon/index.html> или <http://www.azobih.gov.ba/>

Агенција за осигурање РС (у даљем тексту: Агенција) постоји од 2006. године и основана је као самостална и непрофитна институција РС са својством правног лица. Агенција има регулаторну и надзорну функцију.

Финансијски сектор Републике Српске чине банке, микрокредитне организације, друштва за осигурање, добровољни пензијски фондови, лизинг друштва, инвестициони фондови и други учесници на тржишту капитала. У досадашњем периоду у Републици Српској није основан ниједан добровољни пензијски фонд, иако потребан законски оквир постоји од 2009. године. Надлежност за регулативу и надзор и у овој области је дата Агенцији.

2.1. Макроекономски индикатори и сектор финансијских услуга у Републици Српској

Познато је да од нивоа развијености једне земље зависи и развијеност сектора осигурања. Виши животни стандард становништва утиче на јачање свијести о значају осигурања и обрнуто, уколико је земља неразвијена, попут наше, ни тржиште осигурања не може бити на завидном нивоу усљед ниске платежне моћи становништва.

Да би се стекао бољи увид у стање на тржишту осигурања РС, кренућемо од анализе њених основних макроекономских индикатора.

Под утицајем свјетске економске кризе, у 2009. години је забиљежен негативан тренд просјечне реалне стопе раста БДП (ТАБЕЛА 2).

ТАБЕЛА 2. МАКРОЕКОНОМСКИ ИНДИКАТОРИ У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ (2008-2012)

Показатељ	Година				
	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Број становника (процјена у 000)	1.439	1.435	1.433	1.429	-
Номинални БДП (у 000 КМ)	8.489	8.243	8.308	8.670	-
Реална стопа раста	6,2%	-2,8%	0,80	0,80	-
Број запослених (у 000)	259	253	247	238	239
Број незапослених (у 000)	135	139	145	150	153
Просјечна нето плата (у КМ)	755	788	784	809	818
Стопа раста индустријске производње	16,8%	19,0%	5,0%	4,7%	-4,2%
Извоз (у 000 КМ)	1.922	1.673	2.178	2.562	2.374
Увоз (у 000 КМ)	4.146	3.567	4.053	4.584	4.487
Покривеност увоза извозом	46,3%	46,9%	53,7%	55,9%	52,9%
Инфлација (потрошачке цијене)	7,2%	-0,4%	2,5%	3,9%	2,1%

Извор: Припремљено према подацима Републичког завода за статистику РС

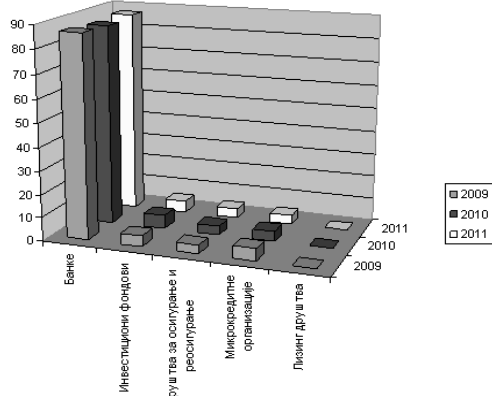
Од 2010. привреда полако почиње да се опоравља, док је према подацима Републичког завода за статистику РС, у првом, другом и трећем кварталу 2012. године поново остварена негативна стопа раста од 0,9%, 0,3% и 0,9%.

Продужени ефекат глобалне финансијске кризе осјетио се у Републици Српској и у 2011. Години, и то највише кроз изостајање већих капиталних инвестиција, успоренији привредни раст, пад извоза и раст незапослености. Финансијски сектор Републике Српске је, ипак, задржао стабилност. Од свих учесника, у 2011. години су само лизинг друштва остварила негативан финансијски резултат.

Сви фактори који негативно утичу на макростабилност земље одражавају се и на животни стандард становништва, што се рефлектује и на тржиште осигурања.

Ако погледамо структуру финансијског сектора Републике Српске (ГРАФИКОН 1), уочљиво је да доминантну улогу има банкарски сектор, са преко 85% учешћа у укупној активи финансијског сектора.

ГРАФИКОН 1. СТРУКТУРА СЕКТОРА ФИНАНСИЈСКИХ УСЛУГА У РС (2009-2011)



Извор: Припремљено према подацима Агенције за осигурање РС, Агенције за банкарство РС, Комисије за хартије од вриједности РС и Удружења друштва за лизинг БиХ.

Учешће осталих финансијских институција у структури сектора је готово занемарљиво. Финансијски систем у РС је изразито банкоцентричан систем, јер доминира финансирање банкарским кредитима а не емитовањем акција и обвезница на тржишту хартија од вриједности. Јачање институционалних инвеститора, прије свега осигуравајућих друштва и инвестиционих фондова, довело би до унапређења финансијског тржишта, што би се одразило и на цјелокупан економски развој земље. Ипак, иако је утицај свјетске економске кризе примјетан у свим сегментима привреде, осигуравајућа друштва су забиљежила благи напредак. Тако је у 2012. у односу на 2008. годину актива осигуравајућих друштва у РС увећана за 17,88%. (Агенција за осигурање РС, 2009. и 2012) Актива друштва за осигурање је у 2011. години први пут, од када се води и објављује званична статистика (2006), већа од активе микрокредитних организација и заузима треће мјесто. (Комитет за координацију надзора финансијског сектора Републике Српске, 2012, стр. 14)

Узроци слабе развијености сектора осигурања су дакле многобројни. Слаба потражња за производима које нуде осигуравајућа друштва у РС ограничава раст и разноврсност премија осигурања. Даље, развој сектора је лимитиран и недостатком великих домаћих институционалних инвеститора, што је између осталог посљедица и сталног одлагања реформе пензијског и здравственог система.

2.2. Структура премије осигуравајућих друштава

Осигурање представља механизам за прикупљање новчаних средстава, тј. за претварање великог броја ситних премијских уплата у крупна новчана средства. (Кочовић, Шулејић, Ракоњац Антић, 2010, стр. 324) Премија осигурања, као цијена осигурања која се формира на основу закона великих бројева и теорије вјероватноће, је најзначајнији извор средстава осигуравајућих компанија.

Један од показатеља који потврђује чињеницу да је тржиште осигурања Републике Српске неразвијено јесте управо структура премије осигурања. Низак животни стандард већине становништва РС, недостатак навике грађана да поред обавезног, користе и друге расположиве форме осигурања, као и недовољно развијена свијест о значају осигурања у великој мјери ограничавају напредак индустрије осигурања. Највећи дио премије потиче од производа неживотног осигурања, док је животно осигурање слабо заступљено (ГРАФИКОН 2). Поред тога, средства за покриће техничких резерви углавном се усмјеравају у неадекватне облике улагања, што додатно отежава пословање осигуравајућих друштва. Удио премија прикупљених по основу животног осигурања износи свега 8,32% од укупно прикупљене премије, што је доста испод нивоа који је присутан у развијеним земљама. Ипак, мора се истаћи да је остварен благи пораст, како укупно остварених премија, тако и премија по основу животног осигурања. Осигуравајућа друштва су за првих шест мјесеци 2012. године обрачунала премију у укупном износу од 71,4 милиона КМ, што је за 5,06% више него у истом периоду претходне године.

ГРАФИКОН 2. ОСТВАРЕНА ПРЕМИЈА/СТОПА РАСТА УКУПНЕ ПРЕМИЈЕ У ПЕРИОДУ ОД 2010. ДО 2012. ГОДИНЕ

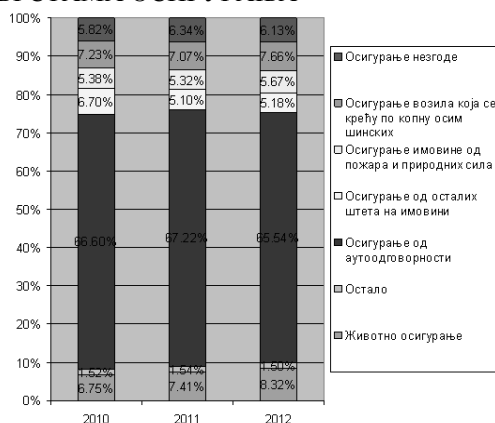


Извор: Агенција за осигурање РС, (2012), *Извјештај о стању у сектору осигурања Републике Српске*, Бања Лука. Доступно на: http://www.azors.rs.ba/azors/podaci/Izvjestaj_stanj%D0%B5_sektor%D0%B0_2012PG.pdf

У структури укупно остварене премије традиционално доминира премија по основу обавезног осигурања од аутоодговорности, са 65,54% у 2012. години (ГРАФИКОН 3).

Што је тржиште осигурања мање развијено, више доминирају различити облици обавезног осигурања. Ако погледамо земље у окружењу, проценат учешћа осигурања од аутоодговорности је далеко мањи. У Хрватској је у 2012. години износио 32,53%, у Србији 30,5%, а у Словенији 12,98%. (Хрватски уред за осигурање, <http://www.huo.hr/>; Словенско заваровално здружење, <http://www.zav-zdruzenje.si/>; Народна банка Србије, <http://www.nbs.rs/>)

ГРАФИКОН 3. СТРУКТУРА ПРЕМИЈЕ ПО ВРСТАМА ОСИГУРАЊА



Извор: Агенција за осигурање РС, (2012)

Јака свијест о значају осигурања и висока густина осигурања значе и мањи потенцијал за раст премија у будућности. Република Српска има најмању густину осигурања у региону, а међу најнижима у Европи. То уједно значи да ово тржиште има велики потенцијал за развој дјелатности осигурања у будућности. Укупно обрачуната премија по глави становника у 2010. години је износила 94,20 КМ, а у 2011. 99,22 КМ, што представља раст од 3,07%. Премија животног осигурања по глави становника је далеко испод просјека развијених земаља, и у 2010. години је износила 6,23 КМ, а у 2011. 7,17 КМ. (Комитет за координацију надзора финансијског сектора Републике Српске, 2012, стр. 30). Дакле, по свим значајним параметрима (премија по становнику, премија у односу на БДП, учешће премије животног осигурања у укупној премији) Република Српска се налази испод европског нивоа. Међутим, упркос препрекама у законском и институционалном оквиру, тржиште осигурања РС постепено напредује. Потребно је размотрити могућности да се порески подстакне животно осигурање и формулише дугорочна стратегија опште финансијске едукације.

3. ОСИГУРАВАЈУЋА ДРУШТВА КАО ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ИНВЕСТИТОРИ

Друштва за осигурање, као институционални инвеститори, једни су од најзначајнијих учесника на финансијском тржишту, прије свега на тржишту капитала. Посебно је наглашен значај институционалних инвеститора у земљама у транзицији с обзиром на њихова неразвијена финансијска тржишта, те значајан потенцијал за раст у будућности. Кључна улога осигуравајућих друштава се огледа у пружању посредне економске заштите. Поред тога, друштва за осигурање врше и друге функције међу којима је, посматрано са становишта доприноса привредном расту и развоју, најбитнија мобилизација финансијских средстава, тј. финансијско посредовање. Њихова инвестициона политика је вођена потребом обезбјеђења адекватних и предвидивих токова готовине током времена. Као резултат тога, осигуравајућа друштва теже да имају дуг инвестициони хоризонт и могу служити као извор стабилних и сигурних инвестиција у крзним периодима.

Доскорашња доминантна позиција банака је угрожена растућом улогом небанкарских финансијских институција, првенствено пензијских фондова, осигуравајућих друштава и инвестиционих фондова. То се може приписати савременим трендовима глобализације и дерегулације финансијских тржишта. (Кочовић, Ракоњац Антић, Јововић, 2011:144)

Циљ осигуравајућих друштава као институционалних инвеститора јесте да обезбиједи додатну ликвидност на финансијском тржишту, максимизирају профит уз прихватљив ниво ризика, те да прикупе ситан, слободни капитал и ставе га у функцију привредног раста и развоја. (Његомир, 2010:50) Уз то, осигуравајућа друштва не смију довести у питање благовремену исплату будућих обавеза према осигураницима.

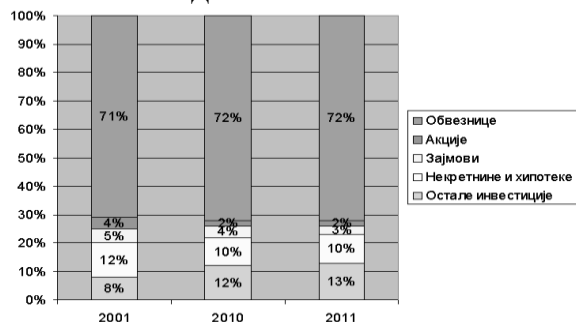
Расположива средства осигуравајућих друштава се могу инвестирати у три различита правца: куповина некретнина или директно одобравање хипотекарних зајмова, улагање у хартије од вриједности и депоновање новчаних средстава код банака и других финансијских институција. (Кочовић и сар., 2010:328) С обзиром на дјелатност коју врше, осигуравајућа друштва прије свега морају повести рачуна о сигурности својих инвестиционих подухвата. Приоритет се, дакле, даје принципу сигурности, па тек онда принципу ликвидности и профитабилности.

Структура инвестиционог портфолија осигуравајућих друштава зависи од тога да ли се она баве осигурањем живота или осигурањем имовине.

Осигуравајућа друштва која се баве животним осигурањем, с обзиром на природу уговора, имају

на располагању дугорочна средства која се могу инвестирати на дужи временски рок. Тако су инвестиције животних осигураваача углавном дугорочног карактера, с тим да је примарни инвестициони циљ сигурност главнице. (Rejda, 2003:541) Животни осигураваачи у САД-у највише улажу у обвезнице, које иако не доносе висок принос, представљају најсигурнији облик инвестирања (ГРАФИКОН 4). Учешће акција, које су по својој природи ризичнији облик пласмана, је готово занемарљиво.

ГРАФИКОН 4. СТРУКТУРА УЛАГАЊА ЖИВОТНИХ ОСИГУРАВАЧА У САД-У У 2001, 2010. И 2011. ГОДИНИ

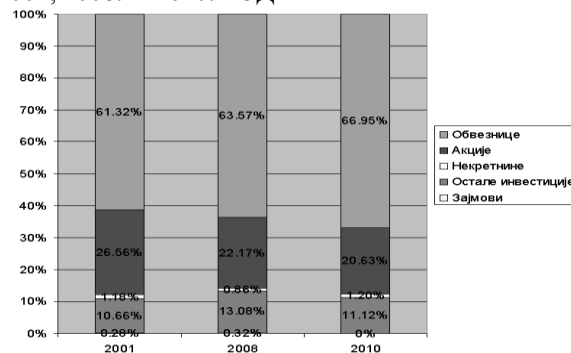


Извор: Припремљено према подацима: American council of life insurers (2012), *Life insurers fact book 2012*. Washington, DC. Доступно на: <http://www.acli.com/Tools/Industry%20Facts/Life%20Insurers%20Fact%20Book/Pages/RP12-007.aspx>

У односу на животно осигурање, уговори у неживотном осигурању су углавном краткорочни (најчешће једногодишњи). Та чињеница одређује и рочност обавеза које су, такође, краткорочне. Неживотни осигураваачи су због тога приморани да у свом инвестиционом портфолију првенствено држе веће количине ликвидне имовине (нпр. готовина, краткорочне хартије од вриједности), а потом дугорочне хартије од вриједности, као што су обвезнице и акције.

На основу података из ГРАФИКОНА 5. очљиво је да и у структури улагања осигуравајућих друштава која се баве неживотним осигурањем у САД-у доминирају обвезнице. Учешће акција је значајније него код животних осигураваача, с тим да се удио обвезница временом повећава, док удио акција опада.

ГРАФИКОН 5. СТРУКТУРА УЛАГАЊА НЕЖИВОТНИХ ОСИГУРАВАЧА У САД-У У 2001, 2008. И 2010. ГОДИНИ



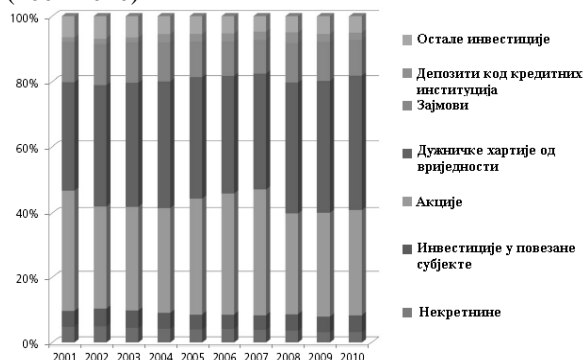
Извор: Припремљено према подацима са сајта: <http://www.oecd-ilibrary.org>

Укупна вриједност инвестиционог портфолија европских осигураваача у 2011. години је достигла вриједност од 7.740 милиона €. Тиме је настављен тренд превазилажења губитака који су настали током 2008. године под утицајем глобалне финансијске кризе. У току 2011. године вриједност инвестиционог портфолија европских осигураваача је увећана за 10,5% у односу на 2007. годину, а за чак 18% у односу на вриједност која је забиљежена током 2008. године. Највеће учешће у структури инвестиционог портфолија осигураваача имају Француска, Њемачка и Велика Британија (заједно учествују са преко 60%). (Insurance Europe, 2013, р. 33) У Великој Британији актива осигураваача је са 20% од БДП-а порасла на 100% од БДП-а у периоду од 1980-2009. (City of London, 2011, р. 7)

У структури инвестиционог портфолија европских осигураваача доминирају дужничке хартије од вриједности са фиксним приносом и акције заједно са осталим инструментима који имају варијабилни принос (ГРАФИКОН 6). У 2010. години удио ових инструмената заједно у укупном портфолију је износио 73%.

Заступљеност акција и обвезница у инвестиционом портфолију осигураваача зависи од тржишних кретања. У периодима тржишне неизвјесности састав портфолија обично тежи ка дужничким хартијама од вриједности. Насупрот томе, у стабилним тржишним условима повећава се удио акција и других хартија са варијабилним приносом.

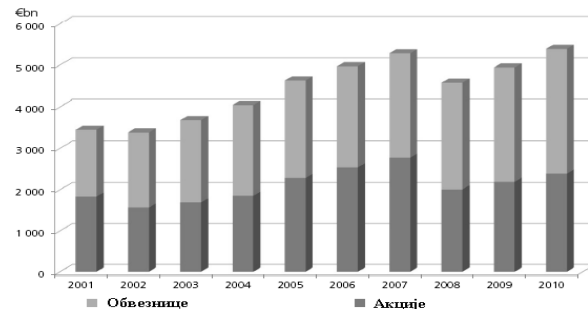
ГРАФИКОН 6. СТРУКТУРА ИНВЕСТИЦИОНОГ ПОРТФОЛИА ЕВРОПСКИХ ОСИГУРАВАЧА (2001-2010)



Извор: Insurance Europe (2013), *Statistics N°46, European Insurance in Figures*. Доступно на: <http://www.insuranceurope.eu/uploads/Modules/Publications/eif-2013-final.pdf>

У периоду од 2001-2010. учешће обвезница и других дружничких хартија од вриједности у укупној структури инвестиционог портфолија европских осигураваача је увећана за скоро 50% (ГРАФИКОН 7). Истовремено, учешће акција је у истом периоду повећано за приближно 30%. (Insurance Europe, 2013, p. 34)

ГРАФИКОН 7. УЧЕШЋЕ АКЦИЈА И ОБВЕЗНИЦА У ИНВЕСТИЦИОНОМ ПОРТФОЛИЈУ ЕВРОПСКИХ ОСИГУРАВАЧА



Извор: Insurance Europe (2013)

3.1. Инвестирање средстава осигуравајућих друштава у Републици Српској

У поређењу са економски развијеним земљама свијета, осигуравајућа друштва у Републици Српској немају велике могућности при обављању својих инвестиционих активности. Улога осигуравајућих друштава као институционалних инвеститора је готово занемарива. Разлози за то су првенствено неразвијеност и слаба ликвидност домаћег тржишта капитала, као и конзервативна инвестициона политика осигураваача.

Од финансијских инструмената, поред акција, обвезница и јако скромног износа трезорских записа, остали финансијски инструменти расположиви за инвестирање практично не постоје. (Комисија за хартије од вриједности РС,

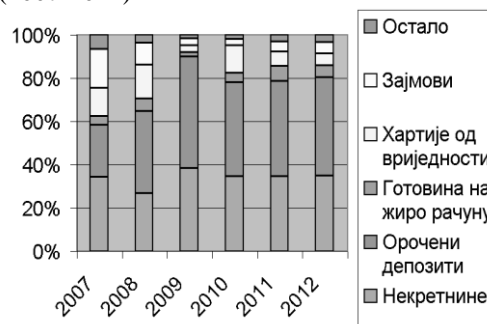
2012, стр. 9) Због јако ниске заступљености животног осигурања, осигуравајућа друштва не располажу довољном количином квалитетних другорочних средстава. Инвестициона политика осигураваача је због тога краткорочно оријентисана, са акцентом на очување ликвидности фонда.

Улагање слободних новчаних средстава друштава за осигурање у РС је регулисано „Правилником о висини и начину улагања средстава за покриће техничких резерви и минималног гарантног фонда друштава за осигурање“, који је 2010. године дефинисала Агенција. У правилнику је аналитички наведено на који начин одређене врсте средстава друштава могу бити улагана. Приликом улагања средстава за покриће техничких резерви друштва за осигурање морају обезбиједити одређени степен сигурности, рочне усклађености, ликвидности и разноврсности. (Више о томе у: Агенција за осигурање РС, Сл. гласник РС бр.131/10)

Главна карактеристика структуре улагања неживотних осигураваача у РС је недовољна диверзификација пласмана. Као што се може видјети на ГРАФИКОНУ 8, друштва већину својих средстава држе у некретнинама, које су међу мање ликвидним облицима имовине, а други дио се налази у банкама у виду депозита. Те двије ставке заједно, у 2009. години су чиниле чак 90% укупне вриједности пласмана.

На основу тих чињеница може се закључити да остварени приходи неживотних осигураваача у РС представљају приходе који су резултат осталих активности и послова који нису основна дјелатност друштава за осигурање.

ГРАФИКОН 8. СТРУКТУРА УЛАГАЊА СРЕДСТАВА ЗА ПОКРИЋЕ ТЕХНИЧКИХ РЕЗЕРВИ НЕЖИВОТНИХ ОСИГУРАВАЧА У РС (2007-2012)

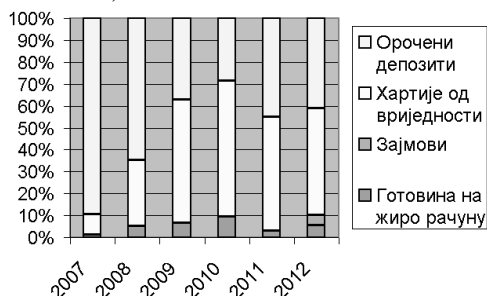


Извор: Припремљено према Извјештајима Агенције о стању у сектору осигурања РС <http://www.azors.rs.ba/azors/izvjestaji.html>

За разлику од неживотних, животно осигураваачи у РС претежно улажу у хартије од вриједности (ГРАФИКОН 9). Највише су заступљене домаће хартије, и то државне и муниципалне обвезнице. Од 2007. године, када је учешће овог вида пласмана животно осигураваача било најниже (свега 9,37%), ситуација је почела постепено да се

побољшава. Врхунац је постигнут у току 2010. године (62%), а потом слиједи лагани пад, и до краја 2012. оно износи 49% од укупног портфолија.

ГРАФИКОН 9. СТРУКТУРА УЛАГАЊА СРЕДСТАВА ЗА ПОКРИЋЕ ТЕХНИЧКИХ РЕЗЕРВИ ЖИВОТНИХ ОСИГУРАВАЧА У РС (2007-2012)



Извор: Припремљено према Извјештајима Агенције о стању у сектору осигурања РС <http://www.azors.rs.ba/azors/izvjestaji.html>

Фактор који би могао допринијети већој разноврсности и дисперзији портфолија животних осигураваача, свакако би била већа и квалитетнија понуда хартија од вриједности на Бањалучкој берзи.

Тржиште осигурања Републике Српске није директно погођено свјетском економском кризом, прије свега због мале изложености активе осигураваача тржишту вриједносних папира. Конзервативна инвестициона политика пак није резултат детаљних анализа, него прије недостатка знања из области осигурања.

4. ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗВОЈА ТРЖИШТА ОСИГУРАЊА КАО УСЛОВ РАЗВОЈА ИНСТИТУЦИОНАЛНИХ ИНВЕСТИТОРА

Основне препреке за напредак и развој сектора осигурања у БиХ, па самим тим и у Републици Српској су:

- потреба за бољим надзором како би се подигао ниво повјерења у осигураваче,
- непрофесионално дјеловање великог броја осигураваача,
- недовољно развијена свијест о значају управљања ризицима, како појединаца, тако и друштва, и
- макроекономско окружење и ефекти глобалне финансијске кризе. (Козаревић, 2011 : 512)

Унапређење законске регулативе из ове области и боља регулација тржишта допринијели би даљем напретку сектора. Добро регулисано тржиште би било много интересантније и за осигуравајућа друштва из других земаља. У Извјештају комитета

за координацију надзора финансијског сектора РС, посебно се истиче да је по питању унапређења законске регулативе из области осигурања потребно: повећати минималне захтјеве адекватности капитала друштва за осигурање и унаприједити институционални оквир за обавезно осигурање од аутоодговорности у складу са директивама ЕУ.

Осигурање од аутоодговорности је најзаступљенији вид осигурања код нас и уређење овог тржишта је континуирани задатак Агенције. На овом сегменту тржишта су присутни бројни проблеми, првенствено тешкоће и пропусти у примјени премијског система осигурања од аутоодговорности. Један од кључних изазова за тржиште осигурања у РС је дерегулација, тј. либеризација тарифа у овој врсти осигурања, што представља природан слијед у развоју тржишта.

У наредном периоду се очекују интензивнија усклађивања са директивама ЕУ. Према подацима Агенције, домаће тржиште још није у фази усклађивања са директивом Солвентност II, али се врше одређене припреме, нарочито у погледу едукације.

У будућности се може очекивати приступање БиХ пројекту Еуропа Re, чији је циљ повећање нивоа осигуравајућег покрића од ризика природних катастрофа и временских непогода, а намијењен је домаћинствима, предузећима, пољопривредницима и јавном сектору. Тај пројекат би донио значајне иновације и нова искуства на домаће тржиште осигурања.

Битна претпоставка за даљи и интензивнији развој тржишта је и подизање нивоа опште финансијске писмености, а унутар тога и културе осигурања. Подизање перформанси осигурања увећаће премију осигурања, а самим тим и резерве у осигурању које представљају извор средстава која се пласирају на финансијским тржиштима. То ће довести до развоја институционалних инвеститора у правом смислу ријечи.

4. ЗАКЉУЧАК

По својој основној дјелатности друштва за осигурање су саставни дио финансијског тржишта сваке националне економије. Временски период трајања уговора о осигурању (облигационог односа) осигуравачи користе за инвестирање прикупљених средстава, па су у економски развијеним земљама означени и као највећи институционални инвеститори. Иако се на тржишту осигурања Републике Српске у претходних неколико година биљежи благи напредак, и по питању организације самог тржишта и по питању остварених премија које континуирано расту, оно се ипак може окарактерисати као слабо развијено. Улога

осигуравајућих друштава као институционалних инвеститора скоро да и не постоји.

Осигуравачи у недостатку финансијских инструмената, а у настојању да слиједе основне принципе пословања, расположива средства највише улажу у депозите банака или у некретнине.

Значајније промјене у овом сектору финансијског система РС није реално очекивати у скоријој будућности из више разлога. Првенствено, док се не спроведу реформе пензијског и здравственог система, што је предуслов за оснивање великих домаћих институционалних инвеститора, и док се не повећа животни стандард становништва.

Један од великих изазова за домаће осигураваче ће свакако бити и процес придруживања Босне и Херцеговине Европској унији, и то са најмање два аспекта: како се прилагодити модерним финансијским тржиштима, те како процијенити ризике инвестирања у изузетно турбулентним економским околностима.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Агенција за осигурање Републике Српске. (2009, 2010, 2011, 2012). *Извјештај о стању у сектору осигурања Републике Српске*. Бања Лука. Преузето са сајта: <http://www.azors.rs.ba/azors/izvjestaji.html>.
- [2] Агенција за осигурање Републике Српске. (2010). *Правилник о висини и начину улагања средстава за покриће техничких резерви и минималног гарантног фонда друштава за осигурање*. (Сл. гласник РС бр.131/10) Бања Лука. Преузето са сајта: http://www.azors.rs.ba/azors/pod_akti/Pravilnik_vi_sina_ulaganja_2010.pdf.
- [3] Агенција за осигурање у БиХ. (2012). *Статистика тржишта осигурања у Босни и Херцеговини*. Сарајево. Преузето са сајта: http://www.azobih.gov.ba/cms/dokumenti/publika_cija-sr-11.pdf.
- [4] American council of life insurers. (2012). *Life insurers fact book 2012*. Washington, DC. Преузето са сајта: <http://www.acli.com/Tools/Industry%20Facts/Life%20Insurers%20Fact%20Book/Pages/RP12-007.aspx>.
- [5] Insurance Europe. (2013). *Statistics N°46, European Insurance in Figures*. Brussel. Преузето са сајта: <http://www.insuranceeurope.eu/uploads/Modules/Publications/eif-2013-final.pdf>.
- [6] Kozarević, S., (2011). Challenges and prospects of insurance sector in Bosnia and Herzegovina in the context of integration processes. *Druga Međunarodna konferencija "Ekonomija integracija: Izazovi i perspektive integracija zemalja Jugoistočne Evrope"*. Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli. Tuzla. 503-516.
- [7] Комисија за хартије од вриједности РС. (2012). *Извјештај о раду и стању тржишта хартија од вриједности за 2011. годину*. Преузето са сајта: <http://www.secrs.gov.ba/lzvjestaji/2011.pdf>.
- [8] Kočović, J., Rakonjac Antić, T., Jovović, M. (2011). The financial crisis impact on insurance companies investment portfolio structure.

Economic Annals, Volume LVI, (No 191), 143-161.

- [9] Кочовић, Ј., Шулејић, П., Ракоњац Антић, Т. (2010). *Осигурање*. Београд: Центар за издавачку делатност, Економски факултет.
- [10] Његомир, В. (2010). Осигуравајућа друштва као институционални инвеститори. *Рачуноводство, Vol. 54, (5-6)*. Београд: Рачуноводство доо и Савез рачуновођа и ревизора Србије. 50-68.
- [11] Rejda, G.E. (2003). *Principles of Risk Management and Insurance*, Pearson Education, Inc. USA.
- [12] City of London. (2011). *Insurance companies and pension funds as institutional investors: global investment patterns*. London. Преузето са сајта: <http://www.cityoflondon.gov.uk/search/results.aspx?k=insurance%20companies>.

ИНДЕКСИРАЊЕ ПЕНЗИЈА У ЕКОНОМИЈАМА ЕСА РЕГИОНА – АНАЛИЗА СРБИЈЕ И РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ

INDEXATION OF PENSIONS IN ECONOMIES ECA - ANALYSIS OF SERBIA AND REPUBLIC OF SRPSKA

*Проф. др Синиша Остојић, Универзитет у Новом Саду – Економски факултет Суботица
Доц. др Зоран Мاستило, Универзитет у Источном Сарајеву – Факултет пословне економије Бијељина*

Резиме: Најважнији параметар у систему пензијског и инвалидског осигурања у свакој земљи, засигурно је усклађивање пензија (индексација пензија). Овим параметром, жели се одржати и заштитити реална вриједност пензија. Тај циљ није лако остварити из разлога што су пензијски системи специфични и сваки засебно је посебна специфичност. Не може се изнаћи идеално рјешење, колико год пензијских система широм свијета, толико начина усклађивања пензија. Ни најразвијеније земље у Европи не могу се похвалити идеалним рјешењем око усклађивања пензија. Посљедице кризе су јасне у смислу погоршања постојеће финансијске равнотеже у државним пензијским системима путем снажног смањивања прихода државним пензијским фондовима по основу смањења уплате доприноса, усљед раста незапослености и рада на црно, док су у исто вријеме и пензијски системи покушали да задрже своје расходе на константном нивоу или чак и повећају своје расходе. То је резуловало у снажном смањењу вриједности финансијске имовине другог и трећег стуба чиме се дјелује на обезбјеђивање пензија у стубовима који су финансирани на основу личне штедње самих будућих пензионера. Стога, не постоји пензијски систем у овом региону који је тако структурисан да је имун на ефекте глобалне рецесије и кризе, те да су остали нетакнути од дјеловања посљедица глобалне кризе. Финансијска криза је врло брзо прешла у економску кризу са озбиљним посљедицама на све државне програме, укључујући и њихове пензијске системе. Регион ЕСА је снажно погођен и претходним кризама, што је водило само привременом преокрету ка снажном економском расту и повећању запослености, а са чим се упознала већина региона у претходној деценији. Током ове деценије већина земаља реформисала је своје пензијске системе. Поједине економије су вршиле само параметарске промјене, уз предузете остале озбиљније системске промјене. Већина земаља у региону одржава поједине елементе раста зарада у индексирању пензија повећавајући субвенције пензионерима након пензионисања, иако међународна најбоља индексација захтјева смањење као мјеру одговора на смањење

номиналних зарада. Пензијски систем Србије налази се на својеврсној раскрсници. Садашњи начин финансирања пензијског система Србије постаје фискално оптерећујући за буџет Србије. Влада Србије има низ опција за рјешавање овог проблема.

Кључне ријечи: Пензијски систем, усклађивање пензија, индексација, сиромаштво, фонд, незапосленост, просјечна пензија, пензионери, просјечна плата, закон о ПИО, средства за исплату пензија;

Abstract: The most important parameter in the pension and disability insurance in each country is the pension indexation (indexation). This parameter, aims to maintain and protect the real value of pensions. This goal is not easy to achieve because the pension systems specific and each individually is a special peculiarity. You can not find a perfect solution, as many pension systems around the world, so many ways of pension adjustments. Not even the most developed countries in Europe can boast an ideal solution to harmonize pensions. The consequences of the crisis are clear in terms of deterioration of the existing financial balance in the state - pension system by reducing the income of a strong state pension funds from reduced contributions due to rising unemployment and illegal employment, while at the same time, pension systems have tried to keep their expenditures at a constant level or even increase their spending. This resulted in a strong decrease in the value of financial assets of second and third pillar which operates on the columns providing pensions funded from private saving themselves for future retirees. Therefore, there is no pension system in this region which is so structured that it is immune to the effects of the global recession and crisis, and that intact from the effects of the global crisis. The financial crisis has rapidly moved into an economic crisis with serious implications for all government programs, including their pension system. Most countries have reformed a parametric changes, taken with other serious systemic change. Most countries in the region maintain some elements of wage growth in the indexation of pensions by increasing subsidies to pensioners after retirement, although international best indexation requirements decrease as a measure of response to the reduction in nominal wages. The pension system in Serbia is currently at a crossroads. The current method of funding the pension system in Serbia is becoming fiscally burdensome for the Serbian budget. The Government of Serbia has not a plan for dealing with this problem.

Key Words: The pension system, pension indexation, indexation, poverty, fund, unemployment, average pension, pensioners, the average wage, the law on pension and disability insurance, funds for the payment of pensions

УВОД

Глобална рецесија и финансијска криза у значајној мјери су утицали како на државне тако и на приватне пензијске системе у региону Европе и Централне Азије (ЕСА регион). Иначе, у овом региону углавном преовлађује државни први стуб пензијског и инвалидског осигурања и трећи стуб приватног добровљног пензијског осигурања, док је други стуб

релативно мање присутан у овим економијама¹³⁰. Глобална рецесија је, с једне стране, мотивисала, а са друге стране и приморала владе ових економија да изврше политичке, економске и социјалне промјене у одговору на растуће дефиците пензијских система са којима се ове економије суочавају.

Усклађивање пензија (индексација пензија) засигурно је најважнији параметар у систему пензијског и инвалидског осигурања у свакој земљи. Овим параметром жели се одржати и заштитити реална вриједност пензија.

Онај пензијски систем, који усклађивање пензија ријеша на најбољи начин, тј. на задовољство корисника права, имаће најмање проблема у свом функционисању.

Нема идеалног рјешења, нити га је могуће добити, али усклађивање пензија треба рјешавати на довољно подношљив и прихватљив начин, за све актере који су заинтересовани за усклађивање пензија.

Усклађивање пензија је институт којим се све пензије, без обзира у којој су календарској години остварене, сваке године повећавају или смањују на законом прописан начин¹³¹. „Старе“ пензије (пензије остварене до године на коју су пензије усклађују под истим условима) доводе се на ниво „нових“ (усклађених) пензија.

Данашњи пензијски системи полазе од претпоставке да обим права из пензијског и инвалидског осигурања није трајно дефинисан и непромјењив, већ да дијели судбину економских могућности друштва у којем се остварују. То значи да се формула за усклађивање пензија мијења како се мијењају економске могућности поједине земље. И много богатије земље од наше, са финансијски стабилнијим пензијским системом, тешко могу пратити усклађивање пензија са растом плата. Као могуће рјешење прихваћено је усклађивање пензија према расту трошкова живота и то једном годишње. Могуће је и усклађивање по тзв. швајцарском моделу, тако што би се пензије усклађивале 50% према трошковима живота, а 50% према расту нето плата, или пак коришћењем неког другог омјера ових стопа (нпр. Мађарска, Словачка). Када је у питању Република Српска, до доношења новог закона о ПИО РС С.Г. РС бр. 134/11 (нови закон), усклађивање пензија било је на начин како је прописано претходним законом, а оно је подразумијевало:

- усклађивање пензија на мјесечном нивоу,
- усклађивање пензија на годишњем нивоу (индексација).

Усклађивање пензија на мјесечном нивоу, било је регулисано одредбама члана 162. Закона о

пензијском и инвалидском осигурању¹³², којом је прописано да се пензије усклађују мјесечно, према стању средстава у Фонду ПИО намијењених за исплату пензија. Овај члан Закона наметнуо је високи представник за Босну и Херцеговину у циљу одрживости пензијског система. Анализе показују да је немогуће било ускладити обим права са финансијским могућностима Фонда да се та права ифинансирају. Зато се прибјегло оваквом начину, по принципу „подијели и усклади пензије у складу са својим могућностима“. У одређеним периодима то је имало за последицу исплату пензија по коефицијенту мањем од 1, што није увијек социјално прихватљиво. Овакав начин усклађивања пензија у Републици Српској био је све до доношења новог Закона о ПИО РС (реформског) који је битније промјенио начин усклађивања. Све земље ЕСА региона снажно су погођене глобалном финансијском кризом, а са аспекта дјеловања на њихове пензијске системе, најпре је готово шокирало фискалну позицију државних пензијских система, због чега су све земље започеле да разматрају и реализују промјену мјера економске политике које су усмјерене према кључним стубовима.

И ИНДЕКСИРАЊЕ РАСТА ПЕНЗИЈА У ЕКОНОМИЈАМА ЕСА РЕГИОНА – РЈЕШЕЊА У СРБИЈИ

Последице кризе су јасне у смислу погоршања постојеће финансијске равнотеже у државним пензијским системима путем снажног смањивања прихода државним пензијским фондовима по основу смањења уплате доприноса услед раста незапослености и рада на црно, док су у исто вријеме пензијски системи задржали своје расходе на константном нивоу или су их чак повећали. То је резултовало у снажном смањењу вриједности финансијске имовине другог и трећег стуба из које се обезбјеђују пензије у стубовима који су финансирани на основу личне штедње самих будућих пензионера. Стога не постоји пензијски систем у овом региону који је тако структуриран да је имун на ефекте глобалне рецесије и кризе, те да су остали нетакнути од дјеловања последица глобалне кризе.

Други проблем са којим ће се овај Регион сусрести, упркос снажном интензитету дјеловања финансијске кризе је демографска криза. Овај проблем је изражен у готово свим економијама, како оних у развоју, тако и економија са високим дохотком по становнику као и у целокупној западној Европи, што показује наредна табела (R. Holzmann, С. Feher, Н. von Gersdorff).

Дакле, економије овог региона не баве се дугорочним промјенама политике функционисања пензијских система, већ су, супротно, усмјерене на бављење краткорочним фискалним проблемима. Ма какво краткорочно реаговање требало би бити обухваћено стратегијом која би била усмјерена на рјешавање дугорочних изазова у пензијским системима. Та

¹³⁰ Anita Schwarz, at all. "Pensions in Crisis: Europe and Central Asia Regional Policy Note" November 12, 2009 ЕСА „Светска банка у ЕЦА регион укључује Албанију Јерменију Азербејџан, Белорусију, Босну и Херцеговину, Бугарску, Хрватску, Чешку Републику, Естонију, Грузију, Мађарска, Казахстан, Република Киргизија, Косово, Летонија, Литванија, Македонија, Молдавија, Црна Гора, Пољска, Румунија Руска Федерација, Србија, Словачка, Словенија, Турска, Таџикистан, Туркменистан, Украјина, и Узбекистан)

¹³¹ У пракси већине земаља не прибјегава се смањењу пензија, већ, у крајњем случају њиховом замрзавању.

¹³² Ради се о јединственом рјешењу пензијских система у Републици Српској и Федерацији БиХ.

Табела 1 - Учешће старог становништва и приход по становнику у одабраним регионима 2005. Година

Економије по групама и регионима	Учешће становништва укупној популацији у %		Доходак по становнику	
	Старијих од 60 година	Старијих од 65 год.	USA \$ номинална вредност	USA долар према ППП
СЕС регион	31.2	21.7	4,7264	11,6635
Економије у развоју	18.1	12.5	2,3333	5,7038
Економије са високим дохотком по становнику	33.4	23.1	25,2504	29,3216
Западна Европа	34.4	23.9	24,6168	29,2674

Robert Holzmann, Csaba Feher, Hermann von Gersdorff, (2009) "Were Financial Systems in CESE Countries Prepared for the Challenges of Multipillar Pension Reform?" у зборнику радова под насловом "Aging Population, Pension Funds, and Financial Markets", pp. 13-40

дугорочна фокусираност требало би да буде усмјерена на следеће чиниоце:

- заштитити куповну моћ пензионера и обезбједити фискалну одрживост финансирања пензијских система, дакле остварити оба циља током кризе и након кризе, кретањем ка пензијама које су индексирани само за износ инфлације¹³³,
- подстицање појединаца да раде више и дуже уз повећање старосне доби за одлазак у пензију, и изједначавање старосне границе за одлазак у пензију између жена и мушкараца као и обуздавање пријевременог пензионисања, и
- повећати јавну свијест о повећаном ограничењу могућности државних пензијских система о повећању пензија због повећања старости укупне популације.
- Поред тога, економије овог региона реформисале су своје државне пензијске системе са финансираним пензијским системима, односно увођењем другог и трећег стуба добровољног пензијског осигурања. На овај начин већина економија овог региона усмјерило се на :
- обезбјеђивање бољег осигурања за случај старости увођењем другог пензијског стуба праћењем животног циклуса портфолија или гарантовањем пензија,
- убрзањем регулаторних реформи које би подстакле раст стопе приноса на инвестиције доброољних пензијских фондова,
- изградња тржишта обвезница које би биле индексирани за износ инфлације, што би омогућило осигуравајућим друштвима да понуде ренте које су индексирани управо за износ инфлације

Финансијска криза је врло брзо прешла у економску кризу са озбиљним последицама на све државне програме, укључујући и њихове пензијске системе. Регион ЕСА је снажно погођен и претходним кризама, што је водило само привременом преокрету ка снажном економском расту и повећању запослености, а са чим су се упознали већина региона у претходној деценији. Током ове деценије већина

¹³³ Robert Holzmann and Ufuk Guven (2009) "Adequacy of Retirement Income after Pension Reforms in Central, Eastern, and Southern Europe-Eight Country Studies" The World Bank and ERSTE Stiftung, str. 1-59

земаља реформисало је своје пензијске системе. Поједине економије су вршиле само параметарске промјене, уз предузете остале озбиљније системске промјене. Брзо погоршање праћено падом БДП-а, запослености, вриједности имовине, као и фискалном (не)равнотежом, и располагање домаћим и страним финансијским средствима, водило је брзом погоршању ситуације за цјелокупни пензијски систем у региону и скорашња реаговања политике од стране власти у смислу одговора на кризу. Док се утицај кризе разликује у основи од економије до економије, неке опште поуке могу се извући из претходних искустава уз признање да анализе и препоруке неће бити примијењене на сваку економију, и да не постоји шематски план за реформу који би био пружен у различитим контекстима реформе, институционалним и реформе пензионих система у региону. Дакле, не постоји јединствено или пак унифицирано рјешење реформи пензијских система. Све анализе чине јаснијим чињеницу, да снажан утицај финансијске кризе блиједи уз поштовање наступајуће демографске кризе и да економије траже сигурност да, без обзира на активности које оне сада предузимају то не представља огромно финансијско оптерећење у поређењу са ограничењем с којим ће се оне суочити у будућности.

II СРБИЈА - ДОСАДАШЊИ РЕФОРМСКИ ПОКУШАЈИ

Досадашња институционална рјешења, односно закони о реформи државног пензијског система, настојали су да смање и ограниче пензијска давања, подизањем стандардне старосне границе за пензионисање, примјеном строжијих критеријума за остварење права на инвалидску пензију, увођењем система бодова у којем се пензије везују за доприносе и мјењањем основице индексације пензија након пензионисања. Но, као што се види и расходи за пензије и трансферна средства имају и даље високо учешће у БДП-у. Амандмани на Закон о пензијско-инвалидском осигурању из 2001. године, наложили су да се мушкарци пензионишу са навршених 63 године старости, а жене са 58 година, старости уз услов да имају 20 година радног стажа, а са 65 година старости за мушкарце и 60 година старости за жене уколико имају 15 година радног стажа. Најраније се може отићи у

пензију са 53 године, старости ако мушкарци имају 40 година радног стажа, а жене 35 година радног стажа. Ове граничне вриједности су важиле од јануара 2002. године, мада су они који су се раније пензионисали са мање година стажа наставили да примају своје пензије. Практично тај закон није умањио пензију оним пензионерима који су раније отишли у пензију и који

базиран је на систему бодова који је дефинисан Законом из априла 2003. године. По овом Закону, појединци акумулирају личне бодове на основу својих ранијих доприноса, као и на основу односа њихових доприноса према просјечној заради, с тим што се један бод додјељује по години стажа онима који зарађују просјечну плату, а више бодова се додјељује онима чија

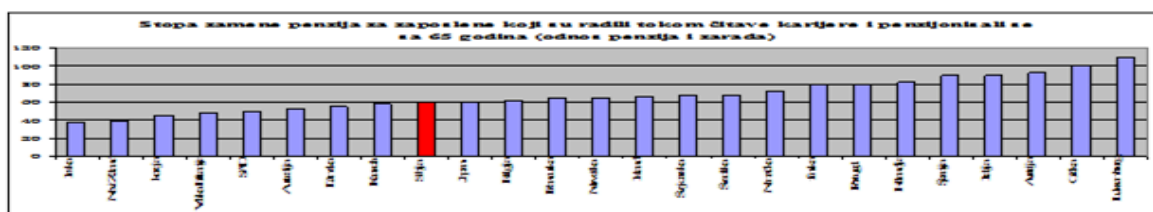
Табела 2. Динамика раста бруто зарада и продуктивности рада у Србији од 2001-2007. године

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Бруто зараде у %	16	30	14	11.1	6.8	11.4	14.1
Продуктивност рада у %	5.2	5.4	4.0	7.7	5.1	7.9	8.9

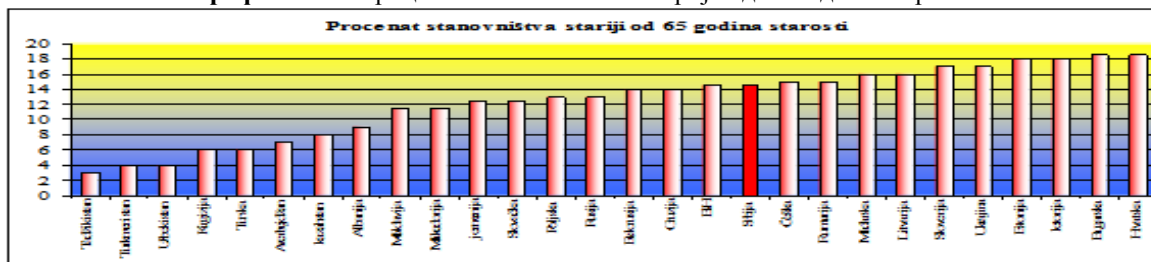
нису испуњавали нова правила. Дакле на основу институционалних рјешења пензије и даље настављају да се дефицитарно финансирају. Амандмани на Закон о пензијско-инвалидском осигурању из 2005. године, елиминисали су опцију пензионисања са навршених 63 односно 58 година, старости за мушкарце, односно за жене са 20 година радног стажа, али су омогућили да се она постепено измјени у периоду између 2008. и 2011. године. Од 2009. године, мушкарци могу да се пензионишу са навршене 64 године ако имају 18 година радног стажа док жене могу са 59 година живота уз 18 година радног стажа. Закон из 2005. године, је такође смањио границу пријевременог одласка у пензију на 50 година за поједине професије (овлашћена службена лица у смислу прописа о вршењу унутрашњих послова и

је зарада одговарајуће пута већа од просјечне зараде. Инвалидске пензије се одређују исто као и старосне пензије, али се дужина стажа повећава за 2/3 разлике између година старости особе и 53 и 1/3 разлике између 53 и релевантних година одласка у пензију, а на тај начин се имплицира да у случају да је појединац био здрав, радио би 2/3 времена док не напуни 53 године старости, што је најраније време за одлазак у пензију, а само 1/3 би радила до нормалног испуњења старосног услова за одлазак у пензију. Чланови породице умрлог осигураника добијају 70% пензије уколико постоји само један члан, уколико постоје два члана они између себе дијеле 80%, уколико постоје три члана 90% и за четири или више чланова 100%. Породичне пензије (чланова породице умрлог осигураника) израчунавају се на

Графикон 1. Пензијске стопе за запослене који су радили пун стаж и пензионисали се са 65 година



Графикон 2. Процент становништва старије од 65 година старости



припадници Безбедносно-информативне агенције; запослени у Министарству иностраних послова који раде на пословима на којима се стаж осигурања рачуна са увећаним трајањем и неки други. Испуњавање услова за инвалидску пензију на основу повреде на раду је одмах примјенљиво без обзира на претходно плаћање доприноса. Уколико повреда није повезана са радом, појединац мора да има 5 година уплаћених доприноса, с тим што ће услови за испуњење критеријума бити лакши за оне који су били млађи од 30 година у вријеме настанка повреде. Инвалидске пензије се додјељују онима који нису способни да обављају ниједну дјелатност у складу са примјерима међународне праксе. Слично томе, да би особа која је умрла могла да остави пензију живим члановима породице потребно је најмање 5 година уплаћивања доприноса. Обрачун пензије

основу барем 20 година доприноса, без обзира на стваран број година доприноса. Удовице имају право на пензију са навршених 48 година, живота осим уколико се брину о дјечи. Удовци стичу право на породичну пензију са навршене 53 године живота осим уколико се брину о дјечи. На основу закона из 2005. године ове старосне границе се помјерају на 50 за удовице и 55 за удовце. Релевантна старосна граница за удовице у 2009. години јесте 49, а за удовце 54 године старости. ДјЕСА-сирочићи имају право на породичну пензију до навршених 15 година живота осим уколико студирају, а ако је то случај, старосна граница може ићи чак и до 26 година старости. Инвалидно сироче добија пензију доживотно. Остали чланови породице који су зависили од запосленог, као што су родитељи или браћа и сестре могу стећи право на пензију уколико нема брачног друга

и дјече. Уколико брачни друг и дјЕСА постоје, ови остали чланови породице могу да полагају право на разлику између 100% и пензије додјељене члановима уже породице. Кратак приказ главних карактеристика државног пензијског система слиједи.

Високи издатак за садашњи ниво пензија у Србији погоршавају двије одлике по којима се Србија, у различитој мјери, разликује од ОЕЦД земаља са високим дохотком. Као прво, Србија је земља са старијом популацијом. Као што је на графикану 6 приказано, од земаља Европе и централне Азије (ЕСА регион), које већ спадају у „најстарије— на свијету, Србија је међу старијих 40% са 14,4% становника од 65 и више година старости. Србија такође има и нижи проценат радно активне популације, која се обично дефинише као особе узроста од 15 до 64 године: 67%. Као посљедица тога, постоји мање радника који издржавају већи број пензионера него у многим другим земљама. Друго, процес економске транзиције у Србији довео је до тога да постоји релативно висок удио старије популације која прима пензије из пензијског фонда, а релативно низак удио радно активне популације која плаћа доприносе. У исто вријеме, и сам процес транзиције драматично је промјенио формално тржиште рада, пошто су велика државна предузећа која су нудила доживотно запослење приватизована, смањена и подјељена на мања предузећа, која су морала флексибилно да одговоре на економско окружење у развоју. Ово је довело до растуће незапослености и пораста неформалног тржишта рада. Иако су се појавила нова, приватна предузећа, било је тешко наметнути им законодавство у вези са доприносима за пензије. Пад броја радника у формалног сектору довео је до слабог обухвата радно активне популације што доводи до слабог прикупљања прихода. На тај начин пензијски фонд Србије, прелази из фонда дефинисаног на бази уплаћених доприноса у фонд на бази дефинисаних пензијских накнада. Врло је битно постало питање одређивања износа пензија унапријед, а мање је битно колики је износ доприноса, па је и то разлог зашто је фонд подфинансиран. Критеријуми за испуњавање услова за одлазак у пензију су такође врло флексибилни. Разлог је великим дијелом и то што постоје разни аранжмани који дозвољавају да особа прима пензију прије него што наврши 65 година старости. Графикон 7 показује дистрибуцију корисника Пензијског фонда за запослене. Како је приказано, само 60% корисника има навршених 65 и више година. Од преосталих 40%, 45% прима старосне пензије, 32% инвалидске пензије и 23% породичне пензије.

III. ЗАКОНСКО И ИНСТИТУЦИОНАЛНО УСКЛАЂИВАЊЕ ПЕНЗИЈА У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ

Усклађивање пензија на годишњем нивоу (индексација) како је било прописано предходним законом, регулисано је одредбама члана 160. Закона, а врши се тако што се пензије повећавају или смањују према кретању нето плата у Републици у години која претходи години за коју се врши исплата пензија.

Могућност усклађивања пензија, разматра Управни одбор Фонда ПИО РС сваке године, а пензије се обавезно усклађују када се за то стекну услови. Овакав институт усклађивања (индексација) пензија, требао би

да обезбједи, да се реална вриједност износа пензије у тренутку остваривања права, одржи кроз читав период. У пракси већине земаља не прибјегава се смањењу пензија, већ, у крајњем случају њиховом замрзавању, односно очувању достигнутог нивоа.

Пензијски системи у ентитетима (РС и ФБиХ) имају јединствена рјешења кориштења права и морај (што је уставна обавеза) обезбједити, да се под истим условима обезбјеђују иста права свим корисницима.

Врло битно је нагласити да је прво усклађивање пензија било у марту 2007. године, када су пензије усклађене на ниво 2005. године, да би се у мају 2008. године, пензије ускладили на ниво 2006. године. Тада је Управни одбор Фонда ПИО донио дјелимичну одлуку о усклађивању пензија, у нивоу од 6%, иако је имао обавезу да тај ниво буде 12% у односу на постојећи ниво пензија. Управни одбор, руководио се са финансијским могућностима Фонда, те одлучио да се усклађивање изврши за 6%, што значи да су тада пензије у РС повећане за 6%. Других 6% остало је као задатак Фонду и Влади да обезбједе додатна средства, како би извршили потпуно усклађивање пензија на ниво 2006. године, а везујући их за просјечну плату 2005. године, као години која претходи години, у којој се пензије усклађују. Тај задатак Фонд и Влада, до до 31.12.2012. године, нису никада испунили према корисницима права. Разлог за такав поступак, није познат.

Како су финансијске могућности пензијског Фонда РС пресудне за редовно усклађивање пензија, а познавајући чињеницу да су све пензије у РС доведене на ниво пензија из 2006. године (дјелимично), као и на чињеницу да је достигнут мјесечни коефицијент исплате пензије 1,06 приликом исплате пензија постоје двије могућности:

- задржати постојеће стање са дјелимично усклађеним пензијама на ниво 2006. године, и коефицијентом исплате 1,06 или
- извршити усклађивање на 2012. годину, што би, без додатних извора финансирања, коефицијент исплате значајно умањило испод један.

Којој ће се опцији дати предност зависило је од Фонда ПИО и његовог Управног одбора. Нажалост задржало се постојеће стање без и једне опције, цијенећи да ће овај проблем бити ријешен кроз Стратегију реформе пензијског система РС, као и доношењем новог Закона о пензијском и инвалидском осигурању који је усвојен 2011. године. Исти је објављен у СГ РС бр. 134/11, чија примјена је почела од 1.01.2012. године. Питање усклађивања пензија у РС кроз стратегију реформе пензијског система, довољно је анализирано уочени су проблеми и заостаци усклађивања пензија. Међутим, стратегијом није дефинисано како рјешити заостала усклађивања пензија, с обзиром да је задње усклађивање пензија било дјелимично ниво 2006. године, а да данас живимо у 2013. години. Од дјелимичног усклађивања пензија из 2006, до 31.12.2012. године, није извршено ни једно усклађивање пензија у Републици Српској.

Забрињава чињеница да су у том периоду трошкови живота, потрошачка корпа и животни трошкови грађана значајно повећани, а пензије су остале на истом нивоу, односно усклађивање није вршено са растом нето плате у РС. У том периоду значајно је порасла и просјечна плата у РС, што говори да се корисници права у РС, све више приближавају екстремној зони сиромаштва. Стратегија Реформе пензијског система у РС морала је да понуди правично рјешење усклађивања пензија за период за који није вршено усклађивање, а то је период

(1/2 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, као и прелазне године 2011, 2012) година. Ако се стратегијом рјешење и пропустило, онда засигурно се то питање морало рјешити кроз ново законско рјешење (реформски закон). Комисија за реформу ПИО и израду закона била је скоро иста. Начин како је то ријешено новим законом није правично рјешење и није у интересу корисника права, с обзиром да је прескочено усклађивање пензија и њихово везивање за раст нето плата у РС за године које су напријед наведене.

У документу који се зове Стратегија радана група је овлаш констатовала сљедеће:

Постојеће усклађивање врши се према непрецизним законским формулацијама ("могућност усклађивања", "обавезно усклађивање кад се стекну услови"), што доводи до тога да се "касни" са годином на коју су усклађене пензије. Позитивна страна је што су за исте услове номинално исте пензије без обзира на датум остваривања права и што је стопа замјене иста за исти пензијски стаж.

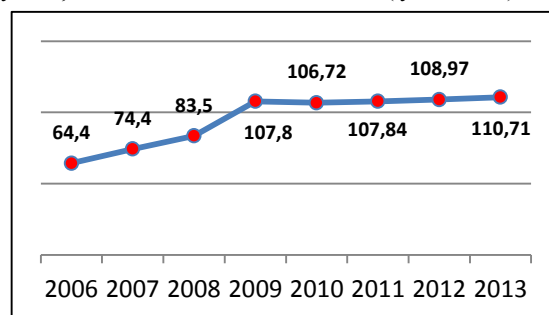
Анализираћемо најидеалнију ситуацију да су пензије у РС усклађиване годину за годином. Тада би имали усклађене пензије на ниво 2012. године. Да данас имамо такво стање, морало би се израчунати колико би Фонду ПИО било потребно финансијских средстава на мјесечном нивоу да би исплатио усклађена права. Налази те анализе у финансијском смислу били би веома тешки и неподношљиви за Фонд ПИО, који је пензије усклађивао у складу са финансијским могућностима. У таквом амбијенту усклађивања пензија у РС произвео се јаз између оног нивоа средстава који је требао бити исплаћен на мјесечном нивоу према корисницима права и оног нивоа средстава којим је Фонд располагао на мјесечном нивоу и исти исплаћивао. Нажалост стратегија реформе пензијског система у РС није понудила начин рјешавања тог јаза. Упркос томе, у новом Закону о пензијском и инвалидском осигурању СГ. РС. бр. 134/11, усвојен је сасвим други модел усклађивања пензија. Мислимо да је прво требало рјешити предходни проблем неусклађивања пензија, а онда понудити ново законско рјешење. Ново законско рјешење прихватљиво је, а усклађивање пензија вршиће се у складу (цитирамо):

- Вриједност општег бода из члана 48. овог закона усклађује се од 1. јануара сваке године, почев од 2013. године, према проценту промјене просјечне нето плате у Републици у претходној години.
- Пензије остварене до 31. децембра, претходне године усклађују се од 1. јануара, сваке године, почев од 2013.

године, према проценту који представља половину збира процента промјене просјечне нето плате и процента промјене потрошачких цијена на годишњем нивоу у Републици у претходној години.

Оно што представља највећи апсурд, а што по Закону јесте, да је Фонд ПИО РС у јануару 2013. године, ускладио пензије у РС, у складу са чланом 82 и 83. новог Закона, осим минималних пензија које су у РС одређене у пет нивоа. Усклађивање пензија (индексација) извршена је на више, у релативном износу 1,6%. Управни одбор Фонда ПИО РС у јануару 2013. године, донио је одлуку да се усклађивање пензија, не односи на кориснике права који примају минималну пензију, како је прописано законом у пет нивоа, што мислимо да је погрешно. Законом је одређено да минимална пензија не може бити мања од износа који је прописан овим Законом. Не постоје ограничења, за усклађивање на више. Према томе, ови корисници права су још једном оштећени. Оно што је мањкавост овог усклађивања јесте, да је основица за усклађивање, била година када су пензије последњи пут усклађиване, на основу просјечне зараде, а то је 2005. година, кад је вриједност бода свођена на ниво просјечне плате из 2005. године. Мишљења смо да је основица за усклађивање пензија, требало да буде доведена на ниво 2012. године, са нивом просјечне плате из 2012. године. Корисници минималне пензије у РС, одлуком Управног одбора из јануара 2013. године, дискриминисани су и оштећени. Сљедеће анализе показује огроман јаз између могућности да су пензије усклађене са нивоом 2012. године и званично усклађених и исплаћених пензија.

График 3. Износ средстава на мјесечном нивоу потребан за исплату пензија по коефицијенту 1, са усклађивањем на ниво 2013. године. (у мил. КМ)



Извор: Стратегија реформе пензијског система у Републици Српској, са допуном аутора;

График 4. Графички приказ просјечно исплаћене пензије, просјечне пензије која је требало да буде исплаћена да су пензије усклађене на ниво 2012. године и разлике између ове двије величине.



Износи означени жутом бојом са црном подлогом представљају просјечну пензију која је требало да буде исплаћена да су пензије усклађиване са нивоом 2012. Године **Извор:** Графикон је дјело аутора, коришћени подаци Фонда ПИО РС;

Табела 3. Кључно је, просјечно исплаћене пензије, просјечна пензија која је требало да буде исплаћена да су пензије усклађене на ниво 2012. године и разлике између ове двије величине;

Показатељ	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Феб. 2013.
1. Просјечна плата у РС (нето)	521	585	755	788	784	809	817,58	811
2. Просјечна пензија која је требала бити исплаћена да су пензије усклађиване са нивоом 2012. године	326,02	367,12	398,64	490,85	471,61	426,54	431,01	437,90
3. Просјечно исплаћена пензија по годинама	209,83	230,10	297,37	319,88	320,83	320,82	311	314,70
4. Разлика између просјечне пензије која је требала бити исплаћена и оне која је званично исплаћена у апсолутном износу (2-3)	116,19	137,02	101,27	170,97	150,78	105,72	120,01	123,20
5. Учешће просјечне пензије у просјечној плати да су пензије усклађиване на ниво 2012. године (2/1x100)	63 %	63 %	53 %	63 %	61%	52,73%	52,72%	53,99%
6. Учешће просјечне пензије у просјечној плати према званичним подацима (исплаћене пензије) (3/1x100)	40,27 %	39,33 %	39,39 %	40,59 %	40,92 %	39,65 %	38%	38,80%

Извор: Табела је дјело аутора, кориштени подаци Фонда ПИО РС, www.fondpiors.org

У следећој табели приказаћемо, ниво просјечне плате у РС по годинама, ниво просјечне пензије да су пензије усклађиване на ниво 2012. године, ниво просјечне пензија према званичним подацима која је исплаћена у РС, разлика између просјечне пензије која је требало да буде исплаћена да су пензије усклађиване на ниво 2012. године, и просјечне пензије која је исплаћена према званичним подацима. Даља анализа садржи учешће просјечне пензије која је трбало да буде исплаћена да су пензије усклађене на ниво 2012. године, у просјечној плати и учешће просјечне пензије која је исплаћена према званичним подацима у просјечној плати (2006-2012).

ЗАКЉУЧАК

Пензијски систем Србије налази се на својеврсној вододјелници. Садашњи начин финансирања пензијског система Србије постаје фискално оптерећујући за буџет Србије. Влада Србије има низ опција за рјешавање овог проблема. Прво, како би смањила просјечан ниво пензија на ниво који је више у складу са могућностима финансирања српског буџетског система, Влади се предлаже да задржи договорено замрзавање нивоа пензија у 2009. и 2010. години, а након тога да се врати на метод индексирања који је утврђен у Закону о пензијама из 2005. године. Замрзавање у 2009. и 2010. години, имаће изузетно велики утицај на учешће пензијских расхода. Мада су политички притисци снажно уперени у правцу даљег повећања пензија искључиво на основу раста зарада. Након замрзавања пензија, предлаже се увођење индексирања пензија само на бази инфлације и на бази општег бода (који одређује ниво пензијских давања у вријеме пензионисања), као и на накнадне исплате пензија што ће успорити стопу раста просјечног номиналног нивоа пензија и смањити укупни ниво пензијских расхода као процента учешћа у БДП-у. Као што је приказано на графикону 6, комбинација замрзавања у 2009. години, са повратком на индексирање само према инфлацији након тога смањила би укупне трошкове за пензије са 14% БДП-а у 2010. години, на 12,6% БДП-а до 2015. години, и 11,3% БДП-а у 2020. години. Продужетак замрзавања и на 2010 години, додатно би смањило пензијске расходе на 12,7% БДП-а у 2010, 11,8% у 2015. и 10,7% у 2020. години. Друго, смањити пензије за превремене пензионере. Влада би могла да размотри промене у параметрима за пензије. Могао би, на пример, да смањи ниво пензија за оне који су се превремено пензионисали, чак и ако испуњавају критеријуме у вези са плаћањем доприноса. У већини земаља се смањују пензије за

превремене пензионере, постоји смањење пензија обрачунава на основу броја година за превремено пензионисање. Концепт, који је у основи о обрачунатим смањење везаним за одржавање укупне вредности пензијског пакета, без обзира на године живота у пензију. Ако је нормално време за одлазак у пензију 65 година и очекује се да буду особе од 65 до 15 година још живе, појединца који одлази у пензију са 62 година у пензију пријему најмање наредне три године и да ће добити 20% више пензију од особе која у пензију са 65 година, ако имају исти ниво пензије. Већина земаља би онда смањила ниво пензије за шездесет година до 20% на вредност пензијских давања који је једнак које појединцу са 65 година. Треће, ограничити број година превременог одласка у пензију. Већина земаља такође ограничити број година превременог одласка у пензију. Као што је раније поменуто, у Србији дозвољено превремено пензионисање, али са 53 године за мушкарце са 40 година уплаћених доприноса, а практично дозвољава пензионисање у било које старосне групе, за оба пола, са 45 година уплаћених доприноса. Ограничити број година за превремени одлазак у пензију је неопходне амандмане да се смањи пензије за превремене пензионере. Пензије би требало да спријече сиромаштво у старости. Уколико се људима дозволи да се прерано пензионисају (уз одговарајућа обрачуната смањења њихових пензија), то би довело до нивоа пензија који су сувише ниски да би постигли ту сврху. Усклађивањем пензија, вршено на начин како је написано у овом раду, корисници права у РС сигурно нису задовољни. Анализирајући Закон о ПИО РС бр (нови закон) видљиво је да је овај Закон прописао у чл. 82. да се вриједност општег бода усклађује од 1. јануара сваке године, почев од 2013. године, на начин да су пензије остварене до 31.12. предходне године, усклађују према проценту који представља половину збира процента промјене просјечне нето плате и процента промјене потрошачких цјена на годишњем нивоу у Републици у предходној години. Усклађивање пензија прописано на овакав начин (новим законом), врши се у већини земаља које имају уређене пензијске си стеме и коректно је. Оно што је спорно, а што представља разлог за велико незадовољство корисника права у РС, јесте зашто новим Законом није прописано, како рјешити прескочени период од 6,5 година, када пензије у РС нису уопште усклађиване. Ово је озбиљно питање и не смије остати неријешено. Свакако је то додатно утицало на лош стандард корисника права у РС, чији је материјални положај већ био упитан. Знајући да је подлога за доношење новог закона, била усвојена Стратегија за реформу ПИО у РС, која је такође

лоцирала овај проблем, али за исти није понудила никакво рјешење, морало се изнаћи рјешење за превазилажење овог проблема. Не може се нико похвалити добром намјером, (законодавац, Фонд, Удружење пензионера, аналитичари, медији итд.) да је ово горуће питање у пензијском систему РС, желио рјешити. И најновије усклађивање пензија које је било у јануару 2013. године, од 1,6%, није правично и није у интересу свих корисника права у РС. Прије свега и овим усклађивањем, прескочен је период од 6,5 година, неусклађивања пензија у РС, тако да је основица за усклађивање пензија и вриједност бода сведена на ниво 2006. године, умјесто да буде основица вриједности бода из 2012. године. Све ово произвело је огромну разлику у износу пензије сваког корисника права. Осим тога, најновијим усклађивањем пензија нису обухваћени корисници права у РС који примају најнижу пензију у пет нивоа, како је то прописано чл. 85. новог Закона. Ради се о дицкриминацији корисника права у РС, с обзиром да је Закон прописао да минимална пензија не може бити нижа од 50% просјечне пензије на терет Републике исплаћене за децембар предходне године. Потпуно је јасно, да нема никаквих ограничења, да најнижа пензија не може бити већа од ове која је прописана. Ствар је Управног одбора Фонда ПИО РС, какву ће донијети одлуку о усклађивању пензија, да ли за све кориснике права или дјелимичну одлуку као што је и урадио, те изузео из усклађивања пензија кориснике најниже пензије. Њих је у РС око четрдесет хиљада, што засигурно представља веома велику грешку. За овакву лошу праксу усклађивања пензија, која очито није рађена на добар начин, пензионери у РС претрпјели су велику материјалну штету. Ми цијенимо да се она треба исправити доношењем посебног закона, који ће кроз дужу временску димензију, рјешавати заостали дуг према пензионерима у РС.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Anita Schwarz, at all. "Pensions in Crisis: Europe and Central Asia Regional Policy Note" November 12, 2009 ECA
- [2] „Анализа демографске ситуације и спровођење пронаталитетних мјера и активности у Републици Српској“, 2008, Влада РС, Министарство за породицу омладину и спорт, Савјет за демографску политику, Бања Лука.
- [3] Barr, N. 2000, „Reforming Pensions: Myths, Truths and Policy Choices“, IMF Working paper 139. August, Washington, D.C.
- [4] Barr, N. Diamond, P. 2006. „The Economics of Pensions“, Oxford Review of Economic Policy, Vol. 22, No. 1.
- [5] Бајец, Ј. И Станић, К. 2006, „Колики је стварно дефицит пензионог система у Србији?, Квартални монитор економских трендова и политика у Србији“, бр. 13, FREN, 2005
- [6] BARR, N, Pensions: „overview of the issues“, Oxford Review of Economic Policy, Vol. 22, No.1, 1-14.
- [7] Берберовић Д., Мاستило З., „Анализа стања и могућа рјешења у пензијском и здравственом осигурању Републике Српске и Босне и Херцеговине. Међуна-родни научни симпозијум – Систем социјалне сигурности – анализе и прве препоруке за Босну и Херцеговину и њене ентитете“, Бања Лука, април 2006.
- [8] Берберовић Д., „Основи економије друштвених дјелатности, у књизи: Група аутора, Теорија економија предузећа“, Економски факултет, Бања Лука, 1991.
- [9] „Демографски развој и популациона политика Републике Српске“, 2006. Младост, Бијељина.
- [10] Динкић М., „Правици реформе пензијског система у Србији“, Београд, 2002. (извод из пројекта).
- [11] Holzmann, Mackellar and Repansek, 2009, „Pension Reform in Southeastern Europe / Linking to Labor and Financial Markets Reforms“, The World Bank, Washington DC.
- [12] Holzmann, R. 2009, Aging Population, „Pension Funds, and Financial Markets - Regional Perspectives and Global Challenges for Central, Eastern, and Southern Europe“, pg. 2, The World Bank, Washington DC.
- [13] Holzmann, R. Orenstein, M. and Rutkowski, M. 2003, „Pension Reform in Europe: Process and Progress“, The World Bank.
- [14] Holzmann, R. Palmer, E. 2006, „Pension Reform, Issues and Prospects for Non-Financial Defined Contributions (NDC) Schemes“, The World Bank; Washington DC.
- [15] Holzmann, R., Hinz, R. 2005, „Old Age Income Support in the 21st Century – An International Perspective on Pension Systems and Reform“, The World Bank, Washington DC.
- [16] Кидрич, Д., Каменица, А., 2007, „Консолидовани извјештај Савјетника за пензиону политику БиХ“, СИТАП Пројекат
- [17] Ракоњац-Антић Т., „Добровољно пензијско осигурање: Актуарска и финансијска анализа“, Економски факултет, Београд, 2004.
- [18] „Стратегија реформе ПИО у РС“, Народна скупштина РС, 2010 . година.
- [19] The World Bank, 2007, „Извјештај о пензијском систему у БиХ“.
- [20] The World Bank, 2008, „Побољшање живота људи у БиХ, извјештај о земљи“.
- [21] The World Bank, „Administrative Charges in Second Pillar Pensions in ECA“, Document of the World Bank.
- [22] Закон о пензијско инвалидском осигурању РС бр. 134/2011.
- [23] 21. Фонд пензијског и инвалидског осигурања РС, www.fondpiors.ba
- [24] Информација о стању у области ПИО РС за 2011.годину, Народна Скупштина РС са
- [25] сједнице из јуна 2012.године.
- [26] 23. Мاستило З., „Оцјена нивоа економског стања пензијског осигурања у РС“, Лидер- магазин за менаџмент, бр. 1 и 2, 2005.
- [27] Мастило З., „Пензијско и Здравствено осигурање – Правици реформе“, Факултет спољне трговине Бијељина.
- [28] „Независне новине“ од дана 20.3.2013. године.
- [29] Schwarz, at all. "Pensions in Crisis: Europe and Central Asia Regional Policy Note" November 12, 2009
- [30] R. Holzmann and E. Palmer, "The Status of the NDC Discussion: Introduction and Overview" The World Bank, Washington, 2006, str. 1-17
- [31] R. Holzmann, C. Feher, H. von Gersdorff "Were Financial Systems in CESE Countries Prepared for the Challenges of Multipillar Pension Reform?" у zborniku radova pod naslovom "Aging Population, Pension Funds, and Financial Markets", 2009 str. 13-40
- [32] R. Holzmann i U. Guven "Adequacy of Retirement Income after Pension Reforms in Central, Eastern, and Southern Europe-Eight Country Studies" The World Bank and ERSTE Stiftung, 2009 str. 1-59
- [33] S. Ostojic, S. Vukčević, „Iskustva reformi čileanskog penzionog sistema- pouka za Srbiju ili ne“ Школа бизниса, Научностручни часопис, Нови Сад, 2009 стр. 93-106
- [34] S. Ostojic, "Uticao razvoja dobrovoljnih penzijskih fondova na razvoj finansijskih tržišta - iskustva Juzne Amerike" 2013, str. 40-56
- [35] S. Ostojic, "Uticao globalne recesije na reformu penzijskih sistema u ekonomijama centralne i istočne Evrope", časopis Finansije, Beograd, 2011, str. 136-172
- [36] S. Ostojic, "The effects of reforming the pension system in transition economies and Latin America's" Economic and Business Review, Ljubljana, 2012, str. 209-220
- [37] D. Kidric, "An Overview of Pension, Labor Market, and Financial Market Reforms in Southeastern Europe" The World Bank, Washington, 2009 str. 43-51
- [38] Закон о пензијском и инвалидском осигурању, Службени гласник РС, бр. 34/03, Београд

УЧЕШЋЕ ОБВЕЗНИЦА У РАЗВОЈУ ТРЖИШТА КАПИТАЛА БИХ

PARTICIPATION IN DEVELOPING BOND MARKETS CAPITAL OF BOSNIA AND HERZEGOVINA

*дипл. ек Сузана Стевановић, Универзитет у
Источно Сарајеву, Факултет пословне
економије Бијељина*

Резиме: Тржиште капитала у БиХ је регулисано на два тржишта капитала од којих је једно у Федерацији БиХ, а друго у РС. Трговина ХоВ се врши на две берзе: Сарајевској берзи (САСЕ) и Бањалучкој берзи (БЛСЕ). Тржиште капитала својим учесницима нуди приступ свежем капиталу за инвестирање и финансирање. Улагање у обвезнице поспешује раст и развој тржишта капитала у БиХ. Обвезнице представљају привлачан инструмент за улагање, јер поред приноса може се остварити и капитална добит. На тржишту капитала у БиХ присутни су бројни емитенти обвезница: држава, општине и бројна предузећа. У даљем раду биће приказани ефекти емисије обвезница и њихов утицај на развој тржишта БиХ.

Кључне ријечи: тржиште капитала 1; обвезнице 2; принос 3; капитал 4;

Abstract: The capital market in Bosnia and Herzegovina is regulated in two capital markets, one of which is in the Federation of Bosnia and Herzegovina, and the other one is in the Republic of Srpska. Trade of securities is done in two stock exchanges: the Sarajevo Stock Exchange (SASE) and the Banja Luka Stock Exchange (BLSE). Capital market offers all the participants the opportunity of accessing fresh capital for investment and financing.. The bonds are an attractive investment instrument, because in addition to the interest rates capital gain can also be achieved. On the capital market in BiH there are numerous issuers of bonds, which are: the state, the municipality and the number of enterprises. Further work will be the effects of the bond issue and its impact on the development of the market of Bosnia and Herzegovina.

Key Words: capital market 1; bonds 2; yield 3; capital 4;

I. УВОД

Учешће обвезница има битан утицај на развој капитала у БиХ. На тржишту капитала БиХ присутне су обвезнице емитоване од стране државних органа власти, локалних органа власти и корпорација. У односу на кредитна задужења, прикупљање средстава путем емисије обвезница доноси бројне предности. Учешће обвезница на берзама у БиХ и број емитената се повећао за кратко време. Многи учесници на тржишту капитала су препознали да је овај начин финансирања пројеката много ефикаснији и јефтинији.

II. ОСНОВНА ОБЕЛЕЖЈА ОБВЕЗНИЦА НА ФИНАНСИЈСКИМ ТРЖИШТИМА

2.1. Основна својства обвезница

Обвезнице су дужничке ХоВ којима се њен издавалац (емитент) обавезује да ће вратити инвеститору позајмељени новац и платити одређену камату за одређени временски период. Кључни разлог улагања у обвезнице јесте да се овом врстом улагања оствари већи приход на камате у односу на држање слободних новчаних средстава на штедњи у банци или неком другом врстом улагања. Обвезнице су веома актуелне за улагање и прикупљање неопходних средстава зато што се пружа могућност остварења и капиталне добити поред редовних каматних прихода. Поред тога, обвезнице имају надређен положај при расподели пословног резултата, те зато представљају финансијске инструменте у које често улажу они инвеститори који имају високу аверзију према ризику.

Обвезница се састоји из два дела.¹³⁴

1. плашта,
2. каматних купона.

Такође, обвезнице као дужничке ХоВ у односу на акције које представљају власничке ХоВ, у случају стечаја омогућавају власнику обвезнице велику привилегију тако што се прво врши намирење обавеза по основу обвезница у целости, па тек онда из остатка стечајне масе се намирују деоничари, односно власници акција у предузећу.

Формални елементи обвезница су,¹³⁵

1. фиксни рок доспећа,

¹³⁴ Ненад М. Вуњак; Љубомир Д. Ковачевић; Финансијско тржиште берзе и брокери; Савремени финансијски трендови; Суботица; 2003., стр. 159

¹³⁵ Дејан Б. Шошкић; Бошко Р. Живковић; Финансијска тржишта и институције; прво издање; Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду; 2006., стр. 235

2. номинална или купонска каматну стопу,
3. номинални износ дуга или главница.

Рок доспећа обвезнице представља одређен број годишњих периода након којих емитент врши исплату главнице и камате; што је период доспећа дужи већа је вероватноћа да дође до промене цена обвезница. Номинална вредност, односно вредност обвезнице на коју гласи, представља њену главницу. Купонска или номинална каматна стопа преставаља каматну стопу у року доспећа обвезнице. Камата се исплаћује најмање једанпут годишње, али на скоро свим финансијским тржиштима купон се исплаћује два пута годишње.

2.2. Принос обвезница

Повод за инвестирање у обвезнице од стране инвеститора је остварење приноса. Конвенционалне мере приноса обвезнице су:¹³⁶

1. текући принос (*current yield*),
2. принос до доспећа (*yield to maturity*),
3. принос до опозива (*yield to call*).

Текући принос обвезнице јесте прва мера стварног приноса. Стопа текућег приноса се рачуна из односа вредности годишњег купона и цене по којој је инвеститор купио обвезницу. **Принос до доспећа** представља дисконтну стопу по којој се куповна вредност обвезнице изједначава са садашњом вредношћу очекиваних годишњих нето новчаних токова. Принос до доспећа је заправо интерна стопа приноса обвезнице. Формула помоћу које се израчунава принос до доспећа је следећа¹³⁷:

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{C}{(1+y)^t} + \frac{FV}{(1+y)^n} \quad (1)$$

Принос до опозива представља каматну стопу која изједначава садашњу вредност новчаних токова и цену обвезнице, у случају да инвеститор поседује обвезницу до првог дана могућег опозива. Формула којом се представља принос до опозива је следећа:¹³⁸

$$P = \sum_{t=1}^{n^*} \frac{C}{(1+y)^t} + \frac{FV^*}{(1+y)^{n^*}} \quad (2)$$

Принос који се може остварити улагањем у обвезнице носи са собом и одређен ниво ризика. Најчешћи ризици код улагања у обвезнице су: 1) кредитни ризик, 2) каматни ризик, 3) ризик

реинвестирања, 4) ризик опозива, 5) монетрани ризик инфлације, 6) ризик промене девизног курса и 7) ризик ликвидности.¹³⁹

Табела бр. 1 – Веза између купонске стопе, текућег приноса и приноса до доспећа

Продајна цена обвезнице	Веза
Номинална вредност	цена = текући принос = принос до доспећа
Дисконт	цена < текући принос < принос до доспећа
Премија	цена > текући принос > принос до доспећа

Извор: Frank J. Fabozzi, *op. cit.*, стр. 39.

2.3. Типологија обвезница у БиХ

Постоји више кријетеријума по основу којих се може извршити класификација обвезница. Тако, према критеријуму рока доспећа, обвезнице могу бити: 1) краткорочне (рок доспећа до једне године); 2) средњорочне (рок доспећа од једне до пет година); и 3) дугорочне (рок доспећа од 5 до 30 и више година). Према емитенту који издаје обвезнице, оне се могу класификовати на оне које емитује: 1) држава; 2) државне агенције; 3) локални органи власти; 4) корпорације; и 5) банке. Према типу амортизације, постоје следећи типови: 1) купонски; 2) ануитетни; и 3) безкупонски (дисконтни). Према валути у којој се издаје обвезница или деноминацији, могу бити: 1) националне валуте; 2) ненационалне валуте; и 3) мешавина претходне две валуте.

У БиХ присутни су бројни емитенти обвезница, то су: државне агенције, локални органи власти и предузећа. На тржишту капитала БиХ највеће учешће имају обвезнице издате од стране државних органа Републике Српске и Федерације БиХ. Емисија ових обвезница извршена је на основу старе девизне штедње и ратне одштете. Ове обвезнице карактерише велика сигурност како у погледу ризика, тако и у погледу приноса. Државне обвезнице, чије извршење обавеза гарантује држава, су атрактивне за инвеститора због њиховог изузетно високог кредитног рејтинга. Оне представљају најликвиднија средства на свим финансијским тржиштима света због тога што се могу брзо, лако и уз минималне трошкове претворити у новац када се испољи потреба за то. Транспарентне цене су јавне и свима

¹³⁶ http://www.ekof.bg.ac.rs/nastava/analiza_hov/2008/PRINOS%20OBVEZNICE.pdf

¹³⁷ Дејан Б. Шошкић; Бошко Р. Живковић; Финансијска тржишта и институције; прво издање; Центар за издавалчку делатност Економског факултета у Београду; 2006., стр. 237

¹³⁸ Дејан Б. Шошкић; Бошко Р. Живковић; Финансијска тржишта и институције; прво издање; Центар за издавалчку делатност Економског факултета у Београду; 2006., стр. 237

¹³⁹ Frank J. Fabozzi & T. Dessa Fabozzi, *Ibidem*, стр. 2

доступне што је још једна од битних предности ових ХоВ. Са напретком информационих технологија, државне обвезнице су дематеријализоване, у смислу да се трговање овим обвезницама спроводи електронски, чиме се смањује ризик од њиховог уништења, губитка и крађе. Уколико се ова врста обвезница користи као колатерално осигурање за емисију других ХоВ, могу се добити веома високи износи (чак до 90% од номиналне вредности). На крају, државне обвезнице нису опозиве, што значи да их држава не може откупити пре рока доспећа.

Посљедњих година на тржишту капитала БиХ, присутно је учешће муниципалних обвезница, чији су емитенти локални органи власти. Њихово учешће расте из године у годину, јер прикупљање средстава путем емисије муниципалних обвезница доноси бројне предности.

Такође, на тржишту капитала БиХ велико учешће имају корпоративне обвезнице, које емитују предузећа, корпорације. Предности финансирања предузећа путем корпоративних обвезница су:

- 1) уколико се жели прибавити већа сума капитала неопходна за финансирање одређеног пројекта, путем емисије обвезница се омогућава да се тај капитал прибави из више извора. У случају да се ограничи број извора капитала, најбоље решење јесте емитовање корпоративних обвезница и разбијање дуга на више мањих сума и њихова продаја већем броју субјеката што олакшава прикупљање потребног капитала;
- 2) ограничени трошкови, у смислу трошкова по основу плаћања главнице и камате власницима обвезница (они не могу бити виши ни по ком другом основу);
- 3) поред тога што су трошкови ограничени, они су такође и значајно нижи од трошкова акцијског капитала;
- 4) власници капитала прикупљањем неопходних финансијских средстава путем емисије корпоративних обвезница, не доводе до промене структуре сопственог капитала;
- 5) предузећу као емитенту по основу емитованих обвезница, исплата камата као трошка пословања, може донети одређене уштеде у порезу;
- 6) корпоративне обвезнице се могу издати са тзв. *call* опцијом, што омогућава предузећу, (као емитенту да у случају пада каматних стопа повуче обвезнице, односно откупи их по вишој каматној стопи, емисијом нових обвезница по нижој каматној стопи);
- 7) ова врста обвезница је нарочито атрактивна у време кризе. Када дође до кризе, долази до веће аверзије према ризику. Инвеститори мењају структуру свог портфолиа у корист финансијских инструмената, који доносе нижи, али мање ризичан принос;

III. ЗАКОНСКИ ОКВИРИ ЗА ЕМИСИЈУ ОБВЕЗНИЦА

У БиХ не постоји јединствени законски оквир којим се регулише тржиште ХоВ. Посебна обележја закона у РС и ФБиХ, којим се регулише емисија ХоВ, а тиме и обвезница, биће наведена у даљем тексту.

На примарном тржишту се обавља емисија обвезница која представља пут којим емитент продаје обвезнице купцима и на тај начин прикупља средства. Место где се тргује са већ емитованим обвезницама и врши размена власништва над обвезницама представља секундарно тржиште.

Емисија обвезница може бити упућена свим емитентима, широј јавности као јавни позив и овде емитент унапред не зна од кога ће позајмити средства. Први купци обвезница могу бити: банке, предузећа, појединци, осигуравајућа друштва итд. Јавна емисија није ограничена по питању броја купаца, па се могу прикупити велики износи средстава. Након завршене јавне емисије обвезница не постоје ограничења у смислу њиховог располагања, те се исте могу одмах продавати на секундарном тржишту. Са друге стране, емисија обвезница може бити приватна где се, за разлику од јавне емисије обвезница унапред зна ко су купци и на тај начин прикупљају средства од већ познатих купаца који желе да купе емитовану обвезницу. Најчешће се као први купци у овом случају јављају квалификовани инвеститори, односно инвеститори који располажу високим квалификованим знањем о томе како инвестирати и управљати средствима. Овде је чест случај да купци не смеју продавати обвезнице широј јавности, или постоје временски оквири до када не смеју продавати обвезнице трећим лицима. Користећи приватну емисију обвезница, емитент има могућност да изабере од кога ће посудити новац.¹⁴⁰

Основни закон, у Републици Српској, који се користи код емисије обвезница је Закон о тржишту ХоВ, којим се утврђује следеће:¹⁴¹

1. емисија хартија од вредности,
2. послови са хартијама од вредности и оснивање и пословање овлашћених учесника на тржишту хартија од вредности,
3. јавност рада у трговању хартија од вредности,
4. заштита интереса титулара права из хартија од вредности и инвеститора на тржишту хартија од вредности,

¹⁴⁰ http://edu.blberza.com/edukacija/download/IPO_brosura_v1.pdf

¹⁴¹ http://www.secrs.gov.ba/Documents/Regulativa/7f7ea6ba-bde4-44b8-8008-46171da6e1db_sr-Latn-CS.pdf

5. организација и надлежност Комисије за хартије од вредности Републике Српске;
6. друга питања значајна за успешно функционисање тржишта хартија од вредности.

Према овом Закону, по члану 2. „емисија хартија од вредности“ је скуп радњи које емитент предузима у сврху прикупљања средстава продајом хартија од вредности првим власницима, даље, уз обавезу да сваком од њих испуни обавезу садржану у хартији од вредности.

Према Закону о тржишту ХоВ РС, члан 4. „обвезнице“ су дужничке ХоВ које власнику дају право на наплату главнице и камате, односно других прихода у складу са законом и одлуком о емисији.

Комисија за ХоВ РС води регистар емитената хартија од вредности у који уписује податке о емитенту и емисији.

У оквиру Закона о тржишту ХоВ РС чланом 11. је регулисана емисија хартија од вредности, где се наводи да је емитент дужан да, након што изврши емисију хартија од вредности, објави проспек (јавна понуда) или да га достави унапред познатим купцима. Проспект обавезно садржи целовиту, тачну и објективну информацију о имовини и обавезама, добитку или губитку, финансијском положају и перспективама емитента, факторима ризика, сврси прикупљања средстава, правима које доносе емитоване ХоВ, (на које се односи проспек), да би инвестор на основу проспекта могао донети рационалну одлуку о улагању у дотичну ХоВ.

Према Закону о тржишту ХоВ РС, по члану 13. регулише се поступак емисије ХоВ јавном понудом. Поступак емисије ХоВ јавном понудом који обухвата.¹⁴²

1. израду проспекта,
2. доношење одлуке о емисији,
3. закључивање уговора између емитента и банке у сврху отварања привременог рачуна за депоновање уплата по основу куповине ХоВ,
4. подношење захтева Комисији ради одобрења проспекта,
5. доношење решења по захтеву емитента,
6. објављивање проспекта и јавног позива за упис и уплату ХоВ,
7. упис и уплату ХоВ,
8. утврђивање и објављивање резултата емисије,
9. упис емисије у регистар емитентата код Комисије и упис ХоВ на рачуне код Регистра.

¹⁴² http://www.secrs.gov.ba/Documents/Regulativa/7f7ea6ba-bde4-44b8-8008-46171da6e1db_sr-Latin-CS.pdf

Поступак емисије приватном понудом врши се у складу са одредбама Закона о тржишту ХоВ које се односе на јавну понуду, ако Законом није другачије уређено. Према члану 46. овог Закона, ХоВ емитоване и стечене приватном понудом не могу се продавати, залагати или на други начин отуђивати у периоду од најмање једне године од уписа у Регистар, изузев у случајевима:

1. преноса по основу наслеђивања или по сили закона,
2. преноса акција у случају преузимања акционарског друштва,
3. преноса акција на емитента у случајевима када то дозвољава закон.

Према члану 56. Закон о тржишту ХоВ, на емитента из ФБиХ и Брчко Дистрикта, који емитује ХоВ на подручју Републике Српске, примењују се одредбе овог закона које се односе на домаћег емитента.

У Федерацији БиХ основни закон за емисију ХоВ, је Закон о тржишту вредносних папира¹⁴³. Овај Закон је сличан закону који се примењује у Републици Српској за емисију ХоВ.

Према Закону о тржишту вредносних папира у ФБиХ, вредносни папир је исправа или електронски запис који садржи права која се без истих не могу ни остваривати ни преносити, и то.¹⁴⁴

1. акције,
2. обвезнице,
3. сертификати,
4. остали вредносни папири дугорочног карактера,
5. уговор о инвестирању на темељу којег се могу од трећих лица прибављати средства,
6. друга преносива исправа о инвестирању,
7. друго право утврђено као вредносни папир прописима Комисије за вредносне папире у Федерацији Босне и Херцеговине.

Када се донесе одлука о емисији ХоВ, у овом случају о емисији обвезница, (државним и муниципалним обвезницама), по Закону о тржишту ХоВ у РС и по Закону о тржишту вредносних папира у ФБиХ, Комисије за хартије од вредности у оба ентитета понаособ, доносе Правилнике о емисији вредносних папира, у којима је тачно назначено под којим условима и на који начин ће се извршити емисија ових обвезница. Поред овог, код задуживања путем обвезница, у случају емисије обвезница државних и муниципалних примењује се и Закон о задуживању, дугу и гаранцијама у оба ентитета.

¹⁴³ “Службене новине Федерације БиХ”; бр. 85/08

¹⁴⁴ “Службене новине Федерације БиХ”; бр. 39/98, 36/99

У случају емисије корпоративних обвезница, поред овог Закона и Правилника за емисију ХоВ, примењује се примењује и Закон о привредним друштвима у оба ентитета. Дакле, у складу са овим Законом и Правилницима утврђују се правила и поступак саме емисије обвезница.

IV. УДЕО ОБВЕЗНИЦА У СТРУКТУРИ ФИНАНСИЈСКИХ ИНСТРУМЕНАТА У БИХ

У Републици Српској је од 2010. године кренула експанзија емисије дужничких хартија од вредности. У 2011. години регистроване су хартије од вредности из 94 емисије, од чега су 24 емисије обвезница (табела бр. 2).

Табела бр. 2 Емисије по ХоВ од 2010. – 2011. године¹⁴⁵

Врсте хартија	Број емисија 2010.	Број емисија 2011.	2010. (%)	2011. (%)
Обичне Акције	49	63	74	67
Повлашћене Акције	1	3	0	3
Обвезнице	16	24	25	26
Остале	1	4	1	4
УКУПНО	67	94	100	100

Извор: Годишњи извештај 2011; Централни регистар Републике Српске; Бања Лука

Такође, дешавају се и развојне тенденције и по питању емитената ХоВ. У 2011. години Република Српска, Брчко Дистрикт и локалне заједнице имале 21 емисију (22%), финансијске организације 15 емисија (16%), а привредна друштва 58 емисија (62%), табела бр. 3.

Табела бр. 3 – Емисије ХоВ по врсти емитената¹⁴⁶

ЕМИТЕНТ	Број	процент
Државна и локална администрација	21	22
Домаће финансијске организације	15	16
Домаће нефинансијске организације	58	62
УКУПНО	100	100

Извор: Годишњи извештај 2011.; Централни регистар Републике Српске; Бања Лука

¹⁴⁵ Централни регистар ХоВ; А.Д. Бања Лука; Годишњи извештај 2011.

¹⁴⁶ Централни регистар ХоВ; А.Д. Бања Лука; Годишњи извештај 2011.

Према статистичком извештају Бањалучке берзе за април 2013. године, табелом бр. 4 су приказани емитенти обвезница на редовном берзанском тржишту.

Табела бр. 4 – Редован промет обвезницама у априлу 2013. године

R.b./ No.	Oznaka / Symbol	Emitent / Issuer	Emitovano HOV / Issued Secur.
1	BLKB-0-B	BALKAN INVESTMENT BANK AD BANJA LUKA	50.000
2	BOSK-0-A	BOSKA RK AD BANJA LUKA - obveznice	150.000
3	CERP-0-B	CER AD PRNJAVOR	450
4	KLPL-0-A	KALDERA COMPANY d.o.o. Laktaši	70.000
5	OCJH-OKA	JAHORINA OC AD PALE	15.000.000
6	UIMR-0-A	UNIS-FABRIKA CJEVI AD DERVENTA	20.000.000

Извор: Бањалучка берза; Статистика април 2013. године

Према Извештају о раду Комисије за вредносне папире Федерације Босне и Херцеговине за 2012. годину¹⁴⁷, у последње две године емисија и трговина државних обвезница је повећана. Обвезнице које емитује Федерација БиХ се емитују по основу дуга из ратног периода и старе девизне штедње. Поред ове врсте обвезница, кренуле су прве емисије муниципалних обвезница општина, ради финансирања разних инфраструктурних пројеката. Сама регистрација, као и све трансакције у вези са трговањем обвезницама су регулисане електронским путем.

Табела бр. 5 – Укупан број емитената са уписаним основним капиталом¹⁴⁸

Емитенти	Број емитената	%	Основни капитал у мил. КМ	%
Привредна друштва	600	93,40	9.840,27	87,31
Банке и осигуравајућа друштва	40	6,14	1.424,90	12,64
Друштва за управљање фондовима	3	0,46	5,10	0,05
Укупно	643	100,00	11.270,27	100,00

Извор: Извештај о раду Комисије за вредносне папире ФБиХ за 2012. годину

У 2012. години остварено је увећање уписаног основног капитала у односу на 2011. годину у износу од 5.076.104,35 КМ.

¹⁴⁷ http://www.komvp.gov.ba/site/index.php/o-komisiji/izvjestaji-komisije/item/izvjestaj-komisije?category_id=10

¹⁴⁸ <http://www.komvp.gov.ba/site/index.php/o-komisiji/izvjestaji-komisije> - Извештај Комисије за вредносне папире Федерације БиХ за 2012. годину

V. ОСТВАРЕНИ РЕЗУЛТАТИ ОБВЕЗНИЦА У РАЗВОЈУ ТРЖИШТА КАПИТАЛА БиХ

Према Годишњем извештају Сарајевске берзе (САСЕ) из 2012. године, укупан промет остварен у овој години је био 373.577.487,70 КМ, што представља 59,75% од укупног промета оствареног на БиХ тржиштима. У следећој табели биће приказан упоредни преглед промета акција и обвезница Бањалучке берзе и Сарајевске берзе за 2012. годину.

Табела бр. 6 – Учешће акција и обвезница у 2012. години; Сарајевска берза (САСЕ)

САСЕ				
Дionice		Обвезнице		Укупно
82.194.631	84%	15.714.858	16%	97.909.489
8.184.730	24%	26.065.447	76%	34.250.177
8.879	79%	2.392	21%	11.271

Извор: Извештај о раду Комисије за вредносне папире ФБиХ за 2012. годину

Табела бр. 7 – Учешће акција и обвезница у 2012. години; Бањалучка берза (БЛСЕ)

БЛСЕ				
Дionice		Обвезнице		Укупно
37.475.855	37%	65.117.043	63%	102.592.898
110.884.327	58%	81.474.823	42%	192.359.150
15.139	57%	11.568	43%	26.707

Извор: Извештај о раду Комисије за вредносне папире ФБиХ за 2012. годину

Из претходних табела може се увидети да је промет обвезницама на Бањалучкој берзи знатно већи у односу на промет обвезница на Сарајевској берзи, где је процентуално већи промет власничким ХоВ – акцијама.

У Федерацији БиХ, према Извештају Комисије за вредносне папире у 2012. години, (што се тиче примарног финансијског тржишта) бележи се повећање капитала емитената по основу емисије у регистру и износи 69.102.680,20 КМ што представља негативан тренд у односу на 2011. годину. На секундарном финансијском тржишту стање је побољшано, тако да је укупан промет на Сарајевској берзи повећан, што је представљено табелом бр. 8.

Табела бр. 8 – Укупан промет на берзи САСЕ у 2012. години

Мјесец	Број трансакција	Број в.п.	Вриједност
Јануар	855	1.253.338	4.169.414,96
Фебруар	754	1.767.882	27.397.962,00
Март	1.027	2.398.088	29.098.085,78
Април	926	1.420.766	20.633.245,05
Мај	1.060	3.679.388	90.252.346,93
Јуни	891	2.009.732	32.186.816,29
Јули	761	2.409.072	3.697.237,02
Август	847	2.888.657	22.923.751,17
Септембар	1.269	4.654.801	51.718.578,81
Октобар	1.314	4.792.388	14.472.293,74
Новембар	1.025	5.825.404	40.553.267,71
Децемар	914	2.752.617	36.474.488,24
УКУПНО	11.643	35.852.133	373.577.487,70

Извор: Извештај о раду Комисије за вредносне папире ФБиХ у 2012. години

Анализом претходне табеле, уочава се да је највећи промет 2012. године остварен у месецу мају, када је реализована прва емисија обвезница Федерације БиХ, што од укупног промета износи 88,62% у том месецу.

Укупан промет у РС, на Бањалучкој берзи повећао се у односу на претходне месеце, а највећи раст је забележен у марту 2013. године.

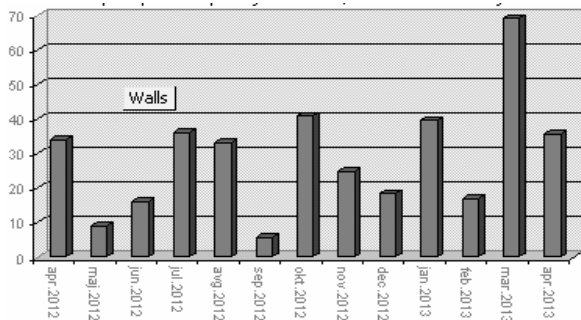
Табела бр. 9 – Укупан промет на Бањалучкој берзи, април 2013. године

	Redovan / Ordinary	Ostali poslovi / Other Deals ¹
Акције Shares	2.999.516	4.371.235
Фондови Funds	1.737.684	0
Обвезнице Bonds	5.801.550	0
Трезорски записи T-bills	491.609	20.103.325
Укупно Total	11.030.358	24.474.560
Укупно Total		35.504.919

Извор: Бањалучка берза; Статистика, април 2013. годину; www.blberza.com

Из табеле бр. 9, може се уочити да је највећи промет остварен са обвезницама у односу на друге хартије од вредности, и то у износу од 5.801.550 КМ. Графиконом бр. 1 приказан је раст промета на Бањалучкој берзи, закључно са априлом 2013. године.

Графикон бр. 1 – Укупан промет по месецима; од априла 2012. године до априла 2013. године



Извор: Бањалучка берза, Статистика, април 2013. Године

Према Извештају Централног регистра ХоВ Републике Српске из 2011. године, у редовном промету хартијама од вредности, поред акција трговало се и обвезницама.

Табела бр. 10 – Анализа редовне трговине у 2011. години по врстама хартија од вредности¹⁴⁹

	Врста хартије од вредности		
	Акција	Обвезница	УКУПНО
Вриједност промета	71.229.390,65	30.484.220,67	101.713.611,32
% од укупне вриједности промета	70%	30%	100%
Индекс (2011/2010)	138	109	131
Број салдираних	228.124.264	69.265.976	297.390.240
% од укупног броја прометованих	77%	23%	100%
Индекс (2011/2010)	118	113	117
Број салдираних трансакција	16.066	9.417	25.483
% од укупног броја трансакција	63%	37%	100%
Индекс (2011/2010)	156	106	133

Извор: Извештај Централног регистра ХоВ за 2011.

У претходној табели може се видети да се салдиран промет обвезницама повећао за 9% у односу на 2010. годину и да чини 30% од укупног салдираног промета. Табелом бр. 11 приказано је првих десет емитената по промету у априлу 2013. године.

Табела бр. 11 – Топ 10 емитената у априлу 2013. године

Емитент / Issuer	Цена на дан 30.04.13. / Price on 30.04.13.	Просјечна цена за Април / Average Price in April	Број трансак. / No. of Trans.	Вриједност (КМ) / Value (BAM)
TELEKOM SRPSKE AD BANJA LUKA	1,74	1,7442	172	1.217.906
REPUBLIKA SRPSKA-stara devizna štednja 4	91,5	92,3286	57	1.077.101
REPUBLIKA SRPSKA-izmirenje ratne štete 3	63	64,0543	123	996.192
REPUBLIKA SRPSKA-izmirenje ratne štete 7	54,84	57,0390	289	981.196
ZIF KRISTAL INVEST FOND AD BANJA LUKA	6,32	6,4147	191	935.724
REPUBLIKA SRPSKA-stara devizna štednja 3	95,36	95,3477	33	919.929
REPUBLIKA SRPSKA-izmirenje ratne štete 6	55	57,0247	255	740.765
ČAJAVEC MEGA AD BANJA LUKA	0,56	0,5600	2	560.000
REPUBLIKA SRPSKA T-bills 6M 27/09/13	98,3218	98,3218	1	491.609
REPUBLIKA SRPSKA-izmirenje ratne štete 1	63,01	65,6516	99	441.484
ER			1.751	2.668.452
			Ukupno Total	2.973 11.030.358

Извор: Бањалучка берза, Статистика, април 2013. године

У 2011. години укупна тржишна капитализација износила је 3.835.425.219 КМ, што је за 2,76%

¹⁴⁹ http://www.secrs.gov.ba/Documents/Izvjestaji/f8dab573-9f59-4cd9-941f-c6c511d4a3cb_sr-Latn-CS.pdf

више него на крају 2010. године. Према статистичком извештају Бањалучке берзе за април 2013. године, укупна тржишна капитализација износи 4.177.510.074 КМ, од чега је учешће обвезница у износу 443.514.957 КМ. Тржишна капитализација у ФБиХ у 2012. години, према Извештају о раду Комисије за вредносне папире износила је 4.504.560.829 КМ и даље је бележила позитиван тренд.

VI. ЗАКЉУЧАК

У БиХ бележи се позитиван тренд промета обвезницама и укупне тржишне капитализације. Емисијом и прометом обвезница остварују се вишеструки позитивни ефекти, као и њиховом самом егзистенцијом, и доприносе развоју тржишта капитала. Ово представља нову могућност улагања за инвеститоре и лакши пут до потребних средстава. Многе државе у транзицији, где припада и БиХ, (као стратегија развоја) отпочеле су са емисијом обвезница, јер то доприноси развоју финансијског тржишта, а тиме и тржишта капитала. Тржиште капитала у БиХ је неискоришћени потенцијал, па би се сви суфицитарни и дефицитарни субјекти требали укључити у његово оживљавање и развој, јер то иницира бољи животни стандард свих грађана ове земље. Једина светла тачка превазилажења глобалне кризе и свих других недаћа које су задесиле нашу земљу лежи у прикупљању средстава путем емисије обвезница.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ненад М. Вуњак; Љубомир Д. Ковачевић; Финансијско тржиште берзе и брокери; Савремени финансијски трендови; Суботица; 2003.
- [2] Дејан Б. Шошкић; Бошко Р. Живковић; Финансијска тржишта и институције; прво издање; Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду; 2006
- [3] Frank J. Fabozzi & T. Dossa Fabozzi, Ibidem
- [4] "Службене новине Федерације БиХ"; бр. 85/08
- [5] "Службене новине Федерације БиХ"; бр. 39/98, 36/99
- [6] Централни регистар ХоВ; А.Д. Бања Лука; Годишњи извештај 2011.
- [7] http://www.ekof.bg.ac.rs/nastava/analiza_hov/2008/PRINOS%20OBVEZNICE.pdf
- [8] <http://www.krediti.rs/downloads2/vodic-kroz-municipalne-obveznice.pdf>
- [9] http://www.ubs-asb.com/Portals/0/Casopis/2008/9_10/B09-10-2008-Jovanic.pdf
- [10] http://edu.blberza.com/edukacija/download/IPO_brosura_v1.pdf
- [11] http://www.secrs.gov.ba/Documents/Regulativa/7f7ea6ba-bde4-44b8-8008-46171da6e1db_sr-Latn-CS.pdf
- [12] http://www.secrs.gov.ba/Documents/Regulativa/7f7ea6ba-bde4-44b8-8008-46171da6e1db_sr-Latn-CS.pdf
- [13] http://www.komvp.gov.ba/site/index.php/o-komisiji/izvjestaji-komisije/item/izvjestaj-komisije?category_id=10
- [14] <http://www.komvp.gov.ba/site/index.php/o-komisiji/izvjestaji-komisije>
- [15] http://www.secrs.gov.ba/Documents/Izvjestaji/f8dab573-9f59-4cd9-941f-c6c511d4a3cb_sr-Latn-CS.pdf

АНАЛИЗА ПРИНОСА ИНВЕСТИЦИОНИХ ФОНДОВА НА ТРЖИШТУ КАПИТАЛА РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ

ANALYSIS OF YIELD INVESTMENT FUNDS CAPITAL MARKET OF REPUBLIKA SRPSKA

*Мр Драган Миловановић, Економски факултет
Бања Лука*

Резиме: *Промјене у окружењу су увијек имале утицај на пословање, понашање и управљање инвестиционих фондова. Тако је и данас, с тим што у савременим околностима у условима глобалне економске кризе средина има још већи значај услед све веће динамике промјена. Јављају се нове могућности, шансе и опасности које треба на вријеме идентификовати и реаговати на њих. Инвестициони фондови су врло заступљени у развијеним привредама свијета, гдје представљају саставни дио финансијских тржишта. У раду је извршена анализа инвестиционих фондова на тржишту капитала Републике Српске, са аспекта врсте, начина функционисања и приноса инвестиционог фонда. У раду је такође извршена квантитативна анализа нето вриједности акције по акцији фонда NAV (net asset value), стопе укупног приноса отворених инвестиционих фондова (total rate of return of open investment funds) и стопе укупног приноса затворених инвестиционих фондова (rates of total yield closed-end investment funds). Циљ рада је да се укаже на предности и недостатке инвестирања у инвестиционе фондове на тржишту капитала Републике Српске, као и на могућности остваривања приноса на инвестирана финансијска средства.*

Кључне ријечи: *Otvoreni investicioni fond, zatvoreni investicioni fond, NAV (net asset value), stopa prinosa, rizik;*

Abstract: *Changes in the environment have always had an impact on the business, conduct and management of investment funds. So it is today, but the circumstances in the modern global economic crisis environment is even more important due to the increasing dynamics of change. Occur, new possibilities, opportunities and threats in time to identify and respond to them. Mutual funds are highly*

represented in the developed economies of the world, where they are an integral part of the financial markets. This paper presents an analysis of investment funds in the capital market of the Republic of Serbian, in terms of types, methods of operation and income of the fund. The paper is also a survey of the net asset value per share of the fund NAV (net asset value), the total rate of return mutual funds (total rate of return of open investment funds) and the total rate of return of closed investment funds (rates of total yield closed-end investment funds). The aim of this paper is to point out the advantages and disadvantages of investing in mutual funds in the capital market of the Republic of Serbian, as well as the possibilities of realizing returns on invested funds.

Key Words: *Open-end investment fund, closed-end investment fund, the NAV (net asset value), rate of return, risk;*

УВОД

Као финансијске институције инвестициони фондови су професионално вођене организације које мобилишу капитал више појединаца ради улагања у скуп хартија од вриједности различитих издавалаца. Гледано из практичног угла, они нису ништа друго до скуп акција и/ или обвезница. Ови фондови долазе до капитала тако што продају своје акције или удјеле. Приходе остварене на тај начин инвестициони фондови улажу на домаћем или међународном финансијском тржишту у хартије од вриједности, стварајући тиме диверсификовани портфолио. Инвестициони фондови су настали као перманентна тежња "малих инвеститора" и инвеститора који не познају у пуном капацитету законитости које важе на тржишту капитала, да инвестирају капитал и уђу на "мала врата" на тржиште капитала, како би кроз позитивно пословање инвестиционог фонда остварили принос. Прикупљена новчана средства фонда се улажу у различите врсте имовине (акције, обвезнице, благajничке записе и друге законом дозвољене хартије од вриједности), у складу са инвестиционим циљевима наведеним у проспекту, ради остваривања добити и смањења ризика улагања.

Улагањем у инвестиционе фондове инвеститор остварује приходе по основу дивиденде на акције и камате на обвезнице којима инвестициони фонд тргује, капиталне добити као разлике у цијени ХОВ, којима инвестициони фонд тргује, у зависности од инвестиционе стратегије фонда, као и приход у виду капиталне добити кроз пораст вриједности инвестиционе јединице инвестиционог фонда.

У првом поглављу рада, извршићемо анализу стања на тржишту капитала Републике Српске према кретању основних показатеља тржишта

капитала Републике Српске, степену развијености и значају инвестиционих фондова, као и кретању ФИРС-а - индекса инвестиционих фондова на Бањалучкој берзи хартија од вриједности. У другом поглављу анализираћемо основне принципе функционисања инвестиционих фондова из угла портфолио менаџмента инвестиционог фонда. Трећи дио рада носи назив Мјерење приноса инвестиционих фондова, где анализирамо нето вриједност активе по једној инвестиционој јединици (NAV- Net assets value), стопу приноса отворених инвестиционих фондова и стопу приноса затворених инвестиционих фондова. У четвртм дјелу рада се обрађују ризици улагања у инвестиционе фондове на тржишту капитала Републике Српске.

1. ОСНОВНЕ ТЕНДЕНЦИЈЕ У ФУНКЦИОНИСАЊУ ИНВЕСТИЦИОНИХ ФОНДОВА НА ТРЖИШТУ КАПИТАЛА РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ

Структура финансијског система Републике Српске је доминантно банкоцентричног типа. Предузећа карактерише недовољан степен кориштења тржишта капитала као примарног извора финансирања. Рејтинг агенција *Standard & Poor's* је Босни и Херцеговини почетком 2012. године додијелила кредитни рејтинг „Б” и измјенила изгледе са „на посматрању - негативно” на „стабилне изгледе”. Агенција *Moody's Investors Service* је средином 2012. године потврдила Босни и Херцеговини претходно смањени кредитни рејтинг „Б3” и измјенила изгледе са „на посматрању – негативно” на „стабилне изгледе”. На бази претходних промјена, можемо закључити да Босна и Херцеговина има шпекулативну кредитну способност са високим кредитним ризиком, чиме се приближила на један корак до оцјене „лоша кредитна способност са веома високим кредитним ризиком”, што се сматра потпуно неатрактивним за улагање. Према оцјенама агенција, међу земљама у региону, Босна и Херцеговина има бољи рејтинг само од Македоније, Србије и Грчке. Ако посматрамо само тржиште капитала Републике Српске у 2012. години укупан промет на Бањалучкој берзи је приближно једнак промету оствареном у 2010. години. Укупан промет у првој половини 2012. године износио је 102.485.397 КМ. Значајан репер развијености и стања тржишта капитала Републике Српске, представља и степен развијености инвестиционих фондова. Имовина инвестиционог фонда је у власништву чланова инвестиционог фонда, и то сразмерно њиховом учешћу у фонду и одвојена је од друштва за управљање тим фондом. Република Српска се већ дужи временски период налази у фази коренитих реформи економског и финансијског система. Низак степен развијености

тржишта капитала Републике Српске један је од разлога спорог изграђивања тржишне привреде у Републици Српској. Развојем тржишта капитала долази до јачања тржишних стандарда понашања који карактеришу савремена финансијска тржишта, чиме се стичу услови за исправљање досадашњих девијација економског и финансијског система и хватање корака са земљама које карактерише висок степен развијености тржишта капитала. Према Закону о инвестиционим фондовима, инвестициони фонд представља институцију колективног инвестирања у оквиру које се прикупљају и улажу новчана средства у различите врсте имовине са циљем остварења прихода и смањења ризика улагања¹⁵⁰. Индиректно инвестициони фонд представља финансијску институцију која повлачи средства мањих индивидуалних инвеститора којима за узврат емитује акције (shares) или, ређе, потврде о учешћу у финансијској активи фонда (units)¹⁵¹.

У зависности од одабраног инвестиционог циља, отворени инвестициони фондови се могу дијелити на¹⁵²:

1. Фонд очувања вриједности имовине
2. Фонд прихода
3. Балансирани фонд
4. Фонд раста вриједности имовине

Фонд очувања вриједности имовине улаже у краткорочне дужничке хартије од вриједности и новчане депозите. Ови фондови имају најмању стопу ризика, и као такви остварују најниже приносе у односу на остале врсте отворених фондова. Фонд прихода улаже најмање 75% своје имовине у дужничке хартије од вриједности (обвезнице). Улагање у фонд прихода носи нешто већи ризик од улагања у фонд очувања вриједности имовине, а тиме и остварује нешто веће приносе.

Карактеристика фонда прихода је, да је изложен ризику кретања каматних стопа, другим ријечима: када каматне стопе расту, вриједност имовине фонда прихода се смањује. Балансирани фонд улаже најмање 85% имовине у власничке и дужничке хартије, са тим што у дужничке хартије од вриједности улаже најмање 35% а највише 65% укупне имовине фонда. Овај фонд носи умјерену стопу ризика и умјерене приносе. Фонд раста вриједности имовине улаже најмање 75% вриједности своје имовине у власничке хартије од вриједности (акције). Овакви фондови су најризицијнији, и најприимјеренији особама које су

¹⁵⁰ Закон о инвестиционим фондовима, "Службени гласник Републике Српске", бр. 92/06 од 22.09.2006. године

¹⁵¹ Шошкић, Д., Живковић, Б., (2006), Финансијска тржишта и институције, Београд, ЦИД Економски факултет, 2006, стр. 451.

¹⁵² Инвестициони фондови, www.investicioni-fondovi.com, (20.01.2013.)

спремне да прихвате висок ризик инвестирања. Затворени фонд своја средства прикупља путем јавне понуде и има ограничен број акција. Када је јавна понуда завршена, инвеститори који су купили акције фонда њима могу трговати на организованом тржишту по тржишној цијени тих акција која може бити нижа или виша од вриједности имовине фонда. Друштво за управљање је дужно да уврсти акције фонда на организовано тржиште у року од 3 дана од дана пријема ријешења о издавању. Поред хартија од вриједности у које улажу отворени фондови, затворени фондови могу улагати и у некретнине као и у привредна друштва којима се не тргује на организованом тржишту, па могу бити ризичнији од отворених фондова. Затворени фондови не врше откуп акција од својих чланова, већ их они морају продати на секундарном, берзанском или ван-берзанском тржишту.

Стање у области инвестиционих фондова у Републици Српској најбоље рефлектује индекс инвестиционих фондова Републике Српске ФИРС. Кретање вриједности ФИРС-а представљено је графиконом 1.

Графикон 1. Индекс фондова Републике Српске – ФИРС у периоду 01.01.2012. – 30.01. 2013. године



Извор: Бањалучка берза, <http://www.blberza.com> (30.01.2013.)

На бази претходног графикона, видљиво је да је у 2013. години дошло до раста вриједности ФИРС-а. У Републици Српској доминирају затворени инвестициони фондови, настали трансформацијом приватизационих инвестиционих фондова, чије је пословање регулисано Законом о инвестиционим фондовима¹⁵³. На тржишту капитала Републике Српске у 2012. години послује 16 инвестиционих фондова, и то четрнаест затворених инвестиционих фондова са јавном понудом, и два отворена инвестициона фонда са јавном понудом. Управљање наведеним фондовима обавља тринаест регистрованих друштава за управљање. У зависности од инвестиционе политике и врсте

¹⁵³ Закон о инвестиционим фондовима, "Службени гласник Републике Српске", бр. 92/06 од 22.09.2006. године

имовине у коју улажу, затворени фондови се дјеле на¹⁵⁴:

- Затворене фондове који више од 50% своје имовине улажу у хартије од вриједности којима се тргује на организованом тржишту;
- Затворене фондове који више од 50% своје имовине улажу у акције предузећа којима се не тргује на организованом тржишту и удјеле ортачких, командитних и друштава са ограниченом одговорношћу у Републици Српске;
- Затворене фондове за улагање у некретнине који више од 60% имовине улажу у непокретности.

У табели 1. приказаћемо вриједности куповине и продаје обвезница од стране ЗИФ-ова за 2010 и 2011 годину на Бањалучкој берзи.

Табела 1. Вриједности куповине и продаје обвезница од стране ЗИФ-ова за 2010 и 2011 годину на Бањалучкој берзи

ФОНД	ОБВЕЗНИЦЕ			
	КУПОВИНА (у КМ)		ПРОДАЈА (у КМ)	
	2010.	2011	2010.	2011.
BLBP	21.299	47.307	12.609	54.375
BLKP	676.077	635.280	1.099.423	668.805
BRSP		11.727		0
EINP	24.462	0		0
EKVP	0	125.942	0	81.120
INVP	235.984	156.728		32.477
JHKP		0		0
KRIP		44.919	49.418	39.058
PLRP		0		0
PRVP		0		0
UNIP	3.1	63.866	3.2	0
VBIP	0	804.979	0	334.556
VIBP		0		0
ZPTP	1.752.889	1.493.635	476.555	337.380
УКУПНО	2.710.711	3.384.383	1.638.005	1.547.772

Извор: Бањалучка берза, <http://www.blberza.com> (30.01.2013.)

На основу података у табели 1. видљиво је да ЗИФ-ови нису имали значајнија улагања у обвезнице, иако неке од обвезница имале изузетно високу стопу приноса до доспјећа. У табели 2, приказаћемо вриједности куповине и продаје за/из портфељ(а) ЗИФ-а акција других ЗИФ-ова за 2010 и 2011 годину на Бањалучкој берзи

Табела 2. Вриједности куповине и продаје за/из портфељ(а) ЗИФ-а акција других ЗИФ-ова за 2010 и 2011 годину на Бањалучкој берзи

¹⁵⁴ Инвестициони фондови, www.investicioni-fondovi.com, (20.01.2013.)

ФОНД	АКЦИЈЕ			
	КУПОВИНА (у КМ)		ПРОДАЈА (у КМ)	
	2010	2011	2010	2011
BLBP		0		0
BLKP	62.701	2.000	84.343	18.839
BRSP		0		0
EINP		16.291		0
EKVP	357.721	58.352	162.627	0
INVP	22.183	0		32.476
JHKP		0		0
KRIP		48.638	187.013	39.058
PLRP	36.411	32.097		58.868
PRVP		8.915		0
UNIP		0		0
VBIP	356.856	55.480	12.100	0
VIBP		0		0
ZPTP		7.880		1.505.274
УКУПНО	835.873	229.653	446.083	1.654.516

Извор: Бањалучка берза, <http://www.blberza.com> (30.01.2013.)

Из претходне табеле видљиво је да се око 25% куповних трансакција односи на улагања у акције других ЗИФ-ова, што износи 28,05 милиона КМ, што је веома лош показатељ динамике реструктурирања портфеља ЗИФ-ова. У табели 3. приказаћемо вриједности куповине и продаје ЗИФ на тржиштима изван Републике Српске у 2010. и 2011. години.

Табела 3. Вриједности куповине и продаје ЗИФ на тржиштима изван Републике Српске у 2010. и 2011. години

ФОНД	2010.		2011.	
	КУПОВИНА (у КМ)	ПРОДАЈА (у КМ)	КУПОВИНА (у КМ)	ПРОДАЈА (у КМ)
KRIP			324.981	
ZPTP	2.947.647	1.864.137	4.533.885	2.098.017
VBIP	1.048.958	881.008	27.871	
BLKP	1.135.850	82.986	262.753	387.037
EKVP	109.502	66.810	43.950	
BLBP				
PLRP			203.398	
INVP	2.244.919	439.675	896.336	708.402
PRVP	292.707		338.897	88.776
VIBP	195.996		1.956.465	
BRSP				
EINP			20.633	
UNIP				
JHKP				
УКУПНО	7.975.579	3.334.616	8.609.170	3.282.231

Извор: Бањалучка берза, <http://www.blberza.com> (30.01.2013.)

Према одредбама Закона, инвестиционим фондовима у Републици Српској омогућено је улагање имовине и на другим тржиштима у свијету. Подаци дати у табели 3. упућују на закључак да су се друштва за управљање у структурирању имовине ЗИФ-ова оријентисала на улагање на тржишту капитала Републике Српске. Инвестициони портфолио затворених инвестиционих фондова у Републици Српској је врло диверсификован. Затворени инвестициони фондови улажу у акције, обвезнице, некретнине, остале хов и др. У табели 4. дат је преглед улагања ЗИФ-ова по врстама имовине на дан 30.06.2012. године.

Табела 4. Улагања ЗИФ-ова по врстама имовине на дан 30.06.2012. године.

ФОНД	АКЦИЈЕ	ОБВЕЗНИЦЕ	Остале Хов	Депозити и пласмани	Готовина и готовински еквиваленти	Некретнине	УКУПНО
BLKP	6.179.441	660.100	-	-	433.484	1.491.310	8.764.334
VBIP	17.015.093	2.000.000	-	-	269.691	-	19.284.784
ZPTP	99.148.548	3.662.998	697.683	17.000.000	369.791	-	120.879.020
EKVP	13.689.029	-	-	150.000	274.194	-	14.113.223
BLBP	16.613.689	9.612	-	-	121.039	-	16.744.340
BRSP	12.995.775	14.409	-	-	315.916	-	13.326.100
VBIP	10.465.658	-	-	300.000	522.946	-	11.288.604
EINP	25.613.518	93.344	-	300.000	1.060.187	-	27.067.049
INVP	30.207.135	2.358.945	-	-	672.116	-	33.238.196
JHKP	9.730.332	-	-	-	56.784	-	9.900.171
KRIP	44.617.883	154.591	148.649	-	366.358	-	45.287.481
PLRP	24.068.427	2.578	509.298	-	1.216.852	-	25.797.155
PRVP	5.868.552	55.154	-	-	35.720	-	5.959.427
UNIP	553.833	107.712	272.975	570.000	7.118	-	1.511.638
УКУПНО	316.766.913	9.119.443	1.628.605	18.320.000	5.722.196	1.491.310	353.048.467

Извор: Бањалучка берза, <http://www.blberza.com> (30.01.2013.)

У структури портфеља још увијек доминирају власнички инструменти, односно акције као најзначајнија врста имовине код свих инвестиционих фондова, иако се у малој мјери појављују и улагања у друге инструменте, гдје је примјетно улагање у некретнине код „Балкан Инвестмент Фонд“ а.д. Бања Лука, те висок ниво депозита код „Зептер фонд“ а.д. Бања Лука. Берзански аналитичари као кључни и хронични проблем тржишта капитала Републике Српске наводе изузетно низак промет због слабе потражње, али и понуде акција. Тржиште капитала Републике Српске превише зависи од иностране потражње. То се видјело и на почетку глобалне финансијске кризе када су страни улагачи брзо напустили наше тржиште. Разлоге у тренутном стању тржишта капитала треба тражити и у падају повјерења у тржиште капитала Републике Српске и компаније чијим се акцијама тргује на Бањалучкој берзи. То је за последицу имало повећање степена ризичности инвестирања у ХОВ на домаћем тржишту капитала.

2. ПОРТФОЛИО МЕНАџМЕНТ ИНВЕСТИЦИОНИХ ФОНДОВА-ДРУШТВА ЗА УПРАВЉАЊЕ ИНВЕСТИЦИОНИМ ФОНДОВИМА

Према одредбама Закона о инвестиционим фондовима, друштво за управљање се оснива у правном облику друштва са ограниченом одговорношћу или акционарског друштва. На тржишту капитала Републике Српске егзистира 14 друштава за управљање инвестиционим фондовима. Предмет његовог пословања је искључиво оснивање инвестиционих фондова и управљање инвестиционим фондовима, односно улагање новчаних средстава у своје име а за рачун власника удјела отворених инвестиционих фондова, и у име и за рачун акционара затворених инвестиционих фондова, те обављање других

послова одређених Законом¹⁵⁵. Отворени инвестициони фонд послује на принципу прикупљања новчаних средстава путем емитовања инвестиционих јединица. Број власника инвестиционих јединица у фонду и вриједност имовине фонда се перманентно мјењају. Имовина улагача се улаже у различите хартије од вриједности: акције, обвезнице, благајничке записе и друге законом дозвољене хартије од вриједности. Цјелокупна имовина је подељена на једнаке дјелове - инвестиционе јединице. Свака инвестициона јединица је пропорционалан дио у укупној имовини отвореног инвестиционог фонда. Власници отвореног инвестиционог фонда су инвеститори, који улажу новац и на тај начин купују јединице отвореног инвестиционог фонда. Вриједност јединице се мјења зависно од промјене курса хартија од вриједности које су у портфолију отвореног инвестиционог фонда. Мјерило успјешности отвореног инвестиционог фонда је остварени принос, тј., раст вриједности јединице. Циљ пословања је повећање укупне имовине отвореног инвестиционог фонда и тиме повећање имовине улагача. Циљ отворених инвестиционих фондова је очување вриједности имовине уз остварење високе стопе приноса на дужи временски период инвестирањем на домаћа и страна тржишта хартија од вриједности.

3. МЈЕРЕЊЕ ПРИНОСА ИНВЕСТИЦИОНИХ ФОНДОВА

Инвестиционом политиком инвестиционог фонда утврђују се основни циљеви и стратегија улагања инвестиционог фонда. Основни циљ инвестиционе политике отворених инвестиционих фондова је остваривање атрактивних приноса, уз прихватљив ризик. Инвестициона јединица је удио у укупној нето имовини отвореног инвестиционог фонда. На следећем табеларном прегледу приказани су подаци о односу нето вриједности имовине инвестиционих фондова (НВИ) и тржишне цијене на датум 30.06.2012. године.

Табела 5. Однос нето вриједности имовине по акцији NVI и тржишне цијене ТС акција ЗИФова на дан 30.6.2012. године

ФОНД	NVI	ТС	ТС/NVI	NVI/ТС
BLBP	9,64	2,70	28,01%	3,57
BLKP	7,75	2,02	26,06%	3,84
ФОНД	NVI	ТС	ТС/NVI	NVI/ТС
BRSP	9,47	4,50	47,52%	2,10
EINP	23,86	10,05	42,12%	2,37
EKVP	10,64	3,85	36,18%	2,76
INVP	0,17	0,043	25,29%	3,95
JHKP	4,97	3,16	63,58%	1,57
KRIP	14,04	5,51	39,25%	2,55
PLRP	15,32	4,97	32,44%	3,08
PRVP	5,46	1,20	21,98%	4,55
VBIP	7,38	3,82	51,78%	1,93
VIBP	9,23	3,89	42,15%	2,37
ZPTP	16,18	5,99	37,02%	2,70
ПРОСЈЕЧНО	-	-	37,95%	2,87

¹⁵⁵ Закон о инвестиционим фондовима, "Службени гласник Републике Српске", бр. 92/06 од 22.09.2006. године

Извор: Бањалучка берза, <http://www.blberza.com> (30.01.2013.)

Према подацима из табеле 5. видљиво је да се акцијама затворених инвестиционих фондова у јуну 2012. године трговало са дисконтом од 36-78% у односу на нето вриједности имовине по акцији. Највећи дисконт имале су акције фонда Привредник инвест (78,02%), а најмањи дисконт акције фонда Јахорина Коин (36,4%). Просјечни дисконт акција свих ЗИФ-ова износио је 62,05%, односно нето вриједности имовине по акцији свих ЗИФ-ова (Затворених инвестиционих фондова) у јуну 2012. године, била је већа чак 2,87 пута у просјеку у односу на тржишну вриједност акција.

Обрачун нето вриједности активе по једној инвестиционој јединици (*NAV- Net assets value*) је представљен у табели 3. Почетна вриједност инвестиционе јединице свих отворених фондова у Републике Српске износи 1.000 динара. Када физичко или правно лице уложи одређена средства у фонд он заправо купује одређени број инвестиционих јединица. Нето вриједност фонда рачуна се сваког радног дана, по завршетку трговања. С обзиром на то да се вриједност хартија од вриједности свакодневно мјења, тако се и нето вриједност фонда свакодневно мјења.

Нето вриједност фонда је и добар показатељ успјешности пословања инвестиционог фонда. Такође је значајно истаћи да цијена по којој се врши куповина или продаја акција отворених фондова одговара тржишној вриједности портфолиа ХОВ којим они располажу. Цијена акција се одређује на бази нето вриједности активе NAV по једној акцији. Код затворених инвестиционих фондова цијене акција зависе од тржишних кретања и односа понуде и тражње за њима, па се самим тим могу разликовати од нето вриједности активе. Обрачун нето вриједности активе по једној инвестиционој јединици (*NAV- Net assets value*) на почетку обрачунског периода, приказаћемо на хипотетичком примјеру¹⁵⁶. Претпоставимо да инвестициони фонд ХХХ посједује 2500 инвестиционих јединица. Текућа тржишна цијена акција на крају дана, на почетку обрачунског периода износи 2,5 н.ј., а готовина коју фонд посједује на почетку обрачунског периода износи 25 000 н.ј.. Обавезе фонда на почетку обрачунског периода износе 6 500 н.ј.,. Израчунати нето вриједност активе отвореног инвестиционог фонда по инвестиционој јединици на почетку обрачунског периода.

¹⁵⁶ *NAV (Нето вриједност имовине фонда) се израчунава примјеном одредби Правилника о утврђивању вриједности имовине инвестиционог фонда и обрачуна нето вриједности имовине по удјелу или по акцији инвестиционог фонд („Службени Гласник Републике Српске“, број: 102/07, 04/08 и 23/10).*

Табела 6. Обрачун нето вриједности активе по једној инвестиционој јединици на почетку обрачунског периода (*NAV- Net assets value*)

Опис	Вриједност
1. Готовина	25 000
2. Тржишна вриједност финансијских инструмената (2500*2,5)	6250
3. Укупна тржишна вриједност активе фонда (1+2)	31 250
4. Обавезе (пасива фонда)	6500
5. Нето вриједност активе фонда (3-4)	24750
6. Број инвестиционих јединица	2 500
7. Нето вриједност активе по једној инвестиционој јединици (<i>NAV- Net assets value</i>) на почетку обрачунског периода (5/6) (NAV_t)	9,90

Обрачун нето вриједности активе по једној инвестиционој јединици (*NAV- Net assets value*) на крају обрачунског периода, приказаћемо на хипотетичком примјеру. Претпоставимо да инвестициони фонд XXX посједује 2500 инвестиционих јединица. Текућа тржишна цијена акција на крају дана, на крају обрачунског периода износи 2,8 н.ј., а готовина коју фонд посједује на крају обрачунског периода износи 25 000 н.ј.. Обавезе фонда на крају обрачунског периода износе 6 500 н.ј.. Израчунати нето вриједност активе отвореног инвестиционог фонда по инвестиционој јединици на крају обрачунског периода.

Табела 7. Обрачун нето вриједности активе по једној инвестиционој јединици на крају обрачунског периода (*NAV- Net assets value*)

Опис	Вриједност
1. Готовина	25 000
2. Тржишна вриједност финансијских инструмената (2500*2,8)	7000
3. Укупна тржишна вриједност активе фонда (1+2)	32000
4. Обавезе (пасива фонда)	6500
5. Нето вриједност активе фонда (3-4)	25500
6. Број инвестиционих јединица	2 500
7. Нето вриједност активе по једној инвестиционој јединици (<i>NAV- Net assets value</i>) на почетку обрачунског периода (5/6) (NAV_{t+1})	10,20

Инвестициони фондови могу остварити добит за своје инвеститоре по три основа. Као прво, по основу дивиденди и камата примљених на хартије од вриједности у портфолиу. Као друго, по основу реализоване капиталне добити (*capital gains distributions*) уколико је продајна цијена ХОВ већа од набавне цијене. Трећи вид представља раст вриједности ХОВ из портфолиа фонда, а тиме и до раста *NAV (Net assets value)* фонда¹⁵⁷. Принос инвеститора у инвестиционе фондове није

¹⁵⁷ Шошкић, Д., Хартије од вриједности-Управљање портфолиом и инвестициони фондови, Београд, ЦИД Економски факултет, 2006., стр. 282.

гарантована категорија. Инвеститор у зависности од стања на тржишту капитала, кретања цијена ХОВ и других параметара, може да оствари и одређене губитке по појединим категоријама или чак и свим у одређеном периоду. Инвестициона политика у инвестиционе фондове треба се базирати на дугорочном временском хоризонту.

Принос (*Yield*) представља приход по акцији плаћен акционарима на основу дивиденди и камата, тј. по првом основу прихода фонда¹⁵⁸. Обично се изражава као проценат набавне цијене акција фонда (*offer price* или *buy price*). Исплате поред дивиденди и камата обухватају и реализовану капиталну добит (*capital gains distributions*), тј., обухватају све исплате акционарима по првом и другом основу прихода фонда. Укупан принос инвеститора фонда (*Total yield of the fund investors*) поред исплата обухвата и нереализоване капиталне губитке који се манифестују у расту *NAV*. Као свеобухватна и најбоља мера перформанси инвестиционог фонда узима се принос по основу дивиденде или/и камате, профит реализован продајом ХОВ и раст вриједности акција фонда *NAV*.

Ако са U_p означимо стопу укупног приноса отворених инвестиционих фондова, са p_t принос, реализовану капиталну добит са k_t , а раст вриједности *NAV* са $NAV_{t+1} - NAV_t$, тада стопу укупног приноса отворених инвестиционих фондова израчунавамо по релацији 1¹⁵⁹:

Релација 1.:

$$U_p = \frac{p_t + k_t + (NAV_{t+1} - NAV_t)}{NAV_t}$$

По истом принципу у табели 8. извршићемо прорачун стопе приноса отвореног инвестиционог фонда по акцији на бази података из табеле 6. и табеле 7.:

¹⁵⁸ Шошкић, Д., Хартије од вриједности-Управљање портфолиом и инвестициони фондови, Београд, ЦИД Економски факултет, 2006., стр. 282.

¹⁵⁹ Шошкић, Д., Хартије од вриједности-Управљање портфолиом и инвестициони фондови, Београд, ЦИД Економски факултет, 2006., стр. 282.

Табела 8. Стопа приноса отвореног инвестиционог фонда по акцији

Дивиденда по акцији у текућем обрачунском периоду	Реализована капитална добит по акцији	Нето вриједност активе по акцији на почетку обрачунског периода NAV_t	Нето вриједност активе по акцији на крају обрачунског периода NAV_{t+1}	Стопа приноса отвореног инвестиционог фонда по акцији
0,53	0,32	9,90	10,20	11,62%

Код затворених инвестиционих фондова ситуација је једноставнија јер се стопа приноса добија као и код сваке друге акције као однос збира капиталне апresiasiјације $C_{t+1} - C_t$ и дивиденде d , са цијеном акције фонда на почетку периода C_t , што је представљено релацијом 1^{160} :

Релација 1.:

$$p = \frac{(C_{t+1} - C_t) + d}{C_t}$$

По истом принципу у табели 9. извршићемо прорачун стопе приноса затвореног инвестиционог фонда по акцији:

Табела 9. Стопа приноса затвореног инвестиционог фонда по акцији

Дивиденда по акцији у текућем обрачунском периоду	Реализована капитална добит по акцији	Цијена акција на почетку обрачунског периода C_t	Стопа приноса затвореног инвестиционог фонда по акцији
0,80	0,45	30	4,17%

Код отворених инвестиционих фондова инвеститори, по правилу, не добијају пун износ укупног приноса. Уз менаџмент провизију, која се одузима прије формирања NAV_{t+1} , ту су и друге провизије намјењене, углавном покривању трошкова дистрибутивно-продајне организације фонда. Структуру трошкова инвестиционог фонда је могуће представити помоћу следеће математичке релације 1^{61} :

$$T_u = U_n + I_n + N_u + T_f + D_t + T_t$$

T_u -Укупни трошкови,
 U_n -улазне накнаде,

И_н-излазна накнада,
Н_у-накнада за управљање имовином фонда,
Т_ф-трошкови фонда,
Д_т-други трошкови,
Т_т-трошкови трансфера новца

Улагач плаћа улазну накнаду приликом куповине удјела фонда (од 0 – 5 % износа уплате, (уобичајно 3%)). Улагач плаћа излазну накнаду приликом (продаје) откупа удјела фонда (0 – 5% вриједности личне имовине (уобичајно 0% или 1%)). Друштво за управљање има право на годишњу накнаду за управљање имовином фонда, која се свакодневно обрачунава као проценат имовине фонда, или као проценат просјечне годишње нето вриједности имовине фонда и наплаћује се директно из имовине фонда (од 1% до 5% (уобичајно 3%)). Трошкови који се наплаћују из имовине фонда се односе на трошкове везане за трговину хартијама од вриједности (провизије брокерско-дилерског друштва, Берзе, Централног регистра) као и трошкови кастоди банке и екстерне ревизије. Друге трошкове улагач плаћа по основу других услуга које друштво за управљање обавља по поднесеном захтеву улагача: израда и достава извјештаја о промету и стању удјела, достава финансијских извјештаја фонда. Трошкови који настају код банака или других финансијских организација преко којих купујете инвестиционе јединице (уобичајно исто као код плаћања рачуна, max 1%).

4. РИЗИЧНОСТ УЛАГАЊА У ИНВЕСТИЦИОНЕ ФОНДОВЕ

Како свако инвестиционо улагање носи одређен степен ризика, тако и улагање у инвестиционе фондове носи одређен ризик. Висина ризика је у финансијама тјесно повезана са висином приноса. Ризик најједноставније речено представља вероватнићу трпљења губитка, штете или повреде 1^{62} . Може се рећи да су принос и ризик двије стране исте медаље. Ризици који највише утичу на приносе инвестиционих фондова су најчешће следећи: каматни ризик, ризик промјене вриједности хартија од вриједности, ризик курса и валуте, оперативни ризик, ризик ликвидности, ризик промјене пореских прописа и сл. Најчешће се ризици дјеле на оне на које друштво за управљање инвестиционим фондовима може да утиче и на оне на које не може. Прва група ризика се најчешће елиминише квалитетном диверсификацијом портфолиа фонда. Ризик

¹⁶⁰ Шошкић, Д., Хартије од вриједности-Управљање портфолиом и инвестициони фондови, Београд, ЦИД Економски факултет, 2006., стр. 282.

¹⁶¹ На бази домаће и иностране праксе

¹⁶² Ерић, Д., Финансијска тржишта и инструменти, Београд, Чигоја, 2003., стр. 146.

портфеља се мери тзв. коефицијентом бета портфеља, који показује осјетљивост портфолиа на промјене целог тржишта хартија од вриједности. Када је бета коефицијент мањи од 1 значи да је његов принос мање осјетљив од приноса укупног тржишта и са тим и мање ризичан. Ризици могу бити систематски и несистематски. Систематски ризик је онај на који доносилац одлука нема утицај јер се са диверсификацијом улагања тај ризик не може избјећи. Несистематски ризик је онај који се може ограничити диверсификацијом и одговарајућим избором улагања. На бази ризичности инвестиција у отворене инвестиционе фондове, могуће је креирати скалу ризичности инвестиција, што је представљено табелом 10.

Табела 10. Скала ризичности инвестиција у отворене инвестиционе фондове

Отворени инвестициони фонд	Скала ризичности
Фонд очувања вриједности имовине	1 - 2
Фонд прихода	2 - 4
Балансирани фонд	4 - 6
Фонд раста вриједности имовине	8 - 10

Скала ризичности: 1- без ризика, 5 - средње ризичан,.....10 - високо ризичан

ЗАКЉУЧАК

Инвестициони фондови (*Investment funds*) представљају један од најпопуларнијих начина улагања новца у свијету. У земљама које карактерише висок степен развијености берзи и берзанског пословања, инвестициони фондови су постали изузетно популарни током последњих 20-так година. На нашим просторима развој тржишта инвестиционих фондова у последњих 10-так година везује се првенствено за дефинисање законске регулативе неопходне за успјешно функционисање тржишта инвестиционих фондова, затим оснивање већег броја инвестиционих фондова и друштава за управљање инвестиционим фондовима, као и повећање степена свести инвеститора о значају тржишта капитала као мјесту сакупљања капитала. Многе недостатке у пословању инвестиционих фондова покушаће се превазићи измјенама Закона о инвестиционим фондовима, које су у току. Циљеви и принципи промјена у Закону у инвестиционим фондовима су

јачање ефикасности рада друштава за управљање, утврђивање накнаде за управљање у складу са резултатима пословања, повећање користи за акционаре инвестиционих фондова, праћење регионалних и међународних токова у овој области, одговарајући надзор над радом друштава за управљање, усаглашавање са директивама Европске уније у овој области у мјери у којој је то за сада прихватљиво и примјерено нашим условима.

Разлоге тренутног стања у области инвестиционих фондова, треба тражити у утицају свјетске економске и финансијске кризе, кроз пад заинтересованости инвестиционе јавности за улагање у мала и слабо развијена тржишта као што је тржиште капитала Републике Српске, имајући у виду све ризике са којима се суочавају при доношењу одлуке о инвестирању у хартије од вриједности. С друге стране, разлог треба тражити и у активностима самих друштава за управљање у процесу управљања портфељом ЗИФ-ова. Сваки инвеститор чији је примарни инвестициони циљ да заштити свој капитал, а да уз то остварује релативно високу стопу приноса уз минималан ризик, требао би да размотри могућност инвестирања у инвестиционе фондове. У последњем временском периоду тржиште капитала Републике Српске, као и тржишта капитала земаља окружења постала су нестабилнија и захтевају перманентне анализе емитената и свеобухватног ризика који прати улагања. Улагање у инвестиционе фондове доноси доста избалансиран однос приноса и ризика, узимајући тренутне околности на тржишту капитала Републике Српске, по питању односа приноса и ризика.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Bradfield, James., Introduction to the Economics of Financial Markets, Oxford University Press, 2007.
- [2] Bodie, Z., Kane i A., J., Marcus, Основи инвестиција, Београд, Датастатус, 2009.
- [3] Bodie, Z., Kane, A., Marcus J., Почела улагања, Загреб, Мате, 2006.
- [4] Fabozzi, F., J., Fabozzi, T., D., Bond Markets, Analysis and Strategies, Englewood Cliffs, NJ, itd: Prentice-Hall International Inc., 1989.

- [5] Frederic, S. Mishkin, Stanley, G., Eakins, Финансијска тржишта + институције, Загреб, Мате, 1989.
- [6] Van Horne, J., Wachowicz, J., Основе финансијског менаџмента, Загреб, Мате, 2002.
- [7] Ерић, Д., Финансијска тржишта и инструменти, Београд, Чигоја, 2003.
- [8] "Службени гласник Републике Српске", бр. 92/06 од 22.09.2006. године, Закон о инвестиционим фондовима,
- [9] Иванишевић, М., Пословне финансије, Београд, Економски факултет, 2008.
- [10] Jim Kelleher., Equity Valuation for Analysts & Investors A Unique Stock Valuation Tool for Financial Statement Analysis and Model-Building, The McGraw-Hill Companies, 2010.
- [11] Frederic, S. Mishkin, Stanley, G., Eakins, Монетарна економија, банкарство и финансијска тржишта, Београд, Датастатус, 2006.
- [12] Scott A. Hoover, .Stock valuation An Essential Guide to Wall Street's Most Popular Valuation Models, The McGraw-Hill Companies, 2006.
- [13] Шошкић, Д., Живковић, Б., Финансијска тржишта и институције, Београд, ЦИД Економски факултет, 2006.
- [14] Шошкић, Д., Хартије од вриједности-Управљање портфолиом и инвестициони фондови, Београд, ЦИД Економски факултет, 2006.
- [15] Бањалучка берза, [URL:http://http://www.blberza.com](http://www.blberza.com) (30.01.2013.)
- [16] Инвестициони-фондови, [URL:http://www.investicioni-fondovi.com](http://www.investicioni-fondovi.com) (20.01.2013.)