

MEGATREND REVIJA

MEGATREND REVIEW

3 | 2022

Vol. 19, № 3, 2022.

MEGATREND REVIJA
MEGATREND REVIEW

3/2022


Megatrend univerzitet, Beograd
Megatrend University, Belgrade

MEGATREND REVIJA • MEGATREND REVIEW

№ 3/2022

Izdavački savet / Publishing Council:

Predsednik izdavačkog saveta / President of the Publishing Council:

Professor Mića JOVANOVIĆ, PhD

Članovi iz inostranstva / International Members:

Yossef BODANSKY – Director of Research, The International Strategic Studies Associations, USA; Director of Global panel America (Global panel foundation)

Professor Jean-Jacques CHANARON, PhD – Grenoble Ecole de Management, France

Academician Vlado KAMBOVSKI – Macedonian Academy of Sciences and Arts, Skopje, FYR Macedonia

Professor Žarko LAZAREVIĆ, PhD – Institute for Contemporary History, Ljubljana, Slovenia

Professor Norbert PAP, PhD – University of Pécs, Hungary

Professor Sung Jo PARK, PhD – Free University, Berlin, Germany

Članovi iz Srbije / Members from Serbia:

Professor Milojko BAZIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade

Professor Dragan NIKODIJEVIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade

Professor Milivoje PAVLOVIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade

Professor Vladimir PRVULOVIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade

Professor Milan STAMATOVIĆ, PhD – Metropolitan University, Belgrade

Professor Slobodan STAMENKOVIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade

Izdaje / Published by:

Megatrend univerzitet, Beograd / Megatrend University, Belgrade

Štampa / Printed by:

Tercija DOO, Bor

ISSN 1820-3159

UDK / UDC 33

Svi članci su recenzirani od strane dva recenzenta.
All papers have been reviewed by two reviewers.

Adresa redakcije / Editorial Address:

Megatrend revija / Megatrend
Review Bulevar maršala Tolbuhina 8
11070 Novi Beograd, Srbija
Tel.: (381 11) 220 31 50
Fax: (381 11) 220 30 47

E-mail: megatrendrevija@megatrend.edu.rs

<http://megatrendreview.megatrend.edu.rs>

Redakcija / Editorial Board:**Glavni urednik / Editor-in-chief:**

Professor Vesna BALTEZAREVIĆ, PhD

Pomoćnik glavnog urednika/ Assitant to the Editor in Chief:

Mirjana TOPIĆ

Članovi iz inostranstva / International Members:

Doc. dr Zijad BEĆIROVIĆ, IFIMES, Ljubljana, Slovenia

Professor Vladimir DAVIDOV, PhD – Institute for Latin America, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Dr. Christophe de JAEGER, Institute de Jaeger, France

Associate Researcher Yury V. KULINTSEV, PhD – North-East Asian Strategic Issues and SCO Center, Institute of Far Eastern Studies, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Professor Jana LENGHARTOVÁ, PhD – The University of Economics, Bratislava, Slovakia

Professor Maria de MONSERRAT LLAIRÓ, PhD – Faculty of Economic Sciences, Buenos Aires University, Argentina

Research Professor Domenico MORRONE, PhD – LUM Jean Monnet University, Bari – Casamassima, Italy Professor Kevin V. OZGERGIN, PhD – Department of Politics, Economics & Law, The State University of New York, USA

Research Fellow & Centre Coordinator Jagannath P. PANDA, PhD – East Asia Institute for Defence Studies and Analyses (IDSA), New Delhi, India

Članovi iz Srbije: / Members from Serbia:

Professor Tatjana CVETKOVSKI, PhD – Faculty of Business Studies, Megatrend University, Belgrade

Professor Vladimir GRBIĆ, PhD – Faculty of International Economy, Megatrend University, Belgrade

Assistant Professor Ratko LJUBOJEVIĆ, PhD, The Faculty of Law, Megatrend University, Belgrade

Professor Emeritus Mijat DAMJANOVIĆ, PhD, Megatrend University, Belgrade,

Professor Vladan PAVLOVIĆ, PhD – Faculty of Economics, Kosovska Mitrovica, University of Priština

Professor Beba RAKIĆ, PhD – Faculty of Business Studies, Megatrend University, Belgrade

Associate Professor Vladimir RISTANOVIĆ, PhD – Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, Belgrade

Assistant Professor Olja MUNTILAK – IVANOVIĆ, PhD – Faculty of Sciences, The Department of Geography, Tourism and Hotel Management, University of Novi Sad, Novi Sad

“Megatrend review” is the leading scholarly journal of national importance, according to the classification M51 classified by CEON, and M51 classified by the Ministry of Science of the Republic of Serbia

“Megatrend Review” is registered in ERIH PLUS – European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences

“Megatrend Review” is registered in DOAJ – Directory of Open Access Journals

“Megatrend Review” is registered in The International Bibliography of the Social Sciences (IBSS) produced by the London School of Economics and Political Science
– Pro Quest Michigan USA.

“Megatrend Review” is registered and published in EBSCO’s (EBSCO Publishing Inc.) Database “Business Source Complete”: <http://www.ebscohost.com/titleLists/bth-journals.xls>

“Megatrend Review” is registered in GESIS “Knowledge Base SSEE”, Leibniz Institute for the Social Science: <http://www.cee-socialscience.net/journals/>

The Library of Congress Catalog

Megatrend review: the international review of applied economics.

LC Control No.: 2007201331

Type of Material: Serial (Periodical)

Uniform Title: Megatrend Revija. English.

Main Title: Megatrend review : the international review of applied economics.

Published/Created: Belgrade: ill.; 24 cm.

Description: v. : Megatrend University of Applied Sciences, [2004]-Year 1, no. 1 (’04)-

ISSN: 1820-4570

CALL NUMBER: HB1 .M44

CIP – Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд
33

MEGATREND revija = Megatrend Review / glavni urednik Vesna Baltezarević.
- God. 1, br. 1 (2004)- . - Beograd : Megatrend univerzitet, 2004- (Bor : Tercija). - 24 cm

Tekst na srp. i engl. jeziku. - Preuzeo je: Megatrend review = ISSN 1820-4570. - Drugo izdanje na drugom medijumu: Megatrend revija (Online) = ISSN 2560-3329. - Ima izdanje na drugom jeziku: Megatrend review = ISSN 1820-4570

ISSN 1820-3159 = Megatrend revija

COBISS.SR-ID 116780812

Sadržaj – Contents

EKONOMIJA

Radica Ž. Pavlović, Ana S. Veselinović INFLACIJA I POLITIKA DEVIZNOG KURSA-EFEKTI NA SPOLJNOTRGOVINSKU RAZMENU REPUBLIKE SRBIJE: TRGOVINSKOPRAVNI I EKONOMSKI ASPEKT –PERSPEKTIVE I BUDUĆNOST POSLOVANJA	1–18
Sonja Milutinović, Tanja Stanišić DA LI MEĐUNARODNA TRGOVINA DOPRINOSI DOHODOVNOJ KONVERGENCIJI IZMEĐU EVROPSKE UNIJE I ZEMALJA ZAPADNOG BALKANA?	19–33
Svetlana Ignjatijević, Nemanja Pantić ANALIZA EKONOMSKIH SLOBODA ZEMALJA VIŠEGRADSKE GRUPE	35–47
Ana Veselinović STRATEGIJSKO POSMATRANJE RADA INTERNE REVIZIJE KAO DEO UPRAVLJAČKE PODRŠKE U SAVREMENIM NAČINIMA POSLOVANJA U REPUBLICI SRBIJI	47–60
Miloje Isailović Drljača Dejan, Jelena Vitomir KONCENTRACIJA KAPITALA NA TRŽIŠTU OSIGURANJA I PRETPOSTAVKE SOLVENTNOSTI	61–88
Nikola Vujanović, Jovana Radulović KOMPARACIJA NACIONALNOG I INTERNACIONALNOG BIZNISA	89–100
Ivan Pajović, Jelena Premović, Srđan P. Nikolić POSLEDICE SUKOBA U UKRAJINI NA SVETSKU EKONOMIJU	101–113
Kehinde Adeola Olufunke, Olufemi Abifarin, Aderemi Oyebanji HARNESSING NIGERIA'S TOURISM POTENTIALS FOR SUSTAINABLE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT: THE CONTEXT OF LAW AND POLICY	115–140
Žarko Đorić ECONOMY AND HAPPINESS - QUESTIONING THE RELATIONSHIP	141–165
Sanja Filipović, Jelena Ignjatović EKONOMSKI RAZVOJ ZAPADNOG BALKANA: ŠANSE I OGRANIČENJA ZA ZELENU TRANZICIJU	167–182
Miloš Dimitrijević, Milica Vujičić, Lela Ristić INOVATIVNI PRISTUPI U RAZVOJU AGRARA	183–198
Srđan P. Nikolić, Ivana Nikolić UTICAJ SDI NA EKONOMSKI RAST U REPUBLICI SRBIJI U DOBA KRIZE PROUZROKOVANE PANDEMIJOM COVID-19	199–214
Snežana Aleksić NOVAC U OPTICAJU, MONETARNA POLITIKA I DRŽAVNI DUGOVI U SREMU OD SREDINE XVIII VEKA DO PRISAJEDINJENJA KRALJEVINI SHS	215–226
Slađana Neogradi, Slađana Vujičić, Vladan Pantović KREDITNA ANALIZA NA BAZI PARAMETARA U EVROPSKOM BANKARSTVU PRAVO	227–241
Marko M. Milović, Borivoje Baltezarević (NE)EFIKASNOST SPROVOĐENJA MERE BEZBEDNOSTI PROTERIVANJA STRANCA IZ ZEMLJE SA POSEBNIM OSVRTOM NA MIGRANTE	243–253
Milica Rakonjac RECIDIVIZAM KRIVIČNIH DELA U MALOLETNIČKOJ DELINKVENCiji	255–267
Saša Stepanović, Ana Grbić NASILJE NAD DECOM SA SMETNJAMA U RAZVOJI NA PODRUČJU GRADA BEOGRADA	269–290

POLITIKA I BEZBEDNOST

Jovana Vitošević, Dragan Đurđević IMPLEMENTACIJA ENERGETSKE PRAVDE U ENERGETSKOJ TRANZICIJI	291–301
Radoslav Baltezarević, Ivana Baltezarević SELECTIVE EXPOSURE IN POLITICAL COMMUNICATION	303–315
Dragan Stanar „NESKRIVLJENO NEZNAJANJE“ U RATU: KOLATERALNA ŠTETA I KRAJNJA NUŽDA MENADŽMENT I MARKETING	317–328
Radoslav Baltezarević, Ivana Baltezarević, Olivera Milutinović ULOGA LIČNOG BRENDIRANJA U ESPORT INDUSTRIJI	329–339
Milena Cvijetković, Milovan Cvijetković, Marija Kalinić KVALITET I MARKETING ORIJENTACIJA U FUNKCIJI IZGRADNJE BRENDA, ZADOVOLJSTVA KORISNIKA I UNAPREĐENJA POSLOVANJA	341–357
Danijel Sporea OGLEDI STRATEGIJE LOBIRANJA KAO MOGUĆEG ODGOVORA NA AMORTIZOVANJE AKTIVNOG POLITIČKOG RIZIKA U POSLOVANJU KOMPANIJE	359–376
Slavica Anđelić, Olivera Milutinović SOCIJALNA PREDUZEĆA I ODRŽIVI RAZVOJ	377–388
Milica Mladenović, Srđan Milićević NEUROMARKETING KAO ALAT MARKETING ISTRAŽIVANJA I REALIZACIJE STRATEGIJE ODNOSA SA POTROŠAČIMA	389–409
Branislav Sančanin, Goran Perić, Aleksandra Jevtović TOURIST VALORIZATION OF THE CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF THE CITY CORE OF SREMSKI KARLOVCI	411–426

MEĐUNARODNI ODNOSI

Kosta B. Lekić KULTURNI GENOCID – DEFINICIJA, OSOBINE, OPASNOSTI	427–439
Vladimir Lović, Saša Bulatović GEOPOLITIČKI ČINIOCI KAO DETERMINANATE STRATEŠKIH OPREDELJENJA MALIH DRŽAVA JAVNE POLITIKE	441–456
Zoran Brljak, Vladimir Kostić, Ljubiša Stamatović INNOVATIVE ABILITY AS A FACTOR OF IMPROVING COUNTRY COMPETITIVENESS INFORMACIONO DRUŠTVO	457–466
Vesna Baltezarević, Borivoje Baltezarević VIDEO GAMES AS COMMUNICATION REALITY	467–474
Sanin Hamzagić, Aleksandar Đokić, Aleksandar Jovičić KUPOVINA PUTEM INTERNETA („ONLINE“ KUPOVINA) U PERIODU COVID PANDEMIJE	475–493
SPISAK RECENZENATA / LIST OF REVIEWERS	495–496
OSNOVNE INFORMACIJE O ČASOPISU I UPUTSTVO ZA AUTORE	497–505
GENERAL INFORMATION ON THE JOURNAL AND THE INSTRUCTIONS FOR AUTHORS	507–515

EKONOMIJA

Radica Ž. Pavlović*
Ana S. Veselinović**

336.748.12(497.11)
338.23:336.74
339.56(497.11)
DOI: 10.5937/MegRev2203001P
Originalni naučni rad
Primljen 20.08.2022.
Odobren 15.10.2022

INFLACIJA I POLITIKA DEVIZNOG KURSA-EFEKTI NA SPOLJNOTRGOVINSKU RAZMENU REPUBLIKE SRBIJE: TRGOVINSKOPRAVNI I EKONOMSKI ASPEKT –PERSPEKTIVE I BUDUĆNOST POSLOVANJA ***

Sažetak: *Proces globalizacije, deregulacije i liberalizacije tržišta, međunarodna dominantnost ima više značajnih aspekata, pre svega, imajući u vidu turbulentnost, složenost i neizvesnost poslovanja kao i primenu propisa podložnih promenama što ima značajne negativne implikacije svih vidova ekonomske politike domicilne zemlje ali i dominantan uticaj međunarodnih institucija. Kako ekonomska politika posredstvom cene (inflacije) i politike deviznog kursa, ima znatan uticaj na spoljnotrgovinsku razmenu i trgovinske ugovore u pravnom prometu kroz pozicioniranje, konkurentnost, rast i razvoj Republike Srbije kako na domicilnom tako i na međunarodnom tržištu, gde dolazi do tzv. principa „pobeda jačeg”, treba razmotriti uticaje imerijalističkih sila, političkog uticaja i svetske oligarhije u kontekstu budućnosti i perspektive i budućnosti poslovanja domaćih privrednih društava kao i same ekonomske politike. S toga cilj ovog rada jeste da povezujući znanje iz pravnog i ekonomskog domena, stavi fokus na dejstvo efekta inflacije i politike deviznog kursa i njihov uticaj u spoljnotrgovinskoj razmeni i međunarodnim finansijskim štabovima kao izazove koji stoje pred naukom i strukom imajući u vidu sve implikacije koje su navedene a od krucijalnog su značaja za budućnost međunarodnog poslovanja..*

Ključne reči: *spoljnotrgovinska razmena, inflacija, devizni kurs, perspektive međunarodnog poslovanja.*

* Vanredni profesor, Pravni fakultet, Megatrend univerzitet, Beograd; email: radica.pavlovic80@gmail.com

** Dr, Fakultet za poslovne studije, Megatrend univerzitet, Beograd; email:aveselinovic777@gmail.com

*** Ovaj rad je rezultat projekta FPBPS Budućnost poslovanja u Srbiji. Projekat je pokrenut sporazumom Pravnog fakulteta sa Unijom poslodavaca Srbije i projekta FPSBPS Budućnost poslovanja u Srbiji, koji je pokrenuo Fakultet za poslovne studije u saradnji sa Pravnim fakultetom.

Rad predstavlja nastavak istraživačkog rada, na koji se pretežno i oslanja a objavljen u časopisu Megatrend Revija, Vol 18, No 4, 2021, Megatrend univerzitet Beograd, pod nazivom: „Efekti ekonomske politike na spoljnotrgovinsku razmenu Republike Srbije: trgovinskopravni i ekonomski aspekt-budućnost i perspektive, str. 147-168, zbog dugogodišnjeg istraživanja navedene problematike, permanentne aktuelnosti i značajnosti kako sa naučnog tako i stručnog aspekta.

1. UVODNE NAPOMENE

Kupoprodajni odnosi, poslovi i politika, kako u nacionalnoj ekonomiji naše zemlje tako i na svetskoj sceni, jedan su od najčešćih oblika poslovanja i prometa robe i usluga, regulisani u poslovnom svetu. Pravni odnosi i operacije koji nastaju u kupoprodajnim odnosima imaju znatan uticaj na subjekte poslovnog odnosa a Ugovor o prodaji je istovremeno i pravni osnov trgovačke razmene i instrument trgovinskog prometa na domaćem i na inostranom tržištu. S ekonomskog aspekta ugovor o kupoprodaji je najvažniji od svih ugovora prometa dobara, jer se pomoću njega kao pravnog instrumenta sprovodi najveći deo i obim tog prometa, i dolazi na prvo mesto po važnosti i učestalosti, i kao sredstvo prometa na tržištu trpi uticaj raznih politika, faktora i pravnih sistema koji ga regulišu, naročito ako se ima u vidu da je Republika Srbija prihvatila međunarodne standarde, pravnu i ekonomsku regulativu, kao i nacionalnu politiku, koje doseže do svih dometa poslovanja (prava, ekonomije, kulture...) u svrhu ostvarivanja profita i jačanja dominacije krupnog kapitala, imperijalističkih sila i svetske oligarhije a sve u cilju tobožne konkurentnosti i otvorenosti tržišta Republike Srbije.

Dugogodišnji uslovi poslovanja trpe jak uticaj međunarodnih institucija, koji se izražava u internacionalizaciji, kao i informatizacije, promena u domaćoj pravnoj regulativi i uspostavljanja unifikacije prava međunarodne kupoprodaje koja će odgovarati potrebama i zahtevima savremene spoljnotrgovinske razmene i trgovine i prometa dobara¹ a time i veći rizik u poslovanju. Ne treba izostaviti veoma bitan aspekt državnih politika koje kroz mere ekonomske politike (monetarno-devizne i fiskalne) imaju značajan uticaj na sve subjekte prava te na taj način uspostavljaju sistem koji i same subjekte stavlja u nepoznanice, a što može imati i negativnu konotaciju, naročito u tranzicionim i nerazvijenim zemljama.²

„Na oltarima svemoćnoga Boga tržišta stalno se obnavlja obećanje da će svi koji se podvrgavaju zahtevima svetskog tržišta biti blagosloveni zemaljskim bogatstvom“.³ Novo trojstvo tržište-konkurencija-novac pojavljuje se na svetskoj sceni sa namerom da se uzdigne u vrhovnu vlast, koja će vladati poslovima planete, namećući svoja pravila državama i svoje ujednačavajuće norme,⁴ kako bi od nerazvijenih i malih zemalja napravili kolonije kroz proces tranzicije i kupovinu profitabilnih preduzeća, korišćenje prirodnih bogatstava, jeftine (robovske) radne snage, koncentracije jakih multinacionalnih kompanija i velikih trgovinskih lanaca u cilju jačanja ujedinjenja krupnih kapitalista, koncentracije kapitala, povećanjem profita i manipulisanju novcem. Ovo svakako vodi uništenju svih društvenih normi nerazvijenih zemalja, uništenju njihovog kulturnog identiteta, dostojanstva čoveka, preko preuzimanja strateških resursa pa do pravnih, ekonomskih, bezbedonosnih i drugih političko-društvenih sfera, dok je vlastma (verovatno po uzoru na staleško pravo) važna otvore-

¹ Aleksandar Goldštajn (1970): *Međunarodno trgovačko pravo*, Zagreb, Informator, str. XXXII.

² Radica Ž. Pavlović, Rajko, M. Bukvić (2020): „Uticaj politike deviznog kursa na trgovinsku razmenu Republike Srbije u uslovima krize- trgovinskopravni ekonomski aspekt“, *Megatrend Revija*, Vol. 17, No4, str.79.

³ Ulrich Beck (2004): *Moć protiv moći u doba globalizacije*, Školska knjiga, Zagreb, str. 117.

⁴ Major, F. (1997): *UNESKO: ideal i akcija*, Republički zavod za međunarodnu naučnu, prosvetnu, kulturnu i tehničku saradnju, Beograd, str. 53.

nost ekonomije za strane investicije, povoljna ekonomska klima, sigurnost i poverenje- **za koga realno i za čiji interes?**

2. EKONOMSKA POLITIKA– INFLACIJA I REALNI DEVIZNI KURS I NJEGOVE IMPLIKACIJE NA TRGOVINSKE KUPOPRODAJNE ODNOS I SPOLJNOTRGOVINSKU RAZMENU – PRAVNI ASPEKT

Prema Ustavu Republike Srbije⁵ spoljna politika Republike Srbije počiva na opštepri-
znanim principima i pravilima međunarodnog prava.⁶ Stranci mogu steći pravo koncesije na
prirodnim bogatstvima i dobrima od opšteg interesa, kao i druga prava određena zakonom.⁷

Proces globalizacije i deregulacije tržišta, vladavine prava ekonomsko moćnijih zemalja,
enormno ubrzan proces digitalizacije i novih tehnologija koji donosi ubrzan način poslo-
vanja, dinamičan razvoj ekonomskih odnosa s inostranstvom, „moćan uticaj međunarodnih
monetarnih institucija i politika, imaju jako dejstvo na ugovor o kupoprodaji koji nužno trpi
sve mere i faktore koji utiču na njega kao i različite pravne sisteme koji ga uređuju. S obzirom
da je ova vrsta ugovora u privredi najzastupljenija, kako po svojoj važnosti, tako i po svojoj
učestalosti u praksi, bilo na domaćem ili međunarodnom tržištu, veoma je važno da se na
jedan sveobuhvatan način sagledaju svi relevantni uticaji, dejstva, politike, procedure i pravni
okviri jer on ima posledično svoja dejstva ne samo na sve subjekte kupoprodajnog odnosa
već i na domicilnu ekonomiju”⁸

Ekonomska politika, kao jedan od važnih faktora formiranja realnih cena kod ugovora
o kupoprodaji, ima bitnu ulogu za domaće kompanije (proizvođače, prodavce, izvoznike)
jer utiče na njihovu ekonomsku poziciju i konkurentnost. Sem toga, prihvatanje i ratifikacija
sporazuma nametnutih od strane međunarodnih institucija, zakonskih propisa, uzansi i sl.,
dodatno utiču na poslovanje domaćih privrednih društava. Naime, pravo kupoprodaje kao
eminentno „internacionalističko” pravo u tom kontekstu, otuda što svugde ima isti osnov i
cilj, treba da pribegne stalnom usavršavanju nacionalnog pravnog sistema kroz prihvatan-
je drugih pravnih sistema kao „put za prevazilaženje divergentnosti nacionalnih pravnih
sistema, put kojim se dolazi, bez formalnog sporazumevanja između država, do pojave je-
dinstvenih, unificiranih pravila, do jedne faktičke unifikacije pod uticajem istih potreba”⁹
što bi sve moralo dovesti – kombinovanim dejstvima faktičkih i formalnih tj. ugovornih
međudržavnih unifikacija – do univerzalističkog sistema prava kupoprodaje koji postepe-
no postaje realnost, a čija će se potreba osećati utoliko više ukoliko se budu intenzivirala i
pojačavala ekonomska povezanost nacionalnih privreda i njihova međuzavisnost kao po-

⁵ Ustav Republike Srbije (2006), *Sl. glasnik RS*, br. 98/2006

⁶ Op. cit. čl.16, st.1.

⁷ Op. cit. čl.85., st.2.

⁸ Radica Ž. Pavlović, Rajko, M. Bukvić (2020): „Uticaj politike deviznog kursa na trgovinsku razmenu Repu-
blike Srbije u uslovima krize- trgovinskopravni ekonomski aspekt“, *Megatrend Revija*, Vol. 17, No4, str.79.

⁹ T. B. Blagojević (1966): *Savremeni društveni značaj unifikacije prava u međunarodnim razmenama*, Institut
za uporedno pravo, Beograd, str. 7.

sledica sve veće podele rada i specijalizacije.¹⁰ Već iz postavki, koje datiraju pre uspostave pomenutih propisa, vidi se da se još pre 20 godina pravna nauka zalagala za unifikaciju pojedinih pravnih sistema. No, nije uzimano u obzir ekonomsko dejstvo, tj. vođenje ekonomske politike i njenog uticaja na efekte kupoprodaje.

Dve su vrste valutnih klauzula. Kada je ugovorena prava – klauzula plaćanja u stranoj valuti – naravno ako je takva klauzula prema zakonu ugovora punovažna, pravna pravila koja važe za novčanu obavezu izražena u domaćoj valuti, biće primenjena i za obavezu u stranoj valuti (na primer, pravilo o nominalnoj vrednosti novca – načelo monetarnog nominalizma, prema kom se dužnik oslobađa duga plaćanja nominalnog iznosa, te će u slučaju pada vrednosti odnosno strane valute poverilac izgubiti). Drukčija je situacija kada je ugovorena druga klauzula – plaćanje prema vrednosti strane valute. U slučaju da dođe do promene vrednosti strane valute prema kojoj se ima izmeriti visina duga, na primer, da ta valuta devalvira – promeni joj se službeni paritet prema zlatu ili se na slobodnom tržištu (valutnoj berzi) formira kurs koji odstupa od službenog pariteta, nastaće niz problema. Ovde se određuje valuta ugovora (valuta cene) koliko se duguje (vrednost obaveze), a valutom plaćanja se utvrđuje način plaćanja. Pitanje valutnih klauzula u našem pravu bilo je regulisano još u čl. 68. Zakona o deviznom poslovanju i platnom prometu sa inostranstvom (iz 1965), koji kaže: „Zabranjeno je zaključivanje svih poslova u Jugoslaviji u zlatu kao i svih trgovinskih poslova kojima bi se iznos obaveze u dinarima vezivao za zlato ili neku stranu valutu”. Odatle proizilazi da su prema našem pravu klauzule plaćanja prema vrednosti zlata ili prema vrednosti neke strane valute, ako je neka novčana obaveza izražena u domaćoj valuti – nevažeće. Nevažeće su i klauzule plaćanja u zlatu za poslove u Jugoslaviji. Zaključivanjem *ad contrario* bile bi punovažne klauzule plaćanja u zlatu koje prelaze okvire unutrašnjeg novčanog optičaja tj. u međunarodnom ugovoru kao i sve klauzule kojima bi se iznos obaveze izražen u stranoj valuti vezivao za zlato ili neku drugu stranu valutu (naravno kada je ugovaranje takvih obaveza po deviznim propisima dozvoljeno, a to će biti, po pravilu, samo u spoljnotrgovinskim poslovima).¹¹ Ovo bi po analogiji važilo i za klauzule prema vrednosti robe posebno za indeksne klauzule, tako da bi i one, ako bi iznos obaveze u dinarima bio za njih vezan, bile nevažeće.¹²

Prema M. Cemoviću¹³ slabosti autarkičnog privrednog protekcionizma se ne mogu otkloniti i prevazići time što se učinak razlika u cenama, koje se ostvaruju u izvozu roba u odnosu na cene na domaćem tržištu, amortizuje tekućim usklađivanjem kursa dinara s inostranim valutama i sve većim izvoznim stimulacijama. Tim merama se samo prevazilaze stvarne ekonomske prepreke koje stoje na putu privrednim subjektima za uključivanje u međunarodnu robnu razmenu na datom stepenu produktivnosti njihovog rada i njihove ukupne privredne i poslovne efikasnosti. Ali se one ne otklanjaju. U cenama finalnih proizvoda koje se ostvaruju u izvozu veoma često nema ekonomskog prostora za visoke domaće cene upotrebljenih sirovina, ugrađenih repromaterijala itd. Taj raskorak u cenama na do-

¹⁰ Vrleta Krulj (1972): *Dejstva ugovora o kupoprodaji – svojina, predaja, rizik, cena*, Institut za uporedno pravo, Beograd, str. 8.

¹¹ Vrleta Krulj (1963): *Pravna dejstva monetarnih promena i međunarodna plaćanja*, Beograd, Pravni leksikon (1970), str. 996, 1262, 1351, 1364.

¹² Vrleta Krulj (1972): *Op. cit, fn 11.*, str. 170–172.

¹³ Momčilo Cemović (1982): *Devizni sistem i ekonomski odnosi Jugoslavije sa inostranstvom*, Obod, Cetinje, str. 14–15.

maćem i svetskom tržištu je neretko tako velik da se prosto ne može pokriti izvoznim stimulacijama i drugim olakšicama za izvoznika. U datim prilikama prostim kupoprodajnim odnosima mogu da ostvare po domaćim cenama veću zaradu, a oni su uz to veoma često u položaju da mogu da iznuđuju plaćanja dela svojih proizvoda u deviznim sredstvima po važećem deviznom kursu. Posledica takvih odnosa je da se objektivno smanjuje ekonomski interes za izvoz roba pre svega na konvertibilno tržište. Deo poslovnih gubitaka nastalih izvozom robe oni pokušavaju da nadoknade i pokriju prodajom deviza s odgovarajućim „šticungom”, dalje, iz pozitivnih efekata u kursnim razlikama i pritiskom na povećanje cena onog dela svojih proizvoda, koji prodaju na domaćem tržištu.

U specifikovanju modela diferencijalnog podnošenja rizika na strani uvoza i potražnje na strani tržišta robe kojom se trguje bitan je uticaj deviznog rizika na ravnotežne cene i količine. Za nekoliko empirijskih slučajeva trgovine SAD i Nemačke 1965–1975 utvrđeno je da je neizvesnost deviznog kursa imala značajan uticaj na cene, ali nije značajno uticala na obim trgovine. Ovi efekti na cene podržavaju prethodne rezultate istraživanja o valutnoj denominaciji izvoznih ugovora, naime da je, s izuzetkom nekih američkih uvoza, većina trgovine uglavnom denominovana u valuti izvoznika.¹⁴

Kurs nije samo instrument obračuna u spoljnotrgovinskoj razmeni, već ima šire značenje. Visina kursa utiče na visinu dažbina, tj. na osnovicu koja služi za obračun uvoznih dažbina, a na taj način i na cene robe i usluga iz izvoza. Isto tako, na strani izvoza, osnovica utvrđena prema važećem kursu opredeljuje visinu izvoznih stimulacija. Visina kurseva bitno utiče na stimulaciju izvoznika da povećaju izvoz. Od toga na koji način se formira kurs dinara, najvećim delom, zavise odnosi između kurseva koji se formiraju na domaćem tržištu za sve devize i kurs dinara na stranim deviznim tržištima. Realnost kursa, prema tome, bitan je faktor koji opredeljuje većim delom uslove privređivanja, a naročito onih organizacija čije je učešće u međunarodnoj podeli rada veće i koji utiče na formiranje odnosa između domaćih i svetskih cena i, na taj način na konkurentnost zemlje i čitave privrede na svetskom tržištu. Realan kurs je, dakle, nužnost i bitan element deviznog sistema. Nerealni kurs koji se sprovodi u našoj zemlji izazvao je niz poremećaja. Devalvacije dinara u nekim periodima, mada su na prvi pogled predstavljale efikasnu meru protiv negativnih trendova u ekonomskim odnosima s inostranstvom, za uspostavljanje adekvatnih robonovčanih odnosa, zaustavljanje prekomernog rasta cena itd., brzo su bile poništavane prenošenjem uvećanih troškova uvoza na domaće cene, čime se inflacija dalje podsticala i tako smanjivala stimulacija za izvoz.¹⁵

Iz izloženog se vidi da postoje preteče koje su se bavile ovom problematikom kod kupoprodajnih ugovora. Danas postoje zakonski propisi, međunarodne konvencije, pravila, uzanse, sprazumi, kodeksi i sl. koji uređuju oblast kupoprodaje kroz njihov instrument: Ugovor o prodaji. Nacionalni tretman je jedan od najznačajnijih principa međunarodne trgovine i investicija. Njime se zabranjuje diskriminacija proizvoda i investitora na osnovu njihovog po-

¹⁴ P. Hooper, S. Kohlhagen, (1978): “The Effect of Exchange Rate Uncertainty on the Prices and Volume of International Trade”, *Journal of International Economics*, 8(4), p. 483.

¹⁵ Momčilo Cemović, (1982), *Op. cit.*, fn. 11, str. 95–96.

rekla ili nacionalnosti.¹⁶ Prema Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju¹⁷ Zajednica i Srbija će saradivati i na taj način olakšati proces ekonomske reforme da bi poboljšale razumevanje osnova svojih ekonomija, formulaciju i primenu ekonomske politike u tržišnim ekonomijama. U tom cilju Zajednica i Srbija će saradivati radi: a) razmene informacija o makroekonomskim rezultatima i mogućnostima kao i o razvojnim strategijama; b) zajedničke analize ekonomskih pitanja od zajedničkog interesa, uključujući oblikovanje ekonomske politike i instrumenata za njenu primenu; v) promovisanje šire saradnje radi ubrzavanja prenosa znanja i iskustva (*know-how*) i pristupa novim tehnologijama. Srbija će stremiti ka uspostavljanju funkcionalne tržišne ekonomije i postepeno će usklađivati svoju politiku s politikom evropske Ekonomske i monetarne unije usmerene ka stabilizaciji. Na zahtev srpskih vlasti, Zajednica može pružiti pomoć oblikovanu tako da podrži napore Srbije u tom pravcu. Saradnja će takođe imati kao cilj jačanje vladavine prava u oblasti poslovanja putem stabilnog i nediskriminatornog zakonodavnog okvira kojim se reguliše trgovina. Saradnja u ovoj oblasti će uključiti razmenu informacija o načelima i funkcionisanju evropske ekonomske i monetarne unije.

U Sporazumu se uočava indirektna dominacija međunarodnih institucija u domenu pravne i ekonomske politike, pre svega monetarne, u cilju pomaganja Srbiji u postizanju stabilizacije i regulacije trgovine, te na taj način i poboljšanje konkurentnosti. Istina ili zabuda? Dominacija jače sile ili iskrena volja da se pomogne našoj zemlji? Ovo je oduvek bilo aktuelno pitanje i rasprava eminentnih domaćih i inostranih eksperata.

Zakon o spoljnotrgovinskom poslovanju¹⁸ uređuje spoljnotrgovinsko poslovanje u skladu s pravilima Svetske trgovinske organizacije i propisima Evropske unije, kao i nadležnost Agencije za strana ulaganja i promociju izvoza (čl.1). Strana roba uvezena na teritoriju Republike Srbije neće imati manje povoljan tretman od tretmana koji ima slična domaća roba (čl.7. st. 1). Ovde se želi postići nediskriminatorni efekat, mada uvek ostaje pitanje da li je u praksi to zaista i tako, naročito u uslovima slobodne konkurencije, i da li je međunarodnim monetarnim institucijama odista prihvatljivo vođenje realne monetarne politike u cilju razvoja Srbije, male, nerazvijene zemlje koja je u tranzicionoj stagflaciji, ili je ta čast prepuštena njima. Značaj efekata vođenja adekvatne ekonomske-politike pokazuje dugogodišnja polemika koja nije dobila epilog i primenu u praksi, a što je od značaja za Srbiju, naročito u uslovima u kojima se nalazi i njene perspektive.

3. EFEKTI EKONOMSKE POLITIKE-INFLACIJE I POLITIKE DEVIZNOG KURSA NA MEĐUNARODNU TRGOVINSKU RAZMENU REPUBLIKE SRBIJE - EKONOMSKI ASPEKT

Od strategije vođenja ekonomske politike u najvećoj meri zavisi stepen eksploatacije domaćih prirodnih resursa i privatizacije (prodaje) profitabilnih preduzeća. Prirodni resursi sa

¹⁶ F. Ortino, (2005): *From 'non-discrimination' to 'reasonableness': A Paradigm Shift in International Economic Law?*. NYU School of Law, p. 9.

¹⁷ Zakon o potvrđivanju Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju između evropskih zajednica i njihovih država članica, sa jedne strane, i Republike Srbije, sa druge strane, *Sl. glasnik RS - Međunarodni ugovori*, 83/2008, čl.89.

¹⁸ Zakon o spoljnotrgovinskom poslovanju, *Sl. glasnik RS*, 36/2009, 36/2011 - dr. zakon, 88/2011 i 89/2015 - dr. zakon, čl.1, st.1 i čl. 7. st 1.

kojim raspolaže Republika Srbija je od najvećeg značaja i njihova efikasna eksploatacija obezbeđuje znatne komparativne prednosti na domaćem i svetskom tržištu. Pored toga, valja naglasiti da je u periodu od 2001-2014. godine kumulativna stopa rasta opšteg nivoa cena 595,7 %, a rast cena poljoprivrednih proizvoda, kao strateškog prirodnog resursa, je bila znatno niža od rasta opšteg nivoa cena i manja za 327, 88 %. Ni carinska politika nije povoljno uticala a naročito na razvoj domaće prehrambene industrije pa se domaće tržište otvorilo za prodor ovih proizvoda iz zemalja koje raspolažu visokom tehnologijom pri čemu domaći proizvodi nisu biti konkurentni ni po ceni ni po kvalitetu. Ovakvom carinskom politikom sprečava se razvoj domaće tehnologije pa kao posledica bićemo, ili moda boqe reći jesmo, izvoznici primarnih poljoprivrednih proizvoda odnosno sirovinaska baza za prehrambenu industriju razvijenih zemalja.¹⁹ Akciznom politikom, npr. tečna goriva, su ostvarila značajan rast cena, mnogo brži od rasta opšteg nivoa cena. Fiskalna (poreska i bužetska) politika takođe nisu dale adekvatan model privrednog rasta i razvoja. Još tada je autor ukazivao na pogubnost ekonomske politike ističući ga kroz brojne naučne i stručne radove i njenu neodrživost na dugi rok.

Tabela 1. Inflacija u Srbiji i Evrozoni, 2001-2021

Godina	Rast cena u Srbiji		Rast cena u Evrozoni	
	%	Kumulativ	%	Kumulativ
2001	40,7	140,7	2,05	102,05
2002	14,8	161,52	2,32	104,42
2003	7,8	174,12	1,98	106,49
2004	13,7	179, 98	2,32	108,96
2005	17,7	233,02	2,25	111,41
2006	6,6	248,40	1,90	113,52
2007	11,0	275,72	3,07	117,01
2008	8,6	299,43	1,58	118, 86
2009	6,6	319,20	0,93	119,63
2010	10,3	352,07	2,21	122,61
2011	7,0	376,72	2,76	125,99
2012	12,2	422,68	2,22	128,80
2013	2,2	431,98	0,85	129,89
2014	1,7	439,32	-0,17	129,67
2015	1,5	445,91	0,25	129,99
2016	1,6	453,05	1,10	131,42
2017	3,0	466,64	1,34	133,18
2018	2,0	475,97	1,52	135,21
2019	1,9	485,01	1,33	137,01
2020	1,3	491,32	-0,27	136,64
2021	7,9	530,13	4,0	142,11

Izvor: NBS:Statistički bilten (2021); eurozone.inflation.monthly; Proračuni autora

¹⁹ Radica Pavlović (2015). „Uticaj ekonomske politike na eksploataciju poljoprivrednih resursa u Republici Srbiji”, *Proceedings: Fift International Symposium on Natural Resources Management*, Faculty of Management, Zaječar, Republic of Serbia, Zaječar, May 23rd, 2015., str. 233-235.

U periodu od 2001-2021. godine rast cena u Republici Srbiji je znatno veći nego u Evrozoni. On je naročito bio izražen u periodu od 2001-2012. godine. Od 2013-e godine rast cena u Srbiji je znatno manji ali je i dalje veći nego rast cena zemalja evrozona. U posmatranom periodu kumulativan rast cena u Srbiji je iznosio 430,13% dok je u Evrozoni iznosio svega 42,11%. Podaci sami dovoljno ukazuju stepen inflacije u našoj zemlji, a koji je sada još daleko veći, čak 10,11 puta, odnosno za 388,02%. Postavlja se pitanje kako cenovni faktori i devizni kurs ne podižu konkurentnost privrede kada je cenovni faktor bitan element u svakom segmentu privrednog života i građana jer sve njihove transakcije od njega i zavise, obzirom da kreatori ekonomske politike na veštački način formiraju cene i politiku deviznog kursa, kao egzogene varijable privrednog rasta i endogene varijable konkurentnosti nacionalne ekonomije, rukovođeni svojim političkim interesima i interesima stranih međunarodnih organizacija i svetske oligarhije. S tim u vezi, sagledaće se i politika deviznog kursa.

Kako savremeni uslovi poslovanja, koji nose čitav niz i brzinu promena u svim sferama društveno-ekonomskih i pravnih odnosa, jačanje i dominaciju međunarodnih, naročito međunarodno-monetarnih institucija, promena regulative i načina poslovanja, ulazak na svetsko tržište i sl., kao i opšti makroekonomski ambijent i ekonomska politika nacionalne ekonomije imaju krucijalni značaj na konkurentnost privrede na međunarodnom tržištu, politikom realnog deviznog kursa, kao jednog od faktora ekonomske politike, koji ima značajne implikacije na konkurentnost, platni bilans i zaduženost zemlje, treba stvoriti uslove koji će stimulatивно delovati na trgovinsku razmenu i poboljšanje kako domaće tako i međunarodne pozicije i stepena razvoja Srbije.

Bez obzira na dugotrajne diskusije o ulozi države u privrednom životu, neosporno je da nema države čiji nosioci ekonomske vlasti ne nastoje da vode ekonomsku politiku u nacionalnoj privredi. Srbija je prihvatila koncepte neoliberalističke politike, Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju i postavke vašingtonskog dogovora, da bi se našla u međunarodnoj podeli rada i na međunarodnoj sceni. Tako je uz devalviranje domaće valute i proglašenje njene konvertibilnosti uz liberalizaciju spoljne trgovine otvorila vrata stranom kapitalu za privsavanje vredne imovine po niskim cenama²⁰, dok je politikom deviznog kursa, kroz apresijaciju dinara uticala na neisplativost međunarodne trgovinske razmene te je bilans tekućih transakcija u pogledu izvoza robe bio negativan. „Daleko veće prednosti ima zemlja ako je njena valuta osnovna rezervna valuta međunarodnog monetarnog sistema. Njena valuta se tezauriše u deviznim rezervama drugih zemalja, svaki pad njene vrednosti stimuliše izvoz SAD a umanjuje vrednost deviznih rezervi drugih zemalja. SAD mogu sebi da dozvole velike deficite trgovinskog i platnog bilansa jer druge zemlje rado idu s njima u suficit povećavajući time svoje devizne rezerve”.²¹ Ipak, u platnom bilansu Republike Srbije, prema zvaničnim podacima NBS²², u periodu od 2010-2021. godine ostvaren je deficit u spoljnotrgovinskoj razmeni robama i uslugama tako da je saldo izvoza i uvoza (deficit) u 2021-oj godini iznosio 4.508 miliona evra što je malo manje nego u 2010-oj godini, dakle čitavu deceniju imamo

²⁰ H. Aage (1993): “Sustainable Transition in Russia and Eastern Europe”, u: *European Association of Evolutionary Political Economy*, (EAEPE), 28-30 October, 1993, Barcelona, p. 2.

²¹ Oskar Kovač (2011): „New Institutions and Mechanisms for Resolving the Sovereign Debt Crisis in EU“, *International Scientific Conference: FORCES DRIVING THE REVIVAL OF THE COMPANIES AND ECONOMY*, Proceedings, Megatrend University, Belgrade, December 3rd 2010, p. 64.

²² Videti opširnije: Platni bilans Republike Srbije, 2007-2021, https://nbs.rs/sr_RS/drugi-nivo-navigacije/statistika/platni_bilans/

konstantni rast uvoza. Ovo ide u prilog tezi da realni devizni kurs utiče na smanjenje izvoza u korist uvozničkog lobija.

Devizni kursevi u trgovinskoj razmeni, sami za sebe, ne mogu biti merilo za odnose u međunarodnoj trgovini usled dejstva brojnih mera koje se javljaju kako na domaćem tako i na inostranom tržištu. No, kako veći deo tih mera i politika utiče i na njegovo formiranje značajno je analizirati politiku deviznih kurseva i njenih implikacija u trgovinskoj razmeni ali i u uticaju na ekonomske tokove i kokurentnost, s obzirom na međusobnu uslovljenost.

Prihvativši liberalističke i tržišne koncepte, Srbija je prihvatila politiku „prljavog“ fluktuirajućeg (fleksibilnog) deviznog kursa. Ona je bazirana na konceptu nerealnog deviznog kursa dinara koji ima negativne konsekvence na konkurentnost proizvoda, preduzeća, privrede i ekonomije uopšte. Od 2001. dinar je konstantno apresirao u odnosu na evro što je u znatnoj meri uticalo na slabiju konkurentnost domaćih proizvoda na svetskom tržištu. Precenjena vrednost dinara (tabele 1 i 2) pogodovala je uvozu a destimulativno je uticala na izvoz domaćih proizvoda. Stimulisanjem uvoza forsirana je potrošnja stranih potrošačkih dobara, koji su s jeftinim evrom ostvarivali znatno veću konkurentnost od stvarne, što je dovelo do smanjenja tražnje za domaćim proizvodima i manjeg stepena korišćenja kapaciteta domaćih proizvođača.²³ U Srbiji je uvek postojala sklonost ka politici fiksnog nominalnog kursa. Praksa mnogih zemalja pokazuje, a brojna empirijska istraživanja su potvrdila, da fiksni nominalni kurs daje samo kratkoročne rezultate, a da potom dolazi do svih negativnih efekata apresijacije domaće valute – deficit platnog bilansa i prekomerno zaduživanje zemlje. U inflatornim uslovima, „fiksni devizni kurs postaje enormno nerealan, devize postaju potcenjene, a dinar precenjen“.²⁴

Tabela 2. Kretanje zvaničnog i realnog deviznog kursa u Srbiji, 2001–2021

Godina	Zvanični kurs evro/din	Realni kurs Baza =2000	Kumulativ Ps/Pe Baza= 2005	Realni kurs Baza= 2005-
2001.	59,7055	82,3181170995	–	–
2002.	60,694	93,8875930294	–	–
2003.	65,117	106,4781709105	–	–
2004.	72,6937	132,0878605114	–	–
2005.	82,9904	173,5829782065	1	82,9904
2006.	84,1101	184,0392469587	1,0461236506	87,9895648675
2007.	79,964	188,4288994179	1,1266103155	90,0882672704
2008.	81,4405	205,1705624834	1,204468205	98,0924928507
2009.	93,9517	249,9862903998	1,2721322764	119,5189899906
2010.	103,0431	295,8779418768	1,3728225231	141,4598885285
2011.	101,9502	304,8185813638	1,4294668156	145,7344277428
2012.	113,1277	371,2609685353	1,5690293163	177,5006777823

²³ Slobodan Stamenković, Radica Pavlović, Marko Pavlović (2011): „Economic Policy as a Catalyst for the Development of Competitive Agricultural Sector and Stimulation of Agricultural Entrepreneurship“, *International Scientific Conference: Strengthening the Competitiveness and Economy Bonding of Historical Banat – SCEBB, Proceedings*, Megatrend University Belgrade, Vršac, 28-29 september, p. 128.

²⁴ Oskar Kovač (2006): Konkurentnost i politika deviznog kursa u Srbiji. *Megatrend revija*, 3(1), str.15.

Godina	Zvanični kurs	Realni kurs	Kumulativ Ps/Pe	Realni kurs
	evro/din	Baza =2000	Baza= 2005	Baza= 2005-
2013.	113,1369	376,2613450801	1,5900326834	179,8913687008
2014.	117,306	397,4343835905	1,6198169278	190,0142445343
2015.	120,7328	414,1447349723	1,6400141464	198,0034999305
2016.	123,1179	424,4149009549	1,6481249977	202,9136886585
2017.	121,3367	425,1262560752	1,6751221114	203,2537890911
2018.	118,2716	416,3463710358	1,6830423105	199,0561069283
2019.	117,8524	417,2044038421	1,6925097349	199,4663342821
2020.	117,5777	422,784483192	1,7191540775	202,1341823744
2021	117,5821	454,3839927562	1,8475769418	217,241976731

Izvor: NBS: Statistički bilten (2021, 2022), Proračuni autora..

U periodu 2001–2021. dinar je apresirao u odnosu na evro 286,44%, odnosno za 336,80 dinara. Ako za baznu godinu uzmemo 2005., shodno metodologiji Narodne Banke Srbije, od 2005. do 2021. dinar je apresirao u odnosu na evro 84,76%, tj. nominalno realni devkurs dinara veći je za 99,66 dinara. Veoma je uočljiva razlika u odnosu na izbornobazne godine. Da li su međunarodne finansijske institucije uzele 2005 godinu kao baznu slučajno ili da bi što više na veštački način ojačale dinar kao stabilne valute? Apresijacija dinara u odnosu na evro bila je najizraženija u periodu od 2001. do 2005. U periodu od 2006. do 2012. dinar je značajno apresirao ali u manjem intenzitetu u prethodnom periodu. Od 2013., s izuzetkom 2014., gde je neznatno depresirao (0,17%), dinar u odnosu na evro takođe apresira ali u znatno manjem obimu. Posmatrano s aspekta međunarodnih trgovinskih kupoprodajnih odnosa prodavac za jedan evro izvoza po zvaničnom kursu u 2021. godini dobija 117,582 dinara (RSD) a po realnom kursu (sa baznom 2000. godinom) dobio bi 454,384 dinara, što je za oko 280% više, odnosno ako uzmemo kao baznu godinu 2005. onda bi za jedan evro dobio realno 217,242 dinara, što bi za oko 85% bilo više. U tom smislu domaći proizvođači gube dok je uvoznik na dobitku. Da li ovakva politika monetarno devizna politika ide u prilog domaćim proizvođačima i izvoznicima ili je samo važno da imamo „jak dinar“ bez jake kupovne moći?

Imajući u vidu da je spoljna trgovina upravo jedna od značajnih segmenata srpske privrede, nema sumnje da privredni „rast“ Srbije najefikasnije može ubrzati izvozna ekspanzija. U prilog ovoj tezi ide i činjenica da je Srbija, u odnosu na većinu malih zemalja, mala zemlja, te se njen dugoročni rast ne može zasnivati samo na plasmanu robe na domaće tržište.²⁵ „što anulira sve pokušaje privrednih društava da ostanu konkurentna u izvozu i na domaćem tržištu“²⁶ mada „apresijacija je uvek dobra za ubiranje političkih poena, zato što smanjuje cene uvoznih proizvoda i ima antiinflacioni efekat. Međutim, to može imati razarajuće efekte na alokaciju resursa i perspektive za razvoj. Osim toga, kako je prvi opisao Frenkel još

²⁵ Nataša Milenković (2012): „Devizni kurs kao instrument ekonomske politike- iskustva zemalja Istočne Azije“, Ekonomski horizonti, Septembar - Decembar 2012, Godište XIV, Sveska 3, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, str.139

²⁶ Oskar Kovač (2006): *Op. cit.*

1983. godine fiksni ili kvazi-fiksni snažan kurs može lako da izazove destabilizaciju ciklusa kretanja kapitala”.²⁷ Pri ovakvoj politici deviznog kursa, domaći proizvođači su praktično hendikepirani u odnosima trgovinske razmene dobara i usluga. Dakle, koliko je dinar jači od sopstvene realne vrednosti, toliko dobijamo jeftiniji evro, čime toliko jeftinije možemo kupiti proizvode i usluge u inostranstvu na uštrb kupovine od domaćih proizvođača (prodavca)²⁸ tako da su izvoznici veliki gubitnici koji su izgubili novac ni u čemu.

„Stabilizacija, liberalizacija i privatizacija se tretiraju kao ciljevi sami po sebi. Stabilna finansijska situacija, niska inflacija, stabilan devizni kurs, privatizacija i liberalizacija privrede treba da budu sredstva ekonomske strategije, a fundamentalni cilj reformi treba da bude postizanje bržeg privrednog rasta i porast standarda stanovništva. U Srbiji je relativno lako i brzo stabilizovan devizni kurs i uspostavljena je takozvana interna konvertibilnost dinara zahvaljujući odgovarajućim deviznim rezervama. Sprovodeći tranzitorne promene u okviru kreditno-monetarne i devizne politike, nosioci ekonomske vlasti u Srbiji centralnu banku zamenili su monetarnim odborom, a čije su osnovne karakteristike: automatizam i odsustvo (diskrecione) monetarne politike, te interna konvertibilnost uz fiksni devizni kurs. S deviznim kursom dinara koji je zapravo bio fiksni, u situaciji kada je domaća inflacija mnogo veća nego u zapadnim privredama, došlo je do realne apresijacije dinara. Na taj način naglo je smanjena konkurentnost domaćih proizvoda i na našem i na stranim tržištima. U takvoj situaciji skoro da bilo kakav izvoz postaje nerentabilan, a uvoz ekonomski veoma atraktivan. Ovakva politika deviznog kursa čini uvozu robu jeftinijom i konkurentnijom na srpskom tržištu, Istovremeno, sve što se proizvodi u Srbiji skupo je i nekonkurentno i na domaćem i na stranom tržištu“.²⁹

„Ono čime su se naši ekonomski reformatori i njihovi neoliberalni istomišljenici od 2000. godine posebno ponosili jeste stabilan kurs dinara i „zdrav” bankarski sistem, koji je skoro u celini prepušten u ruke inostranog kapitala.”³⁰ Ovakva kretanja dobrim delom objašnjavaju stanje nacionalne ekonomije i **gušenje domaće proizvodnje** koja nije cenovno konkurenta ni na inostranom ni na domaćem tržištu pri čemu se „strancima ustupa dobar deo domaćeg tržišta, bez borbe, što je jednostavno neshvatljivo, dok se u isto vreme obara vrednost naših preduzeća”³¹. Naročito zabrinjava činjenica da se problem realnog deviznog kursa posmatra izolovano, kao incident ili defekt koga treba rešavati većom ili manjom korekcijom kursa nacionalne valute, a ne tretira se kao jedan važan element standardne ekonomske doktrine, koja je, nažalost, dominantna u našoj naučnoj i stručnoj javnosti.³²

²⁷ Frenkel, R., & Taylor, L. (2006). Real exchange rate, monetary policy and employment. United Nations. New York: *Desa Working Paper*, No 19., p.7

²⁸ Radica Ž. Pavlović, Rajko, M. Bukvić (2020): „Uticaj politike deviznog kursa na trgovinsku razmenu Republike Srbije u uslovima krize- trgovinskopravnii ekonomski aspekt“, *Megatrend Revija*, Vol. 17, No4, str.86.

²⁹ M. Nedeljković, (2012) „Sumorna slika stvarnosti Srbije“, *Nova srpska politička misao*, 03.11.: <http://www.nspm.rs/>

³⁰ Jovan Dušanić (a), (2012): „Kurs dinara i reformatori“, *Politika*, 13 april.

³¹ Jovan Dušanić(b), (2002): „Srbija na dobrom (reformskom) putu ili ne“, *Ekonomski anali*, god. XLVI, decembar.

³² Jovan Dušanić (c), (2003): *Tranzicija u Srbiji*, Consseco Institut, Sarajevo - Beograd, 159.

Dok svetska ekonomija pod udarom krize ‘upumpava’ novac u finansijski sektor, koji je po prirodi uslužan, na marginama interesovanja ostaju realna ekonomija i održivi razvoj³³, zahvaljujući relativno visokom kursu dinara, proizvodi iz Srbije su cenovno nekonkurentni u izvozu dok je tražnja za uvoznim proizvodima veća nego što odgovara mogućnostima privrede Srbije. NBS je donedavno isticala da je njen primarni cilj: očuvanje inflacije, iako se zna da stabilna vrednost nacionalne valute mora da bude rezultat stabilne privrede, a njen rast rezultat rasta produktivnosti, a ne trošenja deviznih rezervi. Da situacija bude još gora, do sada se kurs dinara branio uglavnom pozajmljenim sredstvima. Naime, održavanje dinara na datom nivou posledica je čestog intervenisanja NBS iz deviznih rezervi koje su rezultat privatizacije i zaduživanja spolja, a ne izvoza roba i usluga.³⁴ Takođe, politika deviznog kursa se može koristiti kako bi se povećala konkurentnost sektora koji proizvode razmenljiva dobra, čime ona predstavlja vid, tj. oblik protekcionizma. Reč je o tzv. valutnim manipulacijama (eng. *currency manipulations*) čije posledice mogu biti višestruke.³⁵

Zabrinjava činjenica da bi uvođenje realne politike deviznog kursa bilo opasno, jer fizička lica nisu u mogućnosti da izmiruju kreditne obaveze, a realnom politikom deviznog kursa privreda i preduzeća našla bi se u još goroj nelikvidnosti. Drugim rečima, sve bi stalo. S druge strane, politika precenjenog kursa dinara nije poželjna jer domaća preduzeća postaju nekonkurentna na tržištu što je limitirajući faktor u kontekstu daljeg opstanka, rasta i razvoja preduzeća i privrede. U tom smislu, može se reći da su kreatori ekonomske politike, ako se uvažavaju ekonomski postulati, u *pat* poziciji pa i prognoze po pitanju finansijske situacije preduzeća ne mogu biti pozitivne u dugom roku.³⁶ Ovo otvara veoma ozbiljno i kompleksno pitanje budućnosti poslovanja u Srbiji i njene perspektive u ekonomskom, pravnom i generalno bezbedonosnom smislu, uvažavajući sistemski pristup.

ZAKLJUČAK

Republika Srbija je prihvatila nametnuta međunarodna imperativna pravila u sadejstvu sa političkim uticajem domicilne političke ekonomske politike. U takvim uslovima poslovanja, i usled procesa globalizacije, deregulacije i liberalizacije tržišta, međunarodne dominantnosti on ima više značajnih aspekata, pre svega, imajući u vidu turbulentnost, složenost i neizvesnost poslovanja kao i primenu propisa podložnih promenama što ima značajne negativne implikacije svih vidova ekonomske politike domicilne zemlje ali i indirektno dominantan uticaj međunarodnih institucija. Kako ekonomska politika posredstvom cene, inflacije i politike deviznog kursa, ima znatan uticaj na spoljnotrgovinske ugovore i spoljnotrgovinsku razmenu u pravnom i ekonomskom prometu kroz pozicioniranje, konkurentnost,

³³ Ana Anufrijević, Goran Dašić (2011): „Agrar kao spas za posrnulu ekonomiju Srbije”, *Ecologica*, 18(62), str. 255.

³⁴ Nataša Milenković (2012): „Devizni kurs kao instrument ekonomske politike- iskustva zemalja Istočne Azije”, *Ekonomski horizonti*, Septembar - Decembar 2012, Godište XIV, Sveska 3, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, str.147.

³⁵ Cordon, M. (1982), “Exchange Rate Protectionism”, in Richard N. Cooper. (ed.) (1982), *The International Monetary System under Flexible Exchange Rates*, Cambridge, MA: Ballinger Press, Pp. 17-39.

³⁶ Radica Ž. Pavlović, Rajko, M. Bukvić (2020) Uticaj politike deviznog kursa na trgovinsku razmenu Republike Srbije u uslovima krize- trgovinskopravni ekonomski aspekt, *Megatrend Revija*, Vol. 17, No4, str.93.

rast i razvoj Republike Srbije kako na domicilnom tako i na međunarodnom tržištu, gde dolazi do tzv. principa „pobeda jačeg”, treba razmotriti uticaje imerijalističkih sila, političkog uticaja i svetske oligarhije u kontekstu budućnosti i perspektive i budućnosti poslovanja domaćih privrednih društava. Rezultat ovog rada jeste da povezujući znanje iz pravnog i ekonomskog domena, stavi fokus na dejstvo efekta ekonomske politike i njen uticaj u spoljnotrgovinskoj razmeni kao izazove koji stoje pred pravnom, ekonomskom, političkom i bezbedonosnom naukom imajući u vidu sve implikacije koje su navedene a od krucijalnog su značaja za budućnost poslovanja i bezbednost nacionalne ekonomije.

Danas postoje brojni pravni sistemi koji regulišu ovu materiju u nacionalnim i svetskim okvirima kroz uspostavljanje unificiranih pravila, zakona, sporazuma, kodeksa, procedura. Tu svoje mesto treba da zauzme i ekonomska politika koja preko sopstvenih instrumenata deluje na ugovore o trgovinskoj razmeni, odnose i operacije, u funkciji poboljšanja rasta, razvoja, konkurentnosti i povećanje učešća ovih poslova na međunarodnom nivou, uz vođenje računa da preko raznih mehanizama monetarno-devizne politike ne preovlada, bar ne u većem obimu, tzv. „zakon jačega”, a imajući u vidu moćno dejstvo međunarodne monetarne unije, pri čemu je moto ekonomske politike: Prodaj sve što imaš.

Prihvaćenom politikom Srbija je svojom ekonomskom politikom apresirala svoju valutu što je uticalo negativno na njenu ekonomiju. Naime, uvoz je isplativiji, jer su inostrani proizvodi jeftiniji, i na domaćem i na inostranom tržištu. Time se guši domaća proizvodnja, dolazi do pada realne kupovne moći zbog smanjenja plata, otkaza i sl. jer su domaći kapaciteti neiskorišćeni usled upliva konkurentnijih inostranih proizvoda, do gašenja domaćih privrednih društva... Sagledavanje i analiza realnog deviznog kursa i njegovih implikacija na cene koje se formiraju u inostranoj valuti od velike je važnosti kako bi se sagledalo realno stanje u ovoj oblasti, bez obzira na to što su kuporodajni ugovori konsesualističkog karaktera i što stranke dogovaraju same cenu, osim ako nije drugačije određeno. Važno je imati u vidu realno stanje stvari, pre svega u kontekstu daljeg pravca razvoja, rasta, konkurentnosti i jačeg pozicioniranja naše zemlje na međunarodnoj sceni. Značaj efekata vođenja politike realnog deviznog kursa pokazuje dugogodišnja polemika u nauci koje nije dobila epilog i primenu u praksi, a što je od značaja za Srbiju, naročito u savremenim imerijalističkim težnjama svetske oligarhije i međunarodnih institucija. Imajući u vidu navedeno može se zaključiti da je sada neophodno otvoriti i pitanje prilikom opredeljenja za ekonomsku politiku i politiku realnog deviznog kursa, imajući u vidu smanjenje kupovne moći građana kao i njihovu veliku zaduženost s valutnom klauzulom, što predstavlja mač s dve oštrice kreatora ekonomske politike: **podizanje konkurentnosti ili likvidni kolaps?** Ovi pokazatelji se nedaju „prikriti ni purpurnim ogrtačima ni sivim mantijama...jer dominirajuća politika jeste furija privatnog interesa³⁷ gde vlada egzoterizam: pitanje nepravde, nepravičnosti, nejednakosti, etike...kao i tzv. Argument prinude.

Kod nas se politika deviznog kursa jos uvek tretira kao „incident“, odnosno defekt, koga teba rešavati manjom korekcijom deviznih kurseva, ne ulazeći u već opšte poznate pozitivne karakteristike primene istog na nacionalnu ekonomiju. Već pomenuti aktuelni uslovi poslovanja, s promenama u svim sferama društveno-ekonomskih i pravnih odnosa, jačanje i dominacija međunarodnih institucija, naročito međunarodno-monetarnih institucija, promena regulative i načina poslovanja, ulazak na svetsko tržište i sl., kao i opšti makroeko-

³⁷ Karl Marks (1971), Kapital, Beograd:Beogradski izdavački zavod, str. 18-19

nomski ambijent i ekonomska politika nacionalne ekonomije, imaju izuzetan značaj za konkurentnost privrede na međunarodnom tržištu, što politiku realnog deviznog kursa čini više nego značajnim faktorom u stvaranju stimulativnih uslova za spoljnotrgovinsku razmenu i poboljšanje domaće i međunarodne pozicije i stepena razvoja Srbije.

Prihvatanje sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, standarda Svetske trgovinske organizacije i međunarodne monetarne unije, čine vidljivim indirektnu dominaciju međunarodnih institucija u domenu pravne i ekonomske politike, pre svega monetarne, u cilju pomaganja Srbiji u postizanju stabilizacije i regulacije trgovine, i time i poboljšanja konkurentnosti. **Istina ili zabluda? Dominacija jače sile ili iskrena volja da se pomogne našoj zemlji?** Većita dilema i polemika u naučnoj i stručnoj praksi koja nije našla adekvatnu primenu. Spoljnotrgovinsko poslovanje u skladu s pravilima Svetske trgovinske organizacije i propisima Evropske unije, kao i nadležnost Agencije za strana ulaganja i promociju izvoza kaže da strana roba uvezena na teritoriju Srbije neće imati nepovoljniji tretman od tretmana slične domaće robe. Želi se nediskriminatorni efekat, ali **otvoreno je pitanje da li je u praksi zaista tako**, naročito u uslovima slobodne konkurencije, i **da li je međunarodnim monetarnim institucijama prihvatljivo vođenje realne monetarne politike u cilju razvoja Srbije, ili je ta čast prepuštena njima.**

Brojne su dileme, polemike, pitanja, reperkusije eminentnih stručnjaka, koji nažalost ostaju samo u domenu konstatacija, predloga, savetodavnog stručnog okvira, međutim, ovaj dugotrajni epilog, ne nalazi punu primenu u praksi. Zbog tako vođene devizne politike, gde je Srbija imala značajne društveno-ekonomske gubitke prihvatajući politiku "prljavog" kursa dinara, neophodno je povezivanje znanja iz pravnog i ekonomskog domena, vrhunskih stručnjaka i menadžera iz oblasti prava i ekonomije, većita borba s već postavljenim pitanjima i dilemama i njihova implementacija u postojeće imperativne i dispozitivne norme (preporukom, savetom) kako ne bismo više bili večiti zavisnici jakih ekonomskih sila, bar dok se ne razvije domaća ekonomija. Biće to dug i trnovit put, nepoznatog ishoda jer uvek jedna strana mora biti pobednik. Zato se i kaže da su pravila stvar dogovora među uticajnim ljudima.

Ko su gubitnici a ko dobitnici od ovakve politike deviznog kursa i uspostavljenog pravnog sistema? Dobitnik su uvoznici, koji s jeftinim evrom uvoze proizvode i plasiraju ih na domaćem tržištu po visokim cenama i NBS koja po niskoj ceni otkupljuje inostrane doznake građana. Gubitnik je cela privreda jer ovakvom politikom domaći proizvodi nisu konkurentni ni na domaćem ni na inostranom tržištu, ni po ceni ni po kvalitetu. S tim u vezi poslužićemo se Marksovom dogmom da sopstveni interesi današnjih vlasti moraju da uklone sve smetnje koje koč razvoju, a koje mogu doći pod udar zakona; ili ćemo se pak držati Kejnsove maksime da smo na dugi rok svi mrtvi.

Imajući u vidu izloženo pred ekonomskom, pravnom i bezbedonosnom i politickom naukom nameće se kompleksno, odgovorno i celovito pitanje i analiza dugogodišnjih negativnih trendova u domenu perspektive i budućnosti poslovanja privrednih društava, ali celokupne pravno-ekonomske bezbednosti svih resursa Republike Srbije, imajući u vidu da višedecenijski rezultati ekonomske politike i pravne regulative nisu dale rešenje ni za relativno kratak rok a kamoli predloge i preporuke očuvanja domaće ekonomije u dugom roku. Čak, šta više, išle su ka nametnutim rešenjima međunarodnih organizacija i svetske oligarhije koje je prihvatila i politika Republike Srbije.

Za kraj ostaje jedno od mnogih, ali i krucijalno pitanje: da li je sve ovo slučajnost u dobronamernosti domaćih i međunarodnih kreatora pravno-ekonomske politike ili rezultat svesne akcije?

LITERATURA

- Aage, H. (1993): "Sustainable Transition in Russia and Eastern Europe", u: "European Association of Evolutionary Political Economy, (EAEPE), 28-30 October, 1993, Barcelona,
- Anufrijević, A., Dašić, G. (2011): „Agrar kao spas za posrnulu ekonomiju Srbije”, *Ecologica*, vol. 18(62).
- Baltazarević, V. (2008) *Poslovno pravo*, Megatrend univerzitet, Beograd
- Beck, U. (2004): *Moć protiv moći u doba globalizacije*, Školska knjiga, Zagreb
- Blagojević, T. B. (1966): *Savremeni društveni značaj unifikacije prava u međunarodnim razmenama*, Institut za uporedno pravo, Beograd
- Cordon, M. (1982), "Exchange Rate Protectionism", in Richard N. Cooper. (ed.) (1982), *The International Monetary System under Flexible Exchange Rates*, Cambridge, MA: Ballinger Press
- Dušanić, J. (2012): „Kurs dinara i reformatori“, *Politika*, 13 april.
- Dušanić, J. (2002): „Srbija na dobrom (reformskom) putu ili ne“, *Ekonomski anali*, god. XLVI, decembar.
- Dušanić, J. (2003): *Tranzicija u Srbiji*, Consseco Institut, Sarajevo-Beograd.
- Frenkel, R., & Taylor, L. (2006): "Real exchange rate, monetary policy and employment". United Nations. New York: *Desa Working Paper*
- Goldštajn, A. (1970): *Međunarodno trgovačko pravo*, Informator, Zagreb.
- Hooper, P., Kohlhagen, S. W. (1978): "The Effect of Exchange Rate Uncertainty on the Prices and Volume of International Trade", *Journal of International Economics*, 8 (4).
- Kovač, O. (2006): „Konkurentnost i politika deviznog kursa u Srbiji“, *Megatrend revija*, 3(1).
- Kovač, O. (2011): „New Institutions and Mechanisms for Resolving The Sovereign debt Crisis in EU“, *International Scientific Conference: FORCES DRIVING THE REVIVAL OF THE COMPANIES AND ECONOMY, Proceedings*, Megatrend University, Belgrade, December 3rd 2010.
- Krulj, V. (1963): *Pravna dejstva monetarnih promena i međunarodna plaćanja*, Beograd
- Krulj, V. (1972): *Dejstva ugovora o kupoprodaji-svojina, predaja, rizik, cena*, Institut za uporedno pravo, Beograd
- Major, F. (1997): *UNESKO: ideal i akcija*, Republički zavod za međunarodnu naučnu, prosvetnu, kulturnu i tehničku saradnju, Beograd
- Milenković, N. (2012): „Devizni kurs kao instrument ekonomske politike- iskustva zemalja Istočne Azije“, *Ekonomski horizonti*, Septembar - Decembar 2012, Godište XIV, Sveska 3, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
- Nedeljković, M. (2012): „Sumorna slika stvarnosti Srbije“, *Nova srpska politička misao*, 3.11.: <http://www.nspm.rs/>

- Ortino, F. (2005): *From 'non-discrimination' to 'reasonableness': A Paradigm Shift in International Economic Law?*. NYU School of Law
- Pavlović, R. (2015). „Uticaj ekonomske politike na eksploataciju poljoprivrednih resursa u Republici Srbiji”, *Proceedings: Fift International Symposium on Natural Resources Management*, Faculty of Management, Zajecar, Republic of Serbia, Zajecar, May 23rd, 2015.
- Pavlović, Ž.R., Bukvić, M.R. (2020): Uticaj politike deviznog kursa na trgovinsku razmenu Republike Srbije u uslovima krize-trgovinskopravni i ekonomski aspekt, *Megatrend Revija*, Vol. 17, No4, Megatrend Univerzitet, Beograd.
- Stamenković, S., Pavlović, R., Pavlović, M. (2011): “Economic Policy as a Catalyst for the Development of Competitive Agricultural Sector and Stimulation of Agricultural Entrepreneurship”, *International Scientific Conference: “Strengthening the Competitiveness and Economy Bonding of Historical Banat – SCEBB”*, *Proceedings*, Megatrend University Belgrade, Vršac, 28-29 september
- *Statistički bilten* (2021), № 1, Narodna banka Srbije, Beograd.
- *Statistički bilten* (2022), № 1, Januar, Narodna banka Srbije, Beograd
- Cemović, M. (1982): *Devizni sistem i ekonomski odnosi Jugoslavije sa inostranstvom*, Obod, Cetinje.
- Zakon o potvrđivanju Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju između evropskih zajednica i njihovih država članica, sa jedne strane, i Republike Srbije, sa druge strane, *Sl. glasnik RS - Međunarodni ugovori*, br. 83/2008.
- Zakon o spoljnotrgovinskom poslovanju, *Sl. glasnik RS - br. 36/2009, 36/2011 - dr. zakon, 88/2011 i 89/2015 - dr. zakon*.
- Ustav Republike Srbije (2006), *Sl. glasnik RS*, br. 98/2006
- <https://www.statbureau.org/en/eurozone/inflation-tables> (24.10.2021.)
- https://nbs.rs/sr_RS/drugi-nivo-navigacije/statistika/platni_bilans/ (04.06.2022)

Radica Ž. Pavlović
Ana S. Veselinović

336.748.12(497.11)
338.23:336.74
339.56(497.11)
DOI: 10.5937/MegRev2203001P
Originalni naučni rad
Primljen 20.08.2022.
Odobren 15.10.2022

INFLATION AND EXCHANGE RATE POLICY – EFFECTS ON FOREIGN TRADE EXCHANGE OF THE REPUBLIC OF SERBIA: COMMERCIAL LAW AND ECONOMIC ASPECT – PERSPECTIVES AND FUTURE OF BUSINESS

***Summary:** The process of globalization, deregulation and liberalization of the market, international dominance has several significant aspects, first of all, taking into account the turbulence, complexity and uncertainty of business as well as the application of regulations subject to change, which has significant negative implications of all types of economic policy of the domicile country, but also a dominant influence international institutions. As economic policy through price (inflation) and exchange rate policy has a significant impact on foreign trade exchange and trade contracts in legal transactions through the positioning, competitiveness, growth and development of the Republic of Serbia both on the domestic and international markets, where the so-called of the principle of “victory of the stronger”, the influence of imperialist forces, political influence and world oligarchy should be considered in the context of the future and the perspective and future of business of domestic companies as well as the economic policy itself. Therefore, the goal of this work is to connect knowledge from the legal and economic domains, to focus on the effect of inflation and exchange rate policy and their influence in foreign trade exchange and international financial headquarters as challenges facing science and the profession, bearing in mind all the implications that have been stated and they are of crucial importance for the future of international business.*

***Keywords:** foreign trade exchange, inflation, exchange rate, perspectives of international business.*

Sonja Milutinović*

Tanja Stanišić**

339.56(4-672EU:497-15)1995/2019”

330.56

DOI: 10.5937/MegRev2203019M

Primljen 19.05.2022.

Odobren 23.07.2022.

Originalni naučni rad

DA LI MEĐUNARODNA TRGOVINA DOPRINOSI DOHODOVNOJ KONVERGENCIJI IZMEĐU EVROPSKE UNIJE I ZEMALJA ZAPADNOG BALKANA?

Sažetak: Dohodovna konvergencija je pitanje koje već duže vreme privlači pažnju ekonomista, naročito jer je glavni cilj siromašnijih i manje razvijenih zemalja da sustignu bogate. Konvergencija dohodaka je situacija kada se, zbog razlike u stepenu razvijenosti, smanjuje dohodovni jaz između manje razvijenih i razvijenih zemalja. Brži rast manje razvijenih zemalja posledica je smanjenog prinosa na kapital, što je osnovna pretpostavka neoklasičnog modela rasta. Predmet ovog rada je ispitivanje uticaja međunarodne trgovine na dohodovnu konvergenciju, u zemljama Evropske unije i zemljama Zapadnog Balkana. Regresioni model je korišćen za testiranje pretpostavke da li međunarodna trgovina utiče na konvergenciju dohodaka. Period posmatranja je od 1995. do 2019. godine. Rezultati istraživanja su pokazali da veći obim međunarodne trgovine dovodi do dohodovne konvergencije posmatranih zemalja.

Ključne reči: dohodovna konvergencija, ekonomski rast, međunarodna trgovina, evropska ekonomska integracija

* Docent, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Kragujevcu, sonja.milutinovic@kg.ac.rs

** Vanredni profesor, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Kragujevcu, tanja.stanistic@kg.ac.rs

1. UVOD

Teorijska rasprava o konvergenciji dohodaka među zemljama započela je uvođenjem neoklasičnog modela rasta Solow-a i predstavlja “jedno od ključnih domena istraživanja u oblasti ekonomskog rasta i razvoja”.¹ Koncept konvergencije dohodaka podrazumeva smanjenje dohodovnog jaza među zemljama ili regionima, odnosno brži rast dohotka siromašnih zemalja u odnosu na bogate zemlje. Rasprava o konvergenciji dohodaka zauzima značajno mesto u teorijama rasta, iz razloga što pronalaženje odgovora na ovo pitanje može doprineti porastu nivoa dohotka i blagostanja u mnogim zemljama širom sveta.

Neoklasična teorija rasta se odnosi isključivo na zatvorene ekonomije, tako da ignoriše uticaj međunarodne trgovine na ekonomski rast. Zbog toga je neupotrebljiva pri određivanju konvergencije u slučaju otvorenih ekonomija. U cilju otklanjanja ovih nedostataka, razvijen je neoklasični model otvorene ekonomije. Novi model je predviđao slobodnu trgovinu, kapitalnu mobilnost između zemalja i više stope konvergencije.² Kako bi se sagledao uticaj različitih faktora na ekonomski rast i konvergenciju dohodaka, neophodno je da zemlje budu otvorene za međusobnu razmenu dobara, faktora proizvodnje i ideja.

Ekonomске integracije su dobar primer na kome se može sagledati pozitivan uticaj otvorenosti jedne zemlje na konvergenciju dohodaka, budući da “ekonomske integracije dovode do uklanjanja trgovinskih barijera između zemalja članica ekonomski integrisanog prostora”.³ Posledično, smanjuju se troškovi trgovine i povećava tržišna konkurentnost, što u krajnjem slučaju dovodi do bržeg rasta dohotka. Rast dohotka će biti brži u slučaju nerazvijenih zemalja i zemalja u ravoju i predstavlja jednu od najvažnijih prednosti ekonomskih integracija.

Trgovina se smatra pokretačem ekonomskog rasta u međunarodnoj ekonomiji, kao i rešenjem za dohodovnu nejednakost na globalnom nivou i to kroz fer distribuciju dohotka među trgovinskim partnerima. Ekonomski rast podrazumeva realni porast nacionalnog dohotka po glavi stanovnika, što dalje znaci povećanje plata, porast životnog standarda, porast akumulacije, i slično.⁴ Jedan od glavnih ekonomskih argumenata za promovisanje međunarodne trgovine, u širem smislu ekonomske globalizacije, oduvek je bila dobit od trgovine koja proizilazi iz specijalizacije i ekonomije obima. Iako međunarodna trgovina povećava ekonomski rast i proizvodnju na globalnom nivou, ona nije uspela da ravnomerno raspodeli koristi trgovanja među trgovinskim partnerima. Ova nejednaka raspodela koristi stvara debatu o cilju trgovine – da li ona smanjuje ili izaziva globalnu nejednakost.

Zalaganje za međunarodnu trgovinu u ekonomskoj teoriji, kao sredstva za globalni ekonomski rast, uz ravnopravnu raspodelu dobitaka među zemljama učesnicama, zasnovano je na nekoliko pretpostavki koje su u aktuelnim okolnostima nerealne zbog nesavršene konkurencije među zemljama. Ova nesavršena konkurencija se ogleda u različitim politič-

¹ Milutinović (2021): “Types and methods of measuring income convergence”, *Ekonomski izazovi*, 10(19), 34

² Stanišić, N. (2012): “The Effects of Economic Crisis on the Income Convergence in the European Union”, *Acta Oeconomica*, 62(2), 165

³ Milutinović, S. (2015): “Konvergencija dohotka i ekonomska integracija: dokazi iz Evropske unije”, *Megatrend revija*, 12(3), 135

⁴ Pavlović, N., & Čelić, I. (2020): “The analysis of competitive strategies from the perspective of small and medium enterprises”, *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 8(1), 101-110.

kim i ekonomskim silama, nivou industrijalizacije i kompetentnosti i promeni kvantitativne i kvalitativne prirode faktora proizvodnje. Dakle, umesto da generiše potencijalne koristi od slobodne trgovine, stvarni svet je podeljen na široko nejednake severne i južne, jake i slabe, bogate i siromašne, razvijene i zemlje u razvoju. Industrijalizovane i razvijene zemlje smatraju ekonomsku globalizaciju sredstvom koje će olakšati uvoz, uglavnom primarnih proizvoda, po najnižim cenama iz zemalja u razvoju, i prodaju svojih industrijskih i finansijskih proizvoda zemljama po najvišim cenama. Na taj način ove zemlje mogu isključivo uživati u celokupnim dobicima od specijalizacije usled globalizacije. S druge strane, zemlje u razvoju ne mogu ignorisati potrebu trgovine zbog njihove zavisnosti od spoljne trgovine u pogledu njihovog učešća u nacionalnom dohotku. Dakle, pitanje nije da li trgovina utiče ili ne, već koliko i kakva je priroda trgovine potrebna za zemlje u razvoju kako bi sustigle razvijene trgovinske partnere.

Međunarodna trgovina može na više načina da podstakne konvergenciju dohodaka. Najpre, Heckscher-Ohlin-ova teorija izjednačavanja cena faktora predviđa da, pod određenim uslovima slobodna trgovina dovodi do izjednačavanja cena dobara, a zatim i do izjednačavanja cena faktora u zemljama koje trguju. Izjednačavanje cena faktora zatim dovodi do izjednačavanja ukupnog dohotka. Kao posledica toga, slobodna trgovina uzrokuje konvergenciju dohodaka. Međunarodna trgovina pomaže u prelivanju tehnologije, intermedijalnih dobara i znanja, pri čemu zemlje sa nižim nivoima dohotka imaju koristi od prelivanja znanja i veću stopu rasta, jer je imitacija lakša od pronalaska.⁵ Dobra kojima dve zemlje trguju u sebi sadrže određena znanja, koja trgovinom dospevaju u druge zemlje omogućavajući zemljama koje su zaostale da dostignu naprednije zemlje. Zemlje koje su otvorene imaju veću mogućnost da apsorbuju naprednu tehnologiju. Manje razvijena zemlja imitira novu tehnologiju koja je stvorena u razvijenoj zemlji. Ako je cena imitacije manja od cene inovacije, siromašnija zemlja može imati višu stopu rasta od razvijene zemlje. Zbog toga, siromašnija zemlja može sustići razvijenu zemlju putem trgovine.

Koristeći regresionu analizu, u ovom radu se testira sledeća hipoteza *Veći obim međunarodne trgovine dovodi do dohodovne konvergencije*. Pored međunarodne trgovine, u obzir se uzimaju i efekti geografske udaljenosti između dve zemlje i jezika kojim govore. Motiv ovog istraživanja je u nameri da se, makar u maloj meri, doprinese rešavanju pitanja da li povećani obim međunarodne trgovine dovodi do konvergencije dohodaka ili ne. Ostatak rada je strukturiran na sledeći način. Drugi deo daje pregled literature o dohodovnoj konvergenciji i uticaju međunarodne trgovine na dohodovnu konvergenciju. Empirijski model i podaci su predstavljeni u delu tri, dok su rezultati predstavljeni u četvrtom delu. Osnovni zaključci rada izvedeni su u petom delu.

2. PREGLED LITERATURE

Tema konvergencije dohodaka je više od šezdeset godina predmet brojne teorijske i empirijske literature i razvila se u različitim oblicima i primenama. U neformalnom pristupu, jednostavno poređenje bruto domaćeg proizvoda po glavi stanovnika među zemljama može dati korisne informacije o različitom nivou razvijenosti tih zemalja. Pored neformal-

⁵ Grossman, G.M. & Helpman, E. (1990): "Trade, Innovation and Growth", *The "NEW" Growth Theory*, 80(2), 91

nog, postoje i još važnije formalne tehnike u vidu regresionih jednačina koje se koriste za testiranje ispravnosti pretpostavke o konvergenciji dohodaka.

Empirijska istraživanja o konvergenciji dohodaka su se pojavila osamdesetih godina dvadesetog veka i od tada, rezultati nisu jednoznačni, a ponekad su i potpuno divergentni. Pregledom literature o konvergenciji dohodaka, može se primetiti da je jedno od prvih istraživanja sproveo Baumol.⁶ Autor je došao do zaključka da homogena grupa zemalja konvergira ka određenoj stopi rasta, dok heterogena grupa zemalja pokazuje divergenciju. Studije o konvergenciji dohodaka autora Barro and Sala-i-Martin su pokazale postojanje konvergencije po stopi od oko 2% godišnje. U studiji na primeru Sjedinjenih Američkih Država od 1840. do 1988. godine, Barro and Sala-i-Martin su potvrdili postojanje konvergencije dohodaka u iznosu 2 do 2,5% godišnje.⁷ Istu studiju su sproveli Barro and Sala-i-Martin 1991. godine na uzorku od 73 regiona u 7 zemalja Zapadne Evrope počevši od 1950. godine. Proces konvergencije je bio veoma sličan onom u Sjedinjenim Američkim Državama i iznosio je oko 2% godišnje.⁸

Nakon ulaska zemalja Centralne i Istočne Evrope (CIE) u Evropsku uniju (EU) 2004. godine, pojavio se veliki broj radova u kojima se ispituje postojanje konvergencije dohodaka između „novih“ i „starih“ zemalja članica EU. U radovima koji su usledili, autori su u najvećem broju slučajeva dokazali da dohoci „novih“ konvergiraju dohotku „starih“ članica EU. Rezultati istraživanja autora Matkowski and Próchniak su pokazali postojanje dohodovne konvergencije, odnosno da sve zemlje CIE imaju brži rast od razvijenih zemalja Evropske unije (EU15).⁹ Vojinović et al. su sproveli istraživanje na istom uzorku zemalja i došli do zaključaka da su siromašnije CIE rasle brže od bogatijih CIE.¹⁰ Kao rezultat toga, dohodovni jaz između ove dve grupe zemalja se smanjio, iako je i dalje prilično veliki.

Kao što je već pomenuto, međunarodna trgovina može proizvesti mnoge koristi za trgovinske partnere. Zbog toga su mnogi autori, teorijski i empirijski, istraživali efekte međunarodne trgovine na ekonomski rast i konvergenciju dohodaka. Rezultati ovih istraživanja su dvosmisleni.

Međunarodna trgovina može povećati pritisak na povećanje konkurencije, što će domaće firme naterati da povećaju produktivnost, a to će na kraju rezultirati višim dohotkom.¹¹ Kada zemlja sa nižim dohotkom trguje sa zemljom sa višim dohotkom, direktni troškovi obrazovanja i troškovi investicija u ljudski kapital se smanjuju, tako da se investicije u ljudski kapital povećavaju u zemljama sa nižim dohotkom. Povećani ljudski kapital, zatim, stvara više stope tehnoloških promena koje su praćene većom stopom rasta, odnosno dolazi do

⁶ Baumol, W.J. (1986): "Productivity Growth, Convergence, and Welfare: What the Long-Run Data Show", *American Economic Review*, 76(5), 1072

⁷ Barro, R.J. & Sala-i-Martin, X. (1990): "Economic Growth and Convergence across United States", *NBER Working paper Series*, 3419, 1

⁸ Barro, R.J., Sala-i-Martin, X. (1991): "Convergence across States and Regions", *Brookings Papers on Economic Activity*, 1, 107

⁹ Matkowski, Z. & Próchniak, M. (2007): "Economic Convergence between the CEE-8 and the European Union", *Eastern European Economics*, 45(1), 59

¹⁰ Vojinović, B., Acharya, S. & Próchniak, M. (2009): "Convergence Analysis Among the Ten European Transition Economies", *Hitotsubashi Journal of Economics*, 50, 123

¹¹ Cyrus, T., (2004): "Does Convergence Cause Trade, or Does Trade Cause Convergence?", *Journal of International Trade & Economic Development*, 13(4), 398

konvergencije dohodaka.¹²

Nekoliko autora je navelo da zemlje u razvoju nemaju koristi od trgovine sa razvijenim zemljama i da, međunarodna trgovina povećava jaz između bogatih i siromašnih zemalja. Na osnovu Heckscher-Ohlin-ove teorije izjednačavanja cena faktora, Wood and Ridao-Cano tvrde da specijalizacija zahteva od siromašnih zemalja da se specijalizuju za proizvode u čijoj se proizvodnji intenzivno koristi nekvalifikovana radna snaga.¹³ S druge strane, bogate zemlje se specijalizuju za proizvode u čijoj se proizvodnji intenzivno koristi kvalifikovana radna snaga. Na taj način, nadnica kvalifikovanog rada se povećava u bogatim zemljama i smanjuje u siromašnim zemljama, što dovodi do povećanja razlike u dostupnosti kvalifikovanih radnika zbog elastične ponude. Ovakva situacija dovodi do divergencije dohodaka. Galor and Mountford tvrde da međunarodna trgovina značajno utiče na tražnju za ljudskim kapitalom u zemljama, što je glavna determinanta raspodele dohotka i stanovništva širom sveta.¹⁴ Dobici od trgovine u industrijalizovanim zemljama su usmereni prvenstveno na ulaganja u obrazovanje i rast proizvodnje po glavi stanovnika, dok su neindustrijalizovane zemlje usmerene prema rastu populacije. Stoga je međunarodna trgovina proširila tehnološki jaz, kao i različitu dostupnost kvalifikovane radne snage između industrijalizovanih i neindustrijalizovanih zemalja. Na taj način, početne komparativne prednosti i razlike u dohotku po glavi stanovnika između ovih zemalja postaju još veće.

Cyrus navodi da međunarodna trgovina može dovesti do divergencije dohodaka zbog nekoliko razloga. Najpre, suočavajući se sa povećanom konkurencijom, mala zemlja može da doživi pad profitabilnosti investicija u znanje. Drugo, siromašnja zemlja koja nema prednosti u produktivnosti istraživanja i ako uđe u konkurentsku borbu sa naprednijom zemljom može da doživi usporavanje inovacija i rasta. Na kraju, zemlja koja pretežno obiluje nekvalifikovanim radnom snagom i koja se specijalizuje za tradicionalnu proizvodnju može da doživi pad u ukupnoj stopi rasta proizvedenog outputa.¹⁵

Slaughter je, takođe, tvrdio da međunarodna trgovina dovodi do divergencije dohodaka.¹⁶ Da bi ispitao uticaj trgovine na konvergenciju dohodaka, autor je analizirao epizode trgovinske liberalizacije. Osnovna ideja je bila da će, ukoliko trgovina dovodi do konvergencije dohodaka, njena liberalizacija ubrzati konvergenciju dohodaka. Kako bi ispitao ovu tvrdnju koristio je *difference-in-difference* pristup, koji poredi kretanje konvergencije dohodaka među liberalizovanim zemljama pre i posle liberalizacije, sa kretanjem konvergencije dohodaka među nasumice izabranim zemljama pre i posle liberalizacije. Rezultati do kojih je došao bili su u suprotnosti sa inicijalnom idejom. U sva četiri posmatrana slučaja liberalizacija nije dovela do ubrzanja konvergencije dohodaka. Naprotiv, u tri od četiri slučaja, nakon liberalizacije došlo je usporavanja konvergencije dohodaka. Njegov krajnji zaključak je bio

¹² Zhang, J. (2006). *International Trade, Convergence and Integration, Eight Meeting of the European Trading Study Group*, Vienna, 4

¹³ Wood, A. & Ridao-Cano, C. (1999): "Skill, Trade and International Inequality", Oxford Working Paper, 47, 30

¹⁴ Galor, O. & Mountford, A. (2008): "Trading Population for Productivity: Theory and Evidence", *Economic Review*, 75(4), 1143

¹⁵ Cyrus, T., (2004): "Does Convergence Cause Trade, or Does Trade Cause Convergence?", *Journal of International Trade & Economic Development*, 13(4), 401

¹⁶ Slaughter, M.J. (1998): "International Trade and Per Capita Income Convergence: A Difference-in-Differences Analysis", NBER Working paper Series, 6557

da liberalizacija ni na koji način ne dovodi do ubrzanja konvergencije dohodaka, već da, kako je delovalo, dovodi do divergencije.

Na drugoj strani, brojne su studije koje su dokazale postojanje pozitivnog uticaja međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka. Ben-David je došao je do zaključka da postoji značajna konvergencija dohodaka u grupi zemalja koje su međusobno glavni trgovinski partneri.¹⁷ Nasuprot tome, u nasumice biranoj grupi, konvergencija dohodaka nije bila tako čest slučaj. Sličnu studiju su sprovedi, i do sličnih rezultata došli, Ben-David and Kimhi formirajući 127 parova zemalja na osnovu uzvoza i 134 parova zemalja na osnovu uvoza.¹⁸ Ovakvo formirani parovi zemalja su pokazivali povećanje brzine konvergencije dohodaka koje je uzrokovano povećanim obimom trgovine, bilo da su formirani na osnovu izvoza ili uvoza. Povećanje obima trgovine od siromašnijeg ka bogatijem trgovinskom partneru dodatno ojačava konvergenciju dohodaka. Međutim, povećani trgovinski tokovi u drugom pravcu nisu povezani sa promenama u konvergenciji dohodaka.

Polazeći od endogenih modela rasta Lucas-a i Romer-a, Ben-David and Loewy su objasnili da stope rasta ravnotežnog stanja zavise od stope akumulacije znanja, kao i da trgovinski tokovi među zemljama olakšavaju širenje znanja i podstiču proces rasta.¹⁹ Stoga su tvrdili da prelivanje znanja, koje proizilazi iz povećane međusobne trgovine, u dugom roku, dovodi do istog stabilnog stanja i sličnog bruto domaćeg proizvoda (BDP) po glavi stanovnika. Naime, empirijsko istraživanje je potvrdilo njihove tvrdnje budući da je povećana tendencija ka trgovinskoj liberalizaciji posle Drugog svetskog rata dovela do konvergencije dohodaka unutar Evropske ekonomske zajednice, između Sjedinjenih Američkih Država i Kanade i između Evropske ekonomske zajednice i Evropske asocijacije za slobodnu trgovinu.

Stroomer and Giles u svom radu ispituju odnos između stepena trgovinske otvorenosti zemalja i konvergencije dohodaka.²⁰ Posmatrane zemlje svrstavaju u manje grupe (klustere) po stepenu otvorenosti tih zemalja ka međunarodnoj trgovini, nakon čega mere stepen konvergencije dohodaka među zemljama u okviru jednog klastera koristeći različite tehnike. Njihovi rezultati su pokazali da je manja otvorenost zemlje povezana sa divergencijom, iako ne postoji jasan obrazac konvergencije među zemljama srednje i visoke otvorenosti. U još jednoj uticajnoj studiji o konvergenciji dohodaka, Sachs and Warner su klasifikovali zemlje na osnovu brojnih kriterijuma, kao otvorene ili zatvorene i došli do zaključka da otvorene zemlje pokazuju jaku tendenciju ka konvergenciji dohodaka.²¹

Uticaj međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka je ispitivao Choi.²² U svom istraživanju došao je do zaključka da nivoi dohotka dve zemlje konvergiraju kada je međunarodna trgovina veća. Kada su dve zemlje geografski bliže jedna drugoj i govore istim

¹⁷ Ben-David, D. (1996): "Trade and Convergence among Countries", *Journal of International Economics*, 40, 279

¹⁸ Ben-David, D. & Kimhi, A. (2000): "Trade and the Rate of Income Convergence", *Journal of International Trade and Economic Development*, 13(4), 419

¹⁹ Ben-David, D. & Loewly, M.B. (1997): "Free Trade, Growth and Convergence", *NBER Working paper Series*, 6095, 16-19

²⁰ Stroomer, C. & Giles, D.E.A. (2003): "Income Convergence and Trade Openness: Fuzzy Clustering and Time Series Evidence", *Econometrics Working Paper Series*, 0304, 1

²¹ Sachs, J. & Warner, A. (1995): "Economic Reform and the Process of Global Integration", *Brooking Papers on Economic Activity*, 1, 105-107

²² Choi, C. (2009): "Does Bilateral Trade Lead to Income Convergence? Panel evidence", *Journal of Economic Development*, 34(1), 71

jezikom, ova konvergencija dohodaka je još izraženija. Služeći se istim modelom kao i Choi, Milutinović je ispitala uticaj bilateralne trgovine na konvergenciju dohodaka zemalja članica EU, pri čemu su iz analize isključene zemlje koje su poslednje pristupile EU, odnosno Rumunija, Bugarska i Hrvatska.²³ Razlog izostavljanja ovih zemalja iz analize je taj što članstvo u EU, zbog uklanjanja trgovinskih barijera, ima velikog uticaja na obim trgovine među zemljama. Rezultati istraživanja su potvrdili postavljenu hipotezu da veći obim međunarodne trgovine dovodi do konvergencije dohodaka. Analiza je pokazala da ukoliko dve zemlje govore istim jezikom, uticaj na konvergenciju dohodaka će biti pozitivan, dok geografska blizina dve zemlje nema uticaja na konvergenciju dohodaka.

Hakro and Fida su, takođe, ispitali uticaj međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka na primeru zemalja Južne Azije i njihovih glavnih trgovinskih partnera.²⁴ Autori su koristili tri pristupa: pristup intra-trgovinske konvergencije, pristup bilateralne trgovine i „difference-in-difference” pristup koji je koristio i Slaughter. Koristeći prvi model, rezultati su pokazali da, kako se trgovina između grupa povećava, razlika u BDP-u po glavi stanovnika se smanjuje. Autori su analizirali i periode pre i posle liberalizacije. Rezultati pokazuju da je trgovinska liberalizacija izazvala konvergiranje dohodaka po glavi stanovnika. Koristeći bilateralnu trgovinu, autori su došli do zaključka da ona neznatno utiče na konvergenciju dohodaka, smanjujući razliku u nivou dohotka u malim iznosima. U *difference-in-difference* pristupu autori su ispitali postojanje dohodovne konvergencije koristeći meru σ -konvergencije za period pre i posle liberalizacije. Konvergencija dohodaka po glavi stanovnika je postojala u oba perioda. U slučajevima azijskih ekonomija, dohodovna konvergencija je postojala samo u periodu post-liberalizacije. Rezultati su pokazali i da je stopa dohodovne konvergencije ubrzana u slučajevima azijskih ekonomija. Stopa dohodovne konvergencije usporena je tokom post-liberalizacionog perioda u slučaju posmatranja zemljama u celini.

Uzimajući u obzir dosadašnja istraživanja o uticaju međunarodne trgovine na dohodovnu konvergenciju, može se primetiti da su rezultati dvosmisleni. Takođe, i dalje je mali broj radova koji testiraju uticaj međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka među zemljama EU, posebno između zemalja EU i zemalja regiona Zapadnog Balkana koje su na putu pristupanja EU. Stoga je jedan od osnovnih istraživačkih motiva u ovom radu da doprinese bogaćenju literature iz ove oblasti, kao i da doprinese rešavanju pitanja uticaja međunarodne trgovine na dohodovnu konvergenciju.

3. MODEL I PODACI

Postavljena hipoteza, *Veći obim međunarodne trgovine dovodi do dohodovne konvergencije*, će se testirati sledećim regresionim modelom:

$$\text{Log}(\text{SRBDP}_{ijt}) = \beta_0 + \beta_1 \text{Log}(\text{RACIO}_{ijt}) + \beta_2 \text{Log}(\text{UDALJENOST}_{ij}) + \beta_3 \text{Jezik}_{ij} + u_{ijt},$$

gde je $\text{SRBDP}_{ijt} = |\text{SRBDP}_{it} - \text{SRBDP}_{jt}|$, $\text{RACIO}_{ijt} = \text{IZVOZ}_{ijt} / (\text{BDP}_{it} + \text{BDP}_{jt})$, i $t = \text{od } 1995. \text{ do}$

²³ Milutinović, S. (2016): “The Effects of International Trade on Income Convergence of EU Member States”, *Industrija*, 44(2), 7

²⁴ Hakro, A.N. & Fida, B.A. (2017): “Bilateral Trade and Per Capita Income Convergence of Selected South Asian Countries and among their ‘Major Trade Partners’”, *University of Glasgow Working Papers*, 2007-05, 1

2019. Subjekt i predstavlja zemlju koja izvozi, a subjekt j zemlju koja uvozi. Dakle, $SRBDP_{ijt}$ predstavlja razliku u stopama rasta BDP-a po glavi stanovnika u tekućim cenama zemlje i i zemlje j u godini t , $SRBDP_{it}$ predstavlja stopu rasta BDP-a po glavi stanovnika u tekućim cenama zemlje i u godini t , a $SRBDP_{jt}$ predstavlja stopu rasta BDP-a po glavi stanovnika u tekućim cenama zemlje j u godini t . $IZVOZ_{ijt}$ označava izvoz zemlje i u zemlju j u godini t , dok BDP predstavlja odgovarajući BDP ove dve zemlje u tekućim cenama u godini t . $UDALJENOST_{ij}$ predstavlja rastojanje između zemlje i i zemlje j . Jezik $_{ij}$ se odnosi na jezik kojim govore dve zemlje čija se međunarodna trgovina posmatra. Ako dve zemlje govore istim jezikom, promenljiva uzima vrednost 1, a ako govore različito, uzima vrednost 0. β_0 je konstanta i u_{ijt} standardne greške.

U jednačini koristi apsolutna razlika između stopa rasta BDP-a po glavi stanovnika u tekućim cenama. Razlog za ovo je što su prelivanja tehnologije moguća čak i ako se roba izvozi iz siromašne zemlje u bogatu zemlju. Naime, siromašne zemlje mogu povećati konkurentnost izvoza kako bi konkurisale robi u bogatim zemljama. Zbog toga će apsolutna razlika biti manja.

Negativna vrednost koeficijenta β_1 ukazuje da veći obim međunarodne trgovine dovodi do konvergencije dohodaka, i obratno, pozitivna vrednost β_1 koeficijenta označava da veći obim međunarodne trgovine nepovoljno utiče na konvergenciju dohotka. Takođe, pretpostavlja se da, što su dve zemlje međusobno bliže i govore istim jezikom, dohodovni jaz između zemalja će se smanjivati. Stoga se očekuje da β_2 bude pozitivno, a β_3 negativno.

Podaci za analizu preuzeti su iz baza podataka The World Bank²⁵ i Eurostat.²⁶

4. REZULTATI I DISKUSIJA

Rezultati regresione analize uticaja međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka, za sve posmatrane zemlje, i posebno za EU i za grupu zemalja Zapadnog Balkana (ZZB), prikazani su u Tabeli 1. Ako se posmatraju sve zemlje (EU i ZZB), primećuje se da su koeficijenti uz sve promenljive RACIO i Jezik negativni, dok je koeficijent uz promenljivu UDALJENOST (β_2) pozitivan i na nivou statističke značajnosti višem od 5%, što znači da

Tabela 1. Uticaj međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka za EU+ZZB, EU i WBS

	EU+ZZB		EU		ZZB	
	koeficijent	p	koeficijent	p	koeficijent	p
RACIO	-0.085	<0.0005	-0.114	<0.0005	-0.051	<0.0005
UDALJENOST	0.02	0.900	-0.055	<0.0005	0.114	0.006
Jezik	-0.407	<0.0005	-0.431	<0.0005	-0.194	0.166
Konstanta	1.112	<0.0005	1.715	<0.0005	0.47	0.879
R ²	0.037		0.042		0.044	

Izvor: kalkulacija autora

²⁵ The World Bank. (2020). DataBank. Dostupno na: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=world-development-indicators>.

²⁶ Eurostat. (2020). Database. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade-in-goods/data/database>.

geografska razdaljina između dve zemlje ne utiče na konvergenciju dohodaka. Statistička značajnost druga dva koeficijenta je na nivou nižem od 5%, što znači da utiču na zavisnu promenljivu, odnosno na dohodovni jaz dve zemlje. Kako je vrednost koeficijenta β_1 manja od nule (koeficijent uz promenljivu RACIO), postavljena hipoteza se prihvata, što znači da veći obim međunarodne trgovine dovodi do konvergencije dohodaka. Vrednost koeficijenta β_1 iznosi -0,085, što znači da ukoliko se intenzitet trgovine između dve zemlje poveća za 1%, dohodovni jaz će se smanjiti za 0,085%. Negativna vrednost koeficijenta β_3 (koeficijent uz promenljivu Jezik) potvrđuje pretpostavku da, ukoliko dve zemlje govore istim jezikom, dohodovni jaz između te dve zemlje će se smanjivati.

Obim međunarodne trgovine ima uticaja na dohodovnu konvergenciju i kada se posmatraju samo članice EU. Ukoliko se obim međunarodne trgovine među zemljama EU poveća za 1%, dohodovni jaz će se smanjiti za 0,114%. Negativna vrednost koeficijenta β_3 potvrđuje pretpostavku da isti maternji jezik dve zemlje pozitivno utiče na konvergenciju dohodaka. Međutim, negativna vrednost koeficijenta β_2 opovrgava pretpostavku da geografska blizina dve zemlje doprinosi konvergenciji dohodaka. U slučaju ZZB, veći obim međunarodne trgovine i geografska blizina dve zemlje doprinose konvergenciji dohodaka, dok jezik kojiim govore nema uticaja. Naime, u slučaju zemalja Zapadnog Balkana, porastom obima trgovine u iznosu od 1% dolazi do smanjenja dohodovnog jaza u iznosu od 0,051%. Na primeru ovih rezultata se može videti pozitivan uticaj pripadnosti Evropskoj uniji. Naime, pristupanjem EU trgovinske barijere su uklonjene, što pospešuje veći obim trgovine među zemljama članicama (stvaranje trgovine). Zbog toga, između ostalog, međunarodna trgovina ima veći uticaj na smanjenje dohodovnog jaza u EU, u odnosu na ZZB.

U narednim tabelama su prikazani rezultati regresione analize za svaku zemlju pojedinačno. Najpre, u Tabeli 2 su rezultati za EU15. Može se videti da svuda, osim u slučaju Irske, međunarodna trgovina ima pozitivan uticaj na dohodovnu konvergenciju.

Tabela 2. Uticaj međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka zemalja EU15

		RACIO	UDALJENOST	Jezik	Konstanta
Belgija	Koeficijent	-0,118	0,185	0,123	0,534
	p	<0,0005	0,20	0,601	0,441
Francuska	Koeficijent	-0,197	0,241	0,024	0,035
	p	<0,0005	0,005	0,921	0,961
Nemačka	Koeficijent	-0,233	-0,213	-0,461	3,783
	p	<0,0005	0,05	0,22	<0,0005
Italija	Koeficijent	-0,261	-0,173	NU	3,682
	p	<0,0005	0,041	/	<0,0005
Luksemburg	Koeficijent	-0,071	0,216	-0,174	-0,449
	p	0,016	0,014	0,485	0,481
Holandija	Koeficijent	-0,196	0,021	-0,037	1,673
	p	<0,0005	0,806	0,879	0,021
Danska	Koeficijent	-0,181	-0,170	NU	2,793
	p	<0,0005	0,071	/	<0,0005
Irska	Koeficijent	0,004	0,003	NU	0,892
	p	0,890	0,977	/	0,374

		RACIO	UDALJENOST	Jezik	Konstanta
	p	0,890	0,977	/	0,374
Ujedinjeno Kraljevstvo	Koeficijent	-0,147	0,122	NU	0,481
	p	<0,0005	0,109	/	0,447
Grčka	Koeficijent	-0,196	-0,534	-0,26	5,745
	p	<0,0005	<0,0005	0,912	<0,0005
Portugal	Koeficijent	-0,134	0,274	NU	-0,901
	p	<0,0005	0,2	/	0,356
Španija	Koeficijent	-0,154	0,163	NU	0,192
	p	<0,0005	0,185	/	0,851
Austrija	Koeficijent	-0,239	-0,419	-0,287	4,898
	p	<0,0005	<0,0005	0,199	<0,0005
Finska	Koeficijent	-0,082	-0,342	NU	3,496
	p	<0,0005	<0,0005	/	<0,0005
Švedsla	Koeficijent	-0,176	-0,434	NU	4,731
	p	<0,0005	<0,0005	/	<0,0005

NU – promenljiva nema uticaj na konvergenciju dohodaka

Izvor: kalkulacija autora

Što se tiče „novih zemalja članica”, situacija je raznolika (Tabela 3). Veći obim međunarodne trgovine pozitivno utiče na smanjenje dohodovnog jaza samo u slučaju Estonije, Mađarske, Letonije, Malte, Slovačke i Hrvatske. Ako se pogleda vrednost koeficijenta β_1 za ove zemlje, primećuje se da je Hrvatska na prvom mestu po visini koeficijenta (-0,121). Ovo znači da, ako se vrednost međunarodne trgovine poveća za 1%, dohodovni jaz između Hrvatske i njenog trgovinskog partnera će se smanjiti za 0,121%. Viša vrednost ovog koeficijenta Hrvatske, u odnosu na ostale „novih zemalja članica”, se može objasniti povećanim obimom trgovine Hrvatske sa zemljama EU od njenog pristupanja 2013. godine, kao i time da se Hrvatska u tom trenutku nalazila na nižem stepenu razvoja od ostalih zemalja članica.

Tabela 3. Uticaj međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka „novih zemalja članica”

		RACIO	UDALJENOST	Jezik	Konstanta
Kipar	Koeficijent	-0,015	-0,683	-0,753	5,906
	p	0,559	<0,0005	0,003	<0,0005
Češka	Koeficijent	0,011	0,106	HY	-0,338
	p	0,708	0,185	/	0,615
Estonija	Koeficijent	-0,090	0,078	NU	2,072
	p	0,001	0,313	/	0,002
Mađarska	Koeficijent	0,005	0,143	NU	-0,496
	p	0,871	0,044	/	0,435
Letonija	Koeficijent	-0,097	0,019	NU	1,432
	p	0,01	0,836	/	0,064
Litvanija	Koeficijent	-0,02	0,428	NU	-1,919
	p	0,926	<0,0005	/	0,011

		RACIO	UDALJENOST	Jezik	Konstanta
Malta	Koeficijent	-0,088	-0,034	NU	1,210
	<i>p</i>	<0,0005	0,735	/	0,101
Poljska	Koeficijent	0,095	0,281	NU	-1,998
	<i>p</i>	0,001	0,003	/	0,001
Slovačka	Koeficijent	-0,045	0,120	NU	0,163
	<i>p</i>	0,209	0,081	/	0,799
Slovenija	Koeficijent	0,021	0,156	NU	-0,701
	<i>p</i>	0,657	0,138	/	0,474
Bugarska	Koeficijent	-0,072	0,215	NU	-0,285
	<i>p</i>	0,082	0,007	/	0,707
Rumunija	Koeficijent	0,029	0,435	NU	-2,323
	<i>p</i>	0,301	<0,0005	/	<0,0005
Hrvatska	Koeficijent	-0,121	0,002	NU	1,271
	<i>p</i>	<0,0005	0,973	/	0,039

NU – promenljiva nema uticaj na konvergenciju dohodaka

Izvor: kalkulacija autora

U Tabeli 40 prikazan je uticaj međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka za zemlje Zapadnog Balkana, pri čemu je on zabeležen samo u slučaju Albanije i Severne Makedonije. Ukoliko se obim trgovine Albanije i partnera poveća za 1%, njihov dohodovni jaz će se smanjiti za 0,095%. Povećanje obima međunarodne trgovine Severne Makedonije za 1% dovodi do smanjenja dohodovnog jaza Severne Makedonije i trgovinskog partnera za 0,064%.

Tabela 4. Uticaj međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka zemalja Zapadnog Balkana

		RACIO	UDALJENOST	Jezik	Konstanta
Albanija	Koeficijent	-0,095	0,046	NU	0,694
	<i>p</i>	<0,0005	0,586	/	0,268
Bosna i Hercegovina	Koeficijent	-0,033	0,282	-0,250	-1,211
	<i>p</i>	0,256	0,014	0,349	0,172
Severna Makedonija	Koeficijent	-0,064	-0,064	NU	1,334
	<i>p</i>	0,019	0,463	/	0,067
Crna Gora	Koeficijent	-0,030	0,171	0,232	-0,539
	<i>p</i>	0,220	0,121	0,370	0,496
Srbija	Koeficijent	-0,062	0,039	-0,320	0,329
	<i>p</i>	0,175	0,506	0,206	0,78

NU – promenljiva nema uticaj na konvergenciju dohodaka

Izvor: kalkulacija autora

Uzimajući u obzir dobijene rezultate analize, može se zaključiti da je postavljena hipoteza potvrđena, što znači da veći obim međunarodne (bilateralne) trgovine dovodi do dohodovne konvergencije. Drugim rečima, što dve zemlje više trguju, manji je dohodovni jaz

među njima. Rezultati impliciraju da se dohodovni jaz između relativno siromašne i bogate zemlje može smanjiti povećanjem izvoza siromašnih zemalja. S druge strane, bogata zemlja izvoznica, takođe, može stimulisati privredu zemlje uvoznice povećanjem njenog izvoza. Ovi rezultati pokazuju da siromašnije i manje razvijene zemlje trgovinom mogu sustići bogate i razvijene zemlje. Rezultati, takođe, pokazuju pozitivan efekat članstva u EU, jer je efekat međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka bio veći u EU nego u zemljama Zapadnog Balkana. Stoga se može sa sigurnošću zaključiti da ekonomska integracija doprinosi smanjenju, a ne proširenju, dohodovnog jaza i rastu između razvijenih i nerazvijenih zemalja.

5. ZAKLJUČAK

Rober Solow je dohodovnu konvergenciju predstavio u svom neoklasičnom modelu rasta, nakon čega je ona postala predmet analize mnogih ekonomista. Usledio je niz radova u kojima se ispituje postojanje dohodovne konvergencije, ali i uticaj različitih faktora na dohodovnu konvergenciju. Empirijski radovi koji testiraju efekat međunarodne trgovine na konvergenciju prihoda pojavili su se krajem dvadesetog veka, u radovima Sachs-a i Warner-a, Ben-David-a i Slaughter-a. Rezultati su bili različiti. S jedne strane, postojali su autori koji su došli do rezultata u prilog pozitivnog uticaja međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka. S druge strane, neki autori su tvrdili da međunarodna trgovina ne vodi ka konvergenciji dohodaka, ali u nekim slučajevima može dovesti do divergencije dohodaka.

Predmet ovog rada je analiza uticaja međunarodne trgovine na dohodovnu konvergenciju u Evropskoj uniji i zemljama Zapadnog Balkana. U radu je pomoću regresionog modela testirana sledeća hipoteza, *veći obim međunarodne trgovine dovodi do dohodovne konvergencije*. Takođe, ispitivani su efekti geografske udaljenosti dve zemlje koje trguju i jezika kojim govore. Empirijski rezultati su potvrdili hipotezu, što znači da viši nivo međunarodne trgovine vodi ka dohodovnoj konvergenciji. Tačnije, povećanje obima trgovine za 1% smanjiće dohodovni jaz za 0,085%. Negativna vrednost koeficijenta β_3 (koeficijent promenljive Jezik) potvrđuje pretpostavku da će se dohodovni jaz između dve zemlje još više smanjiti ako govore istim jezikom. Rezultati su pokazali da geografska razdaljina između zemalja nema uticaja na konvergenciju dohodaka. Deleći sve posmatrane zemlje na članice Evropske unije i zemlje Zapadnog Balkana, rezultati su ukazali na pozitivan efekat članstva u Evropskoj uniji na konvergenciju dohodaka. Naime, integracija otklanja trgovinske barijere, što rezultira ekspanzijom trgovine između država članica. Povećani obim trgovine je generisao veći pozitivan efekat na konvergenciju dohodaka među zemljama Evropske unije, nego među zemljama Zapadnog Balkana.

Može se zaključiti da veći obim međunarodne trgovine i ekonomska integracija mogu smanjiti dohodovni jaz između siromašnih i bogatih zemalja. Rezultati ovog rada doprinose rešavanju pitanja uticaja međunarodne trgovine na dohodovnu konvergenciju, naročito jer još uvek nema mnogo radova koji se bave ovom analizom na primeru Evropske unije i zemalja Zapadnog Balkana. Osim toga, doprinos ovog rada je i u činjenici da se analizira uticaj međunarodne trgovine na konvergenciju dohodaka odvojeno za Evropsku uniju, za grupu zemalja Zapadnog Balkana, ali i za svaku od posmatranih zemalja pojedinačno.

LITERATURA

- Barro, R.J. & Sala-i-Martin, X. (1990): "Economic Growth and Convergence across United States", *NBER Working Paper Series*, 3419, <https://doi.org/10.3386/w3419>.
- 1. Barro, R.J. & Sala-i-Martin, X. (1991): "Convergence across States and Regions", *Brookings Papers on Economic Activity*, 1, 107-182.
- 2. Baumol, W.J. (1986): "Productivity Growth, Convergence, and Welfare: What the Long-Run Data Show", *American Economic Review*, 76(5), 1072-1085.
- 3. Ben-David, D. (1996): "Trade and Convergence among Countries", *Journal of International Economics*, 40, 279-298.
- 4. Ben-David, D. & Loewly, M.B. (1997): "Free Trade, Growth and Convergence", *NBER Working Paper Series*, 6095.
- Ben-David, D. & Kimhi, A. (2000): "Trade and the Rate of Income Convergence", *Journal of International Trade and Economic Development*, 13(4), 419-441, <https://doi.org/10.1080/0963819042000300591>.
- Choi, C. (2009): "Does Bilateral Trade Lead to Income Convergence? Panel evidence", *Journal of Economic Development*, 34(1), 71-79, <https://doi.org/10.35866/caujed.2009.34.1.005>.
- Cyrus, T., (2004): "Does Convergence Cause Trade, or Does Trade Cause Convergence?", *Journal of International Trade & Economic Development*, 13(4), 397-418, <https://doi.org/10.1080/0963819042000300573>.
- Eurostat. (2020): *Database*. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade-in-goods/data/database>.
- Galor, O. & Mountford, A. (2008): "Trading Population for Productivity: Theory and Evidence", *Economic Review*, 75(4), 1143-1179, <https://doi.org/10.1111/j.1467-937X.2008.00501.x>.
- Grossman, G. M. & Helpman, E. (1990): "Trade, Innovation and Growth", *The "NEW" Growth Theory*, 80(2), 86-91, <https://doi.org/10.1257/aer.p20151068>.
- Hakro, A.N. & Fida, B.A. (2017): "Bilateral Trade and Per Capita Income Convergence of Selected South Asian Countries and among their Major Trade Partners", *University of Glasgow Working Papers*, 2007-05, <https://doi.org/10.35536/lje.2009.v14.i2.a2>.
- Matkowski, Z. & Próchniak, M. (2007): "Economic Convergence between the CEE-8 and the European Union", *Eastern European Economics*, 45(1), 59-76, <https://doi.org/10.2753/EEE0012-8775450103>.
- Milutinović, S. (2015): "Konvergencija dohotka i ekonomska integracija: dokazi iz Evropske unije", *Megatrend revija*, 12(3), 127-140
- Milutinović, S. (2016): "The Effects of International Trade on Income Convergence of EU Member States", *Industrija*, 44(2), 7-22, <https://doi.org/10.5937/industrija44-9005>.
- Milutinović (2021): "Types and methods of measuring income convergence", *Ekonomski izazovi*, 10(19), 34-42
- Pavlović, N., & Čelić, I. (2020): "The analysis of competitive strategies from the perspective of small and medium enterprises", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 8(1), 101-110. <https://doi.org/10.5937/menhottur2001101P>
- 1. Sachs, J. & Warner, A. (1995): "Economic Reform and the Process of Global Integration", *Brookings Papers on Economic Activity*, 1, 1-118.

- 2. Slaughter, M. J. (1998): "International Trade and Per Capita Income Convergence: A Difference-in-Differences Analysis", *NBER Working Paper Series*, 6557.
Stanisic, N. (2012): "The Effects of Economic Crisis on the Income Convergence in the European Union", *Acta Oeconomica*, 62(2), 161-182, <http://doi.org/10.1556/AOecon.62.2012.2.2>.
- 3. Stroomer, C. & Giles, D.E.A. (2003): "Income Convergence and Trade Openness: Fuzzy Clustering and Time Series Evidence", *Econometrics Working Paper Series*, 0304.
The World Bank. (2020): *DataBank*. Dostupno na: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=world-development-indicators>.
- Vojinović, B., Acharya, S. & Próchniak, M. (2009): "Convergence Analysis Among the Ten European Transition Economies", *Hitotsubashi Journal of Economics*, 50, 123-141.
- Wood, A. & Ridao-Cano, C. (1999): "Skill, Trade and International Inequality", *Oxford Economic Papers*, 51(1), 89-119, <https://doi.org/10.1093/oep/51.1.89>.
- Zhang, J. (2006): *International Trade, Convergence and Integration*. Eight Meeting of the European Trading Study Group, Vienna.

Sonja Milutinović
Tanja Stanišić

339.56(4-672EU:497-15)“1995/2019”
330.56
DOI: 10.5937/MegRev2203019M
Primljen 19.05.2022.
Odobren 23.07.2022.
Originalni naučni rad

DOES INTERNATIONAL TRADE CONTRIBUTE INCOME CONVERGENCE BETWEEN EUROPEAN UNION AND WESTERN BALKAN STATES?

Abstract: *Income convergence is an issue that has occupied the attention of economists for a long time, especially as the main goal of poorer and less developed countries is to catch up with rich ones. Income convergence is the situation when, due to difference in development level, income gap between less developed and developed countries is decreasing. The faster growth of less developed countries is a consequence of reduced return on capital, which is the basic premise of the neoclassical growth model. The subject of this paper is to test the effect of international trade on income convergence, in the European Union member states and in the Western Balkan states. Regression model was used to test whether international trade affects income convergence. Observed period is from 1995 to 2019. Research results showed that higher volume of international trade leads to income convergence.*

Keywords: *income convergence, economic growth, international trade, European economic integration*

Svetlana Ignjatijević*
Nemanja Pantić**

330.341:32(439:438:437.6:437.3)''1995/2020''
330.342.172
DOI: 10.5937/MegRev2203035I
Primljen 25.08.21.
Odobren 15.11.2021.
Originalni naučni rad

ANALIZA EKONOMSKIH SLOBODA ZEMALJA VIŠEGRADSKJE GRUPE

Sažetak: *Polazeći od činjenice da dostignuti nivo privrednog razvoja u savremenim društvenim uslovima u velikoj meri određuje kvalitet ukupnih društvenih odnosa, logičnim se nameće potreba da se pitanje rasta i razvoja dodatno objasni. Predmet istraživanja u radu je analiza ekonomskih sloboda zemalja Višegradske grupe, kao i Srbije putem inovativnih i konvencijalnih indikatora u periodu od 1995-2020. godine, sa ciljem da kroz analizu podataka prikažemo kako se privreda zemalja iz grupe V4 kretala kroz decenije i šta je to uticalo na poboljšanje ili pak pogoršanje situacije u ovim zemljama.*

Ključne reči: *Višegradska grupa, indeks ekonomskih sloboda*

* Vanredni profesor, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, ceca@fimek.edu.rs

** Docent, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Kragujevcu, nemanja.pantic@kg.ac.rs

1. UVOD

Višegradska grupa je osnovana na samitu predsednika vlada Čehoslovačke, Mađarske i Poljske koji je održan u mađarskom gradu Višegradu 15. februara 1991. godine, kako bi se ostvarila saradnja između ove tri države u procesu približavanja Evropskoj uniji. Višegradska grupa, poznata i kao V4, je udruženje četiri srednjoevropske države: Mađarska, Poljska, Slovačka i Češka, za potrebe daljih evropskih integracija, kao i zbog unapređenja međusobne vojne, ekonomske i energetske saradnje¹. Grupa je jedno vreme bila poznata i kao Višegradski torugao, jer su udruženje na početku činile tri države, sve dok nije došlo do raspada Čehoslovačke 1993. Sve četiri članice Višegradske grupe pristupile su Evropskoj uniji 1. maja 2004. godine. Jedina institucija Višegradske grupe je Međunarodni Višegradski fond, osnovan 1999. godine sa sedištem u Bratislavi. Prema odluci premijera, od 2005. godine fond raspolaže godišnjim budžetom od 3 miliona evra. Ime grupe je inspirisano sastankom vladara ondašnje Češke, Poljske i Mađarske u mađarskom gradu Višegradu 1335. godine, gde je dogovorena uspostava trgovinskih ruta do Beča, u cilju lakšeg pristupa evropskim trgovinskim centrima.

Kada govorimo o pojmovnom odredjenju rasta i razvoja treba istaći to da je u tumačenju složenih relacija privrednog rasta i razvoja u današnjim uslovima privredjivanja, posebno važno zapaziti činjenicu da odgovarajuće promene turbulentnog karaktera, u najširem okruženju u teorijskom smislu nalažu neprekidno korišćenje novih kategorija veličina i postupaka, veličina koje su do skora bile u ekonomskoj nauci ili potpuno nepoznate ili su se na kvalitetno drugačiji način ispoljavale². Potpuno je razumljivo što se u novim pristupima privrednom razvoju na adekvatan način tretira i celokupno područije indikatora kojima se ekonomski rast vrednuje. To adekvatnije tretiranje logično proističe iz šireg i složenijeg poimanja samog pojma razvoja. Stalno treba imati na umu da se u osnovi teorije privrednog rasta i razvoja nalazi istraživanje faktora koji određuju rast najvažnijih makroekonomskih agregata. Svrha rada jeste da se kroz analizu prikaže kako se privreda zemalja iz grupe V4 kretala kroz decenije, šta je to uticalo poboljšanje ili pak pogoršanje situacije u ovim zemljama. Predmet ovog rada je analiza privrednog rasta i razvoja zemalja Višegradske grupe, kao i Srbije putem inovativnih i konvencijalnih makroekonomskih indikatora u poslednjih dvadeset godina³.

Privredni rast predstavlja povećanje obima proizvodnje dobara i usluga u određenom periodu, kao rezultat ulaganja u proizvodne kapacitete i njihovo efikasno korišćenje uz porast produktivnosti. Pridajući veliki značaj razlikama između pojmova privrednog rasta i privrednog razvoja Kindleberger (1983) npr. upoređuje rast i razvoj sa rastom i razvojem čoveka. Tako on privredni rast komparira sa fizičkim rastom čoveka tj. upoređuje ga sa povećanjem njegove težine i visine dok privredni razvoj poistovećuje sa fizičkim napredovanjem koje je istovremeno praćeno kvalitativnim razvojem mnogih njegovih psihofizičkih

¹ Vujanić, I., Dabetić, Đ., Erić, I., & Đokić, M. (2021). Efekat državne finansijske podrške na preživljavanje start-up organizacija u Srbiji. *Oditor – časopis za menadžment, finansije i pravo*, 7(1), 71-100.

² Ristić, K., Marjanović, N., Miličković, M., & Kadić, Z. (2021). Analiza održivosti, dometi i ograničenja ekonomske politike Evropske unije. *Oditor – časopis za menadžment, finansije i pravo*, 6(3), 137-145.

³ Bakić, S. (2021). Banks' position from the aspect of financial indicators analysis. *Oditor – časopis za menadžment, finansije i pravo*, 6(2), 39-61.

performansi, intelektualnih potencijala, a pre svega, sposobnosti njegovog adaptiranja promenljivim uslovima života⁴. U osnovi privredni rast podrazumeva povećanje agregatne ponude i nije apstraktna pojava, već veličina koja je shvaćena u smislu realnog rasta nacionalnog dohotka po glavi stanovnika, a to znaci uvećanje plata, rast životnog standarda, porast akumulacije, i sl⁵. Takođe, može da se izrazi kvantitativno i to pomoću stopa rasta, bruto društvenog proizvoda, nacionalnog dohotka, bruto društvenog proizvoda po glavi stanovnika i dr. Pojam privrednog rasta je uži od pojma privrednog razvoja jer je rast u osnovi komponenta razvoja⁶. Iz definicije privrednog rasta se vidi da njegovo sagledavanje ne vodi računa o osnovama funkcionisanja privrede (dakle, o privredno sistemskim atributima) niti o promenama unutar same strukture privrede. Otuda privredni rast posmatramo kao komponentu privrednog razvoja.⁷

2. INDEKS EKONOMSKIH SLOBODA

U većem delu ljudske istorije, mnogim ljudima je nedostajala ekonomska sloboda, pa su time i osuđeni na siromaštvo i oskudicu⁸. Danas, siromaštvo, neznanje, bolest su glavni faktori u celom svetu, a sve zbog velikih propusta ekonomske slobode. Indeks pokriva „10 sloboda“ – od imovinskih prava na preduzetništvo u 186 zemalja, izražavajući ekonomsku slobodu na skali od 0 do 100 gde veći broj predstavlja viši nivo slobode.

Tabela 1. Kategorije ekonomske slobode Heritejdž fondacije

I. Vladavina zakona	II. Ograničenja vlade
Zaštita imovinskih prava	Fiskalna sloboda
Sloboda od korupcije	Javna potrošnja
III. Efikasnost regulacije	IV. Otvorenost tržišta
Sloboda poslovanja	Sloboda trgovine
Sloboda rada	Sloboda investicija
Monetarna sloboda	Finansijska sloboda

Izvor: Miler i Kim (2015)

⁴ Rapsikevicius, J., Bruneckiene, J., Lukauskas, M., & Mikalonis, S. (2021). The Impact of Economic Freedom on Economic and Environmental Performance: Evidence from European Countries. *Sustainability*, 13(4), 2380-2400.

⁵ Pavlović, N., & Čelić, I. (2020). The analysis of competitive strategies from the perspective of small and medium enterprises. *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 8(1), 101-110.

⁶ Graafland, J.J. (2019). Economic freedom and corporate environmental responsibility: The role of small government and freedom from government regulation. *Journal of cleaner production*, 218, 250-258.

⁷ Rosić, I. (2003). Nacionalna makroekonomia – rast, struktura i funkcionisanje, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment – Beograd, Beograd, 2003.

⁸ Angulo-Guerrero, M.J.; Pérez-Moreno, S., & Abad-Guerrero, I.M. (2017). How economic freedom affects opportunity and necessity entrepreneurship in the OECD countries *Journal of Business Research*, 73, 30-37.

U izveštaju o Indeksu ekonomske slobode iz 2020. godine mogu se pronaći rezultati ekonomske slobode i makroekonomski podaci 186 ekonomija. Izveštaj je vrlo jednostavan za čitanje, poređenje između zemalja koje ističu zašto je bitno imati ekonomsku slobodu.

Tri informativna poglavlja koji istražuju teme od posebnog značaja za današnje političke rasprave, uključujući i štetu anti-konkurentskih regulatornih politika i protekcionizma, kao i pogled u dubini na radu u "sivoj" ekonomiji i novim pristupom u unapređenju usmeravanja efikasnost razvoja programa.

Prvih pet zemalja prema rezultatima ekonomskih sloboda u 2020. godini su: Hong Kong sa 88,6, Singapur sa 87,8, Novi Zeland sa 81,6, Švajcarska sa 81 i Australija sa 80,3 poena. Najlošiji položaj prema ovim rezultatima zauzima Severna Koreja sa samo 2,3 poena.

Tabela 2. Indeks ekonomskih sloboda - Mađarska

Indeks godina	Ukupna oceana	Imovinska prava	Sloboda od korupcije	Fiskalna sloboda	Državna potrošnja	Biznis sloboda	Sloboda rada	Monetarna sloboda	Sloboda trgovine	Sloboda ulaganja	Finansijske slobode
2020	67.2	55	57	80.7	27.3	73.5	64.2	89.8	88	75	70
2019	66.10	45	54	80.2	27.2	71.6	63.9	88.3	87.5	75	70
2018	65.4	50	55	78.6	27.0	72.5	63.4	87.5	87	75	70
2017	65.6	45	53	78.5	26.8	72.4	62.5	89.6	88	75	70
2016	66	45	54	78.7	26.7	70.6	63.8	88.3	88	75	70
2015	66.8	55	54	78.7	25.9	74.5	67.7	79.2	88	75	70
2014	67	60	48.6	81.1	26.8	79.3	65.7	75.6	87.8	75	70
2013	67.3	65	46	79.7	29.7	79.1	64.4	77.1	86.8	75	70
2012	67.1	70	47	78.6	24.4	79.8	67.6	76.1	87.1	70	70
2011	66.6	65	51	69.7	27.4	76.5	67.7	75.9	87.6	75	70
2010	66.1	65	51	68.6	25.9	76.8	67.6	74.1	87.5	75	70
2009	66.8	70	53	70.6	19.2	77.4	68.4	73.8	85.8	80	70
2008	67.6	70	52	70	26.5	74.4	70.3	77.2	86	80	70
2007	64.8	70	50	68.8	26.8	70.2	68.7	76.6	86.6	70	60
2006	65	70	48	68.2	27.1	70.8	69.5	74.3	82.4	70	70
2005	63.5	70	48	67.9	25.6	70	68.2	75.6	70	70	70
2004	62.7	70	49	65.6	20.1	70	N/A	73.7	76	70	70
2003	63	70	53	65.6	22.3	70	N/A	70.6	76	70	70
2002	64.5	70	52	65.5	28	70	N/A	74.7	80	70	70
2001	65.6	70	52	65.7	41.9	70	N/A	73.3	77.8	70	70
2000	64.4	70	50	63.9	39.3	70	N/A	69.6	76.6	70	70
1999	59.6	70	52	62.6	12.8	70	N/A	66.3	63.2	70	70

Indeks godina	Ukupna oceana	Imovinska prava	Sloboda od korupcije	Fiskalna sloboda	Državna potrošnja	Biznis sloboda	Sloboda rada	Monetarna sloboda	Sloboda trgovine	Sloboda ulaganja	Finansijske slobode
1998	56.9	70	49	55.7	2.9	70	N/A	63.8	61	70	70
1997	55.3	70	41	54.4	0	70	N/A	63	59	70	70
1996	56.8	70	50	55.8	0	70	N/A	66.6	59	70	70
1995	55.2	70	50	46.8	0	85	N/A	64.2	61	70	50

Izvor: Index of economic freedom (2020)

Tranzicija Mađarske ka tržišnoj ekonomiji je olakšana modernizacijom trgovine i investicija. Poslovno okruženje je i dalje relativno pogodno za preduzetništvo i preuzimanje rizika. Medjutim zabrinutost zbog pravila je porasla, a budžetski deficit je povećao javni dug i oštetio fiskalnu stabilnost.

Rezultat ekonomskih sloboda za 2016. godinu iznosi 67.2 što na skali predstavlja umereno slobodnu ekonomiju. Sa ovim rezultatom, Mađarska je rangirana na 59. mesto na listi globalnog rangiranja, i 25. mesto među evropskim zemljama.

Tabela 3. Indeks ekonomskih sloboda - Poljska

Indeks godina	Ukupna oceana	Imovinska prava	Sloboda od korupcije	Fiskalna sloboda	Državna potrošnja	Biznis sloboda	Sloboda rada	Monetarna sloboda	Sloboda trgovine	Sloboda ulaganja	Finansijske slobode
2020	70.5	70	65	76.9	47.3	71.6	61.3	88.2	89.9	75	70
2019	70.2	65	63	75.8	46.9	70.3	59	87.9	89.5	75	70
2018	69.8	65	63	74.6	45.9	68.4	56.8	86.4	87	75	70
2017	69.5	65	62	75.0	45.8	68.7	56.2	86.5	88	75	70
2016	69.3	65	61	75.5	46.5	68.7	58	85.2	88	75	70
2015	68.6	60	60	82.1	47.1	67.3	60.4	81.3	88	70	70
2014	67	60	54.8	76.1	43.2	70.1	60.4	77.8	87.8	70	70
2013	66	60	55	76	43	64	62.9	77.7	86.8	65	70
2012	64.2	60	53	74.4	40.3	61.4	61.3	79.1	87.1	65	60
2011	64.1	60	50	74	43.8	61.4	61.2	78.1	87.6	65	60
2010	63.2	55	46	74.9	46.8	62.2	61.5	78.1	87.5	60	60
2009	60.3	50	42	69	42.2	53.7	59.8	80.8	85.8	60	60

Indeks godina	Ukupna oceana	Imovinska prava	Sloboda od korupcije	Fiskalna sloboda	Državna potrošnja	Biznis sloboda	Sloboda rada	Monetarna sloboda	Sloboda trgovine	Sloboda ulaganja	Finansijske slobode
2008	60.3	50	37	68.6	43.5	54.2	61.3	82.3	86	60	60
2007	58.1	50	34	68.6	44.8	55.3	61.4	80.3	86.6	50	50
2006	59.3	50	35	68.7	39.5	56.5	61.2	79.6	82.4	50	70
2005	59.6	50	36	68.3	30.3	70	60	82.3	79.2	50	70
2004	58.7	50	40	64.9	35.1	70	N/A	78.1	70.4	50	70
2003	61.8	70	41	65.6	46.1	70	N/A	73.5	70.2	50	70
2002	65	70	41	65.3	49.6	70	N/A	70.4	78.8	70	70
2001	61.8	70	42	61.3	44.5	70	N/A	70.9	77.6	70	50
2000	60	70	46	58.1	33.7	70	N/A	66.9	74.8	70	50
1999	59.6	70	51	53.2	36	70	N/A	63.6	73	70	50
1998	59.2	70	56	51.6	33.2	70	N/A	59.6	73	70	50
1997	56.8	70	70	49.5	26.8	70	N/A	55.2	49.6	70	50
1996	57.8	70	70	48	32.6	70	N/A	52.4	57	70	50
1995	50.7	50	50	51	9.6	70	N/A	48.7	57	70	50

Izvor: Index of economic freedom (2020)

Prelazak Poljske na slobodno ekonomsko tržište je omogućeno strukturnim reformama i promjenljivim privatnim sektorom. Otvorenost ka globalnoj trgovini, konkurentno opozivanje, i efikasni regulatorni sistem, ohrabрили su dinamičniju baziranost i ekspanziju na stranu ekonomiju

U 2020. godini indeks ekonomskih sloboda za ovu državu iznosi 70,5 što spada među umereno slobodne ekonomije, ali je takodje na samo 0,7 do nivoa uglavnom slobodne ekonomije. Poljska zauzima 16. mesto na regionalnom rangiranju u Evropi.

Tabela 4. Indeks ekonomskih sloboda - Češka

Indeks godina	Ukupna oceana	Imovinska prava	Sloboda od korupcije	Fiskalna sloboda	Državna potrošnja	Biznis sloboda	Sloboda rada	Monetarna sloboda	Sloboda trgovine	Sloboda ulaganja	Finansijske slobode
2020	73.8	75	55	84.2	50.2	67.5	81.5	88.6	88.9	80	80
2019	72.5	70	53	83.5	50.6	67.2	78.9	88.1	88.5	80	80
2018	73.1	70	51	83.2	49.5	66.4	76.5	85.2	87	80	80

Indeks godina	Ukupna oceana	Imovinska prava	Sloboda od korupcije	Fiskalna sloboda	Državna potrošnja	Biznis sloboda	Sloboda rada	Monetarna sloboda	Sloboda trgovine	Sloboda ulaganja	Finansijske slobode
2017	73.4	75	52	82.6	50.2	65.4	77.2	85.4	88	80	80
2016	73.2	75	51	82.5	47.3	66.6	77.7	84.1	88	80	80
2015	72.5	75	48	81.5	40.6	68.2	82.9	81.2	88	80	80
2014	72.2	70	45.3	81.7	43.8	70.1	84	79.4	87.8	80	80
2013	70.9	70	44	82	43.5	65.8	85.5	81.7	86.8	70	80
2012	69.9	70	46	82	36.8	67.7	77.9	81.5	87.1	70	80
2011	70.4	65	49	81	44.8	69.8	77	80	87.6	70	80
2010	69.8	65	52	80.1	45.6	65.5	76.4	75.6	87.5	70	80
2009	69.4	70	52	80.2	43	65.1	67.8	79.7	85.8	70	80
2008	68.1	70	48	71.3	45.6	64.2	66.1	80.3	86	70	80
2007	67.4	70	43	69.9	47.1	61.1	59.7	86.3	86.6	70	80
2006	66.4	70	42	68.8	36.8	57.8	60.3	85.9	82.4	70	90
2005	64.6	70	39	68.2	15.1	70	57.7	88.9	76.8	70	90
2004	67	70	37	67	40.9	70	N/A	84.6	73.4	70	90
2003	67.5	70	39	67.2	45.6	70	N/A	81.9	73.6	70	90
2002	66.5	70	43	66.8	33.7	70	N/A	82.2	73	70	90
2001	70.2	70	46	67.5	49.6	85	N/A	81.2	72.8	70	90
2000	68.6	70	48	58.1	49.6	85	N/A	75	72	70	90
1999	69.7	70	52	59.2	44.8	85	N/A	76.4	79.8	70	90
1998	68.4	70	54	54.7	39.3	85	N/A	75.9	77.4	70	90
1997	68.8	70	50	53.7	35.4	100	N/A	74.4	76	70	90
1996	68.1	70	50	47.5	38.2	100	N/A	72.5	75	70	90
1995	67.8	70	50	46.7	38.2	100	N/A	69.2	76	70	90

Izvor: *Index of economic freedom (2020)*

Tranzicija Česke ekonomije ka većoj otvorenosti i fleksibilnosti olakšana je decenijom rekonstrukcije i liberalizacije. Politika otvorenog tržišta održava globalnu trgovinu i investicione tokove i omogućava ekonomiji da iskoristi regulatornu efikasnost koja je postignuta kroz prethodne reforme. Niske poreske stope ohrabruju razvoj nestabilnog privatnog sektora. Rezultati ekonomskih sloboda za 2020. godinu od 73,8, pokazuju da je ova zemlja na najboljem položaju u Višegradskoj grupi zemalja i spada u uglavnom slobodne ekonomije. Ova zemlja je na globalnom nivou rangirana na 20. mesto, dok na regionalnom nivou zauzima 9. mesto.

Tabela 5. Indeks ekonomskih sloboda - Slovačka

Indeks godina	Ukupna oceana	Imovinska prava	Sloboda od korupcije	Fiskalna sloboda	Državna potrošnja	Biznis sloboda	Sloboda rada	Monetarna sloboda	Sloboda trgovine	Sloboda ulaganja	Finansijske slobode
2020	67.5	50	47	82.8	49.7	69.1	56.7	81.4	88.6	75	70
2019	67.3	50	48	81.5	49.5	68.7	55.9	80.6	87.9	80	70
2018	66.9	50	46	81.3	48.2	67.5	53.6	80.1	86.5	80	70
2017	66.5	50	50	80.2	48.6	68.2	54	80.2	88	75	70
2016	66.6	50	50	80.1	49.5	68.4	55	79.5	88	75	70
2015	67.2	50	47	80.8	55.1	69.6	56.5	75.5	88	80	70
2014	66.4	50	41.8	80.2	56	67	53.6	78.1	87.8	80	70
2013	68.7	50	40	84.7	58	71	72.2	79.1	86.8	75	70
2012	67	50	43	84.2	48.2	71	58.1	83.5	87.1	75	70
2011	69.5	50	45	84.2	63.7	73.4	64.5	81.6	87.6	75	70
2010	69.7	55	50	84	64.5	72.6	65.1	78.2	87.5	70	70
2009	69.4	50	49	84.1	57.4	73.4	75.3	78.7	85.8	70	70
2008	70	50	47	89.4	53.9	69.5	77.1	76.9	86	70	80
2007	69.6	50	43	89.5	53.7	70.7	76.1	76.6	86.6	70	80
2006	69.8	50	40	89.5	52.5	69.3	76.7	77.8	82.4	70	90
2005	66.8	50	37	81.9	42.4	70	75.7	78	72.8	70	90
2004	64.6	50	37	68.5	42.4	70	N/A	80.8	72.8	70	90
2003	59	50	37	67.5	22.3	70	N/A	71.3	72.8	70	70
2002	59.8	50	35	61.1	33.7	70	N/A	68.8	79.8	70	70
2001	58.5	50	37	59.3	39.3	70	N/A	70.8	80.2	70	50
2000	53.8	50	39	54.8	25	70	N/A	73.9	71.2	50	50
1999	54.2	50	50	53	17.6	70	N/A	74	73	50	50
1998	57.5	50	50	66.4	35.4	70	N/A	72.7	73	50	50
1997	55.5	50	50	66.4	22	70	N/A	68.1	73	50	50
1996	57.6	50	50	66.4	22	70	N/A	65.1	75	70	50
1995	60.4	70	50	57.7	22.3	85	N/A	63.3	75	70	50

Izvor: Index of economic freedom (2020)

Pametan regulatorni okvir za finansijski sektor kombinovan sa konkurentskim posrednim stopama su podstakli Slovačku tranziciju na fleksibilnu tržišnu ekonomiju sa značajnom otpornošću. Otvoenost za stranu trgovinu i investicije su predstavili zemlju kao jednu od najatraktivnijih destinacija za strane direktne investicije u Evropi. Afirmisana imovinska prava i monetarna stabilnost su takođe doprineli slovačkoj ekonomskoj snazi.

Prema rezultatima za 2016. godinu Slovačka je postigla 67.5 poena na skali ekonomske slobode i sa tim rezultatom spade u umereno slobodne ekonomije. Na globalnom nivou, ova zemlja zauzima 52. mesto, dok na regionalnom nivou zauzima 20 mesto.

Tabela 6. Indeks ekonomskih sloboda - Srbija

Indeks godina	Ukupna oceana	Imovinska prava	Sloboda od korupcije	Fiskalna sloboda	Državna potrošnja	Biznis sloboda	Sloboda rada	Monetarna sloboda	Sloboda trgovine	Sloboda ulaganja	Finansijske slobode
2020	65.8	55	44	86.9	47.2	65.2	72.4	80.5	81.6	75	55
2019	64.9	55	43	85.4	46.9	64.5	71.5	79.9	80.4	75	55
2018	63.8	50	43	84.9	45.7	63.5	70.8	79.2	80.1	70	55
2017	63.5	50	41	84.5	45.8	63.2	70.2	78.6	78.2	70	55
2016	62.1	50	41	84.3	44.1	60.2	66.2	77.5	77.8	70	50
2015	60	45	42	82.4	27.1	57.8	70.4	72.2	78.2	75	50
2014	59.4	40	34	83.1	38.6	59.3	70.1	66.9	77	75	50
2013	58.6	40	33	84.2	40.3	60.2	70.4	65.3	77.9	65	50
2012	58	40	35	84.1	39.3	56.5	68.7	68	77.9	60	50
2011	58	40	35	83.6	41.9	59	68.9	66	75.2	60	50
2010	56.9	40	34	83.2	41.4	58.9	72.2	64.5	75.2	50	50
2009	56.6	40	34	85.9	46.3	56	70	65.8	78	40	50

Izvor: Index of economic freedom (2020)

Srbija je preuzela značajne institucionalne i političke reforme. Kompetitivno niska poreska stopa, i relativna otvorenost ka globalnoj trgovini olakšali su ulazak na ekonomsko tržište. Uvedeni su zakoni o radu koji su nastoje da poboljšaju regulatornu efikasnost. Srbija za tekuću godinu, dobija 65,8 poen, što je stavlja na 71. mesto na globalnom nivou, i 29. mesto u Evropi.

3. ZAKLJUČAK

Na osnovu celokupne analize može se zaključiti da privredni rast i razvoj jedne zemlje predstavljaju proces u kom se ta zemlja postepeno oslobađa ekonomske nerazvijenosti i siromaštva, i sve više teži ka višim razvojnim nivoima. Na razvoj jedne privrde utiču mnogi faktori, kako iz same privrede tako i iz ostalih aspekata društva.

Od 2004. godine kada je grupa V4 pristupila EU, kao dosta slaba privreda, uočljiva su značajna poboljšanja. Uticaj članstva EU odrazio se na poboljšanje BDP-a ove grupe za dodatnih 1% godisnje, među kojima se Slovačka i Poljska izdvajaju kao zemlje koje su više nego udvostručile taj indikator. S druge strane, kada je Srbija u pitanju jedan od problema

jeste makroekonomska nestabilnost, konstantan rast javnog duga i nezaposlenost. Da bi jedna ekonomija mogla da raste potrebno je povećanje produktivnosti i broja zaposlenih, a za povećanje zaposlenosti potrebna su značajnija ulaganja koja Srbiji manjkaju. Od pet zemalja koje su obrađene u ovoj radu, Češka je jedina zemlja kojoj ukupna nezaposlenost ne prelazi 10%. Jasno je, da je kriza iz 2008. godine, ostavila posledice na sve oblasti realne ekonomije, što se jasno vidi po rezultatima u 2009. godni, ali i sve do danas.

To koliko je neka država uspešna govori uspešnost njene privrede i poslovanje njenih preduzeća. Zbog svakodnevnih izazova i problema koji se javljaju, vrlo je bitno postaviti pitanja poput toga, da li, kako, kada i šta treba da se menja. Ne postoji univerzalno rešenje, kao što ne postoje ni dve identične države, ili preduzeća, ali problemi i rešenja sa kojima se suočavaju druge privrede mogu da se iskoriste kako bi se postavilo što bolje rešenje. Maksimalna iskorištenost najboljeg što nudi jedna zemlja, prilagođavanju stalnim promenama sa kojima se svakodnevno suočavamo može da bude veliki plus u poboljšanju privrede jedne zemlje.

LITERATURA

- Angulo-Guerrero, M.J.; Pérez-Moreno, S., & Abad-Guerrero, I.M. (2017). How economic freedom affects opportunity and necessity entrepreneurship in the OECD countries *Journal of Business Research*, 73, 30–37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.11.017>
- Bakić, S. (2021). Banks' position from the aspect of financial indicators analysis. *Oditor – časopis za menadžment, finansije i pravo*, 6(2), 39-61. <https://doi.org/10.5937/Oditor2002039B>
- Graafland, J.J. (2019). Economic freedom and corporate environmental responsibility: The role of small government and freedom from government regulation. *Journal of cleaner production*, 218, 250–258.
- Index of economic freedom (2020). *Index of Economic Freedom. Heritage Foundation And Wall Street Journal*. Preuzeto sa: <http://www.heritage.org/index/about>
- Index of economic freedom (2020). *Index of Economic Freedom, Hungary. Heritage Foundation And Wall Street Journal*. Dostupno na <https://www.heritage.org/index/country/hungary>
- Index of economic freedom (2020). *Index of Economic Freedom, Poland. Heritage Foundation And Wall Street Journal*. Dostupno na: <http://www.heritage.org/index/country/poland>
- Index of economic freedom (2020). *Index of Economic Freedom, Czech Republic. Heritage Foundation And Wall Street Journal*. Dostupno na: <http://www.heritage.org/index/country/czechrepublic>
- Index of economic freedom (2020). *Index of Economic Freedom, Slovakia. Heritage Foundation And Wall Street Journal*. Dostupno na: <http://www.heritage.org/index/country/slovakia>
- Index of economic freedom (2020). *Index of Economic Freedom, Serbia. Heritage Foundation And Wall Street Journal*. Dostupno na: <http://www.heritage.org/index/country/serbia>
- Kindlberger, C.H. (1983). *Economic Development*, 4. ed., McGraw – Hill.

- Kim, A., & Miller, T. (2015). *Index of economic freedom*. Heritage Foundation And Wall Street Journal.
- Pavlović, N., & Čelić, I. (2020). The analysis of competitive strategies from the perspective of small and medium enterprises. *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 8(1), 101-110. <https://doi.org/10.5937/menhottur2001101P>
- Rapsikevicius, J., Bruneckiene, J., Lukauskas, M., & Mikalonis, S. (2021). The Impact of Economic Freedom on Economic and Environmental Performance: Evidence from European Countries. *Sustainability*, 13(4), 2380-2400. <https://doi.org/10.3390/su13042380>
- Ristić, K., Marjanović, N., Miličković, M., & Kadić, Z. (2021). Analiza održivosti, dometi i ograničenja ekonomske politike Evropske unije. *Oditor – časopis za menadžment, finansije i pravo*, 6(3), 137-145. <https://doi.org/10.5937/Oditor2003137R>
- Rosić, I. (2003). *Nacionalna makroekonomia – rast, struktura i funkcionisanje*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment – Beograd, Beograd, 2003.
- Vujanić, I., Dabetić, Đ., Erić, I., & Đokić, M. (2021). Efekat državne finansijske podrške na preživljavanje start-up organizacija u Srbiji. *Oditor – časopis za menadžment, finansije i pravo*, 7(1), 71-100. <https://doi.org/10.5937/Oditor2101071V>
- Zemlje Višegradske grupe – uticaj članstva EU. Preuzeto sa: https://www.erstebank.hr/content/dam/hr/ebc/www_erstebank_hr/misc/press/2014/2014_04_24_Visegrad_infografika.pdf

Svetlana Ignjatijević
Nemanja Pantić

330.341:32(439:438:437.6:437.3)“1995/2020”
330.342.172
DOI: 10.5937/MegRev2203035I
Primljen 25.08.21.
Odobren 15.11.2021.
Originalni naučni rad

ANALYSIS OF ECONOMIC FREEDOM OF THE VISEGRAD GROUP COUNTRIES

Abstract: *Starting from the fact that the achieved level of economic development in modern social conditions largely determines the quality of overall social relations, the need to further explain the issue of growth and development is logical. The subject of this paper research is the analysis of economic freedom of the Visegrad Group countries, as well as Serbia through innovative and conventional indicators in the period 1995-2020. with the aim of analyzing the data to show how the economies of the countries from group V4 have moved over the decades and what has influenced the improvement or deterioration of the situation in these countries.*

Keywords: *Visegrad Group, Index of Economic Freedom*

STRATEGIJSKO POSMATRANJE RADA INTERNE REVIZIJE KAO DEO UPRAVLJAČKE PODRŠKE U SAVREMENIM NAČINIMA POSLOVANJA U REPUBLICI SRBIJI

Sažetak: *Strategijsko posmatranje interne revizije u realnim uslovima poslovanja heterogenih pravnih lica u tranzicionim ekonomijama poput Republike Srbije omogućava top menadžmentu da unapredi pre svega upravljačku poziciju u preduzeću. Osim iznetog, ovakav pristup internoj reviziji omogućava donošenje sigurnih poslovnih odluka od strane top menadžmenta, doprinosi poboljšanju poslovnog odlučivanja i doprinosi donošenju poslovnih odluka koje su ekonomične, efikasne i celishodne. Generalno posmatrano strategijsko poslovno odlučivanje treba posmatrati u sklopu uvođenja internih kontrolnih faktora, gde svakako interna revizija ima veliki značaj. Posmatranje interne revizije treba da bude takvo da se njen rad može nesmetano obaviti u skladu sa organizacionom nezavisnošću. Takav pristup podrazumeva da je interna revizija organizovana kao nezavisna funkcija u preduzećima koje su je implementirale, kao i to da je ona organizovana kao nezavisna funkcija i ista nije deo ni jednog poslovnog procesa, odnosno organizacionog dela u preduzeću, a u svom je radu neposredno odgovorna rukovodiocu koji je zadužen za poslovanje interne revizije. Takav pristup je u osnovi savremen pristup koji ima elemente sigurnog pristupa, strategijske baze koja je naročito bitna za donošenje validnih revizijskih nalaza i preporuka, a koje se sve donose u smislu povećanja sigurnosti donošenja validne poslovne odluke top menadžmenta. Nov odnosno strategijski princip organizacije interne revizije predstavlja jedinstven način poslovanja u sklopu ukupnih društveno-ekonomskih promena koje mogu zadesti pre svega tranzicione ekonomije poput Republike Srbije.*

Ključne reči: *interna revizija, strategijske faze imeplementacije interne revizije, odluka top menadžmenta.*

* Dr, Fakultet za poslovne studije, Megatrend Univerzitet, Beograd, aveselinovic777@gmail.com

1. UVOD

Strategijsko posmatranje uvedene interne revizije u preduzeću treba da bude osnova za validno poslovno odlučivanje top menadžmenta u veoma velikom broju heterogenih pravnih subjekata koji deluju na tržištu. Osnova za donošenje strategijskih odluka interne revizije proizilazi iz činjenice da je ista i osnovana u preduzeću, kao i to da ona suštinski doprinosi radu preduzeća.

Strategijsko posmatranje interne revizije treba da bude takvo da se ona posmatra kao funkcija u preduzeću koja vrši nezavisnu, stručnu i sistematsku procenu sistema finansijskog upravljanja i kontrole. Takav princip posmatranja rada interne revizije podrazumeva revidiranje svih funkcija i procesa poslovanja i uspostavljenih kontrola u svim delovima preduzeća, u svim organizacionim delovima preduzeća, odnosno tako uvedena funkcionalna interna revizija predstavlja funkcionalni mehanizam pomoću koga se može unaprediti ukupno poslovanje u preduzeću.

Strategijsko posmatranje rada interne revizije treba da uvaži: realno planiranje poslova interne revizije, posmatranje svih segmenata organizacije u preduzeću, postojanje neophodnih sredstava za rad interne revizije, postojanje obaveznosti redovnog izveštavanju top menadžmenta, kao i davanju predloga top menadžmentu za sprovođenje aktivnosti koje treba sprovesti tek nakon usvojenog izveštaja o radu internog revizora.

U ovom radu autori su posebnu pažnju posvetili analizi strateškog planiranja i odlučivanja u vezi implementacije interne revizije u realnom poslovanju i realnom funkcionisanju velikog broja heterogenih preduzeća u tranzicionoj ekonomiji. Osim toga, autori ističu da strategijski pristup internoj reviziji podrazumeva donošenje strategijskih odluka koje će se primeniti u svim fazama realne implementacije interne revizije i to u svim delovima preduzeća. Strategijsko posmatranje interne revizije treba kontinuirano posmatrati kao poslovanje interne revizije koja za potrebe top menadžmenta radi poverene zadatke revizije, a sve to je moguće tek nakon dobijanja ovlašćenja internog revizora od strane top menadžmenta. Osim toga, interni revizori imaju obavezu da o svom radu sačine predlog plana rada interne revizije, da ga daju top menadžmentu na usvajanje i tek nakon dobijanja saglasnosti na njegovu primenu pristupe sprovođenju usvojenog plana rada internog revizora.

Interni revizor deluje u preduzeću kao nezavisni organ i on celokupnim svojim profesionalnim angažovanjem treba da doprinese povećanju sigurnosti poslovanja i rada celokupnog preduzeća. Strategijsko donošenje odluka u vezi rada interne revizije prema tome predstavlja osnov uspešnog funkcionisanja preduzeća u budućnosti¹.

Strategijsko planiranje u funkcionisanju interne revizije treba da bude sačinjeno uz puno uvažavanje profesionalne etike kao i to da bude urađeno u skladu sa kodeksom profesionalne odgovornosti uz uvažavanje osnovnih parametara:

- Strategijsko i operativno planiranje interne reviziju za koju je dobio ovlašćenje top menadžmenta,
- Određivanje fokusa aktivnosti u vršenju posla internog revizora,

¹ Baltezarević, R., Baltezarević, V. (2022): *The influence of digital political communication supported by neuromarketing methods on consumer perception towards a tourist destination*, Megatrend revija - Megatrend review, Vol. 19, No 2, 2022: 13-34.

Strategijsko i operativno planiranje iznosa troškova interne revizije po konkretnom poslu interne revizije,

- Strategijsko i operativno planiranje ukupnih i pojedinačnih rizika u vršenju posla interne revizije,
- Strategijsko i operativno planiranje određivanja značaja rizika po konkretno obavljenu internu reviziju koja je sačinjena po nalogu top menadžmenta preduzeća,
- Strategijsko i operativno planiranje svih elemenata koji su od važnosti za sprovođenje interne revizije a što je obuhvaćeno u vidu izveštaja o radu internog revizora,
- Strategijsko i operativno planiranje treba da usvoji pozitivan pristup radu internog revizora,
- Strategijsko i operativno planiranje treba da redovno izveštava top menadžment o nastalim promenama u preduzeću, treba da dostavlja redovne izveštaje o svakoj pojedinačnoj internoj reviziji koju je uradio interni revizor po nalogu top menadžmenta,
- Strategijsko i operativno planiranje treba da obezbedi neophodne uslove da se u preduzeću usvoje preporuke koje je ustanovio interni revizor u svom radu na konkretno urađenoj internoj reviziji u preduzeću².

Strategijsko i operativno planiranje interne revizije treba posmatrati kao proces koji se obavlja kontinuirano u veoma heterogenim preduzećima. Ove aktivnosti suštinski podrazumevaju i samu aktivnost koju treba da preduzme interni revizor a koja se odnosi na to da on treba da dostavi validno obaveštenje u svim delovima preduzeću da će izvršiti rad na poslovima interne revizije u preduzeću u određenom roku koji je naznačen na samom obaveštenju koje je po svojoj prirodi javni dokument u preduzeću.

Obaveštenje o tome gde će i kada biti rađena interna revizija je od strateške važnosti za nesmetano funkcionisanje poslova koji se odvijaju u toku rada internog revizora. Često se ove aktivnosti mogu posmatrati i kao prva faza, odnosno faza pripreme interne revizije koja se odvija u preduzeću u određenom vremenu koje je naznačeno u obaveštenju o radu internog revizora u preduzeću.

Interni revizor u okviru ove faze treba da izvrši i preliminarni pregled bitnih dokumenata unutar svih delova preduzeća, kako bi imao mogućnost da se pripremi za održavanje prvog radnog sastanka sa predstavnicima top menadžmenta u preduzeću. U okviru trajanja prvog sastanka između pomenutih subjekata potrebno je da se obelodani da će se interna revizija obaviti u naznačenom prostoru preduzeća.

Strategijsko i operativno planiranje prema tome ima za cilj da omogući vršenje opisanog toka interne revizije u preduzećima. Na taj način interni revizor ima mogućnost da stekne validno revizorsko uverenje i može na taj način da sačini validan izveštaj o izvršenoj internoj reviziji.

Autori ističu da strategijsko i operativno planiranje interne revizije treba da bude tako osmišljeno da se nakon urađene interne revizije i stečenog validnog revizorskog mišljenja u samom izveštaju o urađenoj internoj reviziji daju osnovne preporuke top menadžmentu u kojima će se na jasan način izložiti uočene nepravilnosti i propusti u radu preduzeća, odnosno da nakon čitanja istih top menadžment može početi da donosi odluke pomoću kojih će moći da ispravlja poslovanje preduzeća.

² Cantino, V. (2009): *Korporativno upravljanje, merenje performansi i normativna usaglašenost sistema internih kontrola*, Beograd, Data Status.

Strategijsko i operativno planiranje koje radi interni revizor u okviru prve faze obuhvata sledeće poslove koje treba da u poslovnom odlučivanju uvaži top menadžment³:

- Da se kontinuirano vrši usklađivanje ciljeva interne revizije sa opštim ciljem poslovanja preduzeća.
- Da se kontinuirano i na efikasan način vrši usklađivanje obima interne revizije i očekivanog ukupnog rizika po poslovanje preduzeća.
- Da se kontinuirano i na efikasan način vrši usklađivanje ciljnih datuma poput završetka svake etape interne revizije.
- Da se kontinuirano i na efikasan način vrši usklađivanje poslova internog revizora koji će raditi na konkretnoj internoj reviziji.
- Da se kontinuirano i na efikasan način odredi ko će biti zadužen za nadgledanje obavljenog posla interne revizije i
- Da se kontinuirano i na efikasan način vrši ocena kvaliteta obavljenog posla internog revizora.

Strategijsko i operativno planiranje koje sprovodi interni revizor u preduzeću treba da uzme u obzir i procenu rizika kako bi se moglo evidentirati koja su mesta u preduzeću kritična i koja imaju veći rizik po poslovanje preduzeća. Osim toga strategijsko i operativno planiranje koje radi interni revizor, treba da obuhvati planiranu frekvenciju aktivnosti što podrazumeva koliko često će biti rađeni poslovi interne revizije, u kojim delovima preduzeća, koje su osnovne kontrolne oblasti koje će uraditi interni revizor i drugo.

Tako posmatrano ukupno upravljanje u preduzećima⁴ suštinski obuhvata celokupno posmatranje rada internog revizora i to u okviru njegovih godišnjih aktivnosti, srednjoročnih i dugoročnih aktivnosti, a koje je odobrio top menadžment preduzeća.

2. STRATEGIJSKO PRIPREMANJE AKTIVNOSTI NA RADU INTERNE REVIZIJE U PREDUZEĆIMA

Strategijsko i operativno planiranje koje sprovodi interni revizor u preduzeću treba u okviru same pripreme interne revizije je jedan od ključnih aktivnosti koje se sprovode u fazi pripreme za obavljanje konkretnog posla internog revizora koji radi na određenoj internoj reviziji u samom preduzeću.

Takve aktivnosti u okviru priprema za obavljanje konkretnog posla interne revizije u preduzeću može da se prikaže u vidu prikaza slike 1.

Sprovođenje poslova koje interni revizor obavlja po nalogu top menadžmeta treba da bude usklađen sa osnovnim ciljevima, odnosno sa strategijskim i operativnim planovima za obavljanje poslova interne revizije.

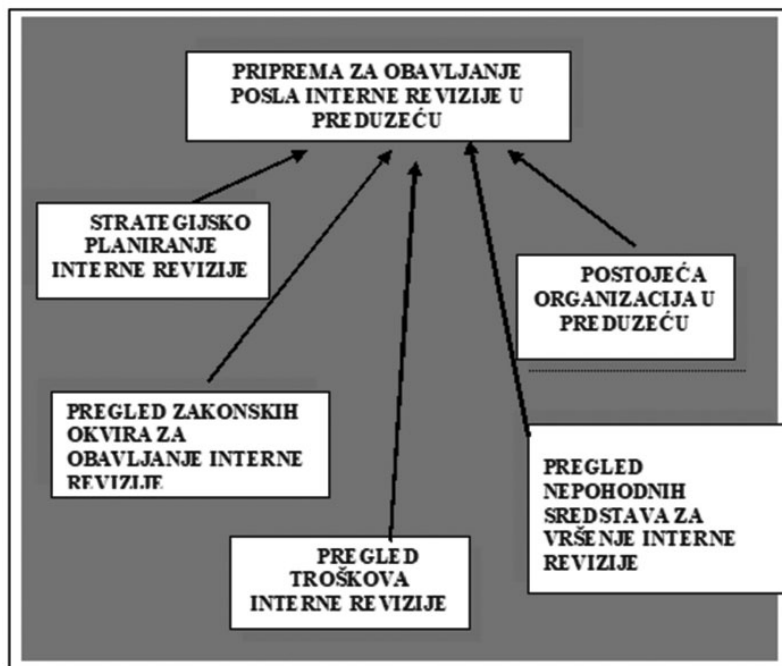
U nastavku dat je šematski prikaz mogućeg posmatranja postavke interne revizije u preduzećima tranzicionih zemalja. Takvo posmatranje često se naziva i posmatranje „toka interne revizije“ u preduzeću, a sam prikaz dat je u vidu šematskog prikaza na slici 2.

³ Damodaran, A. (2007): *Korporativne finansije: teorija i praksa*, Podgorica, Modus.

⁴ Williams, C. (2010): *Principi menadžmenta*, Data Status, Beograd.

Slika 1: Pripremne aktivnosti na poslovima interne revizije u preduzeću.

Izvor: Autori (2022).



Slika 2: Prikaz toka obavljanja poslova interne revizije u preduzeću.

Izvor: Autori (2022).



Ovakvo posmatranje toka interne revizije koja se sprovodi u redovnim aktivnostima preduzeća, a po nalogu top menadžmenta treba da se posmatraju kao pomoć interne revizije u donošenju veoma različitih upravljačkih odluka u redovnom poslovanju veoma različitih ekonomija^{5,6,7}.

⁵ Lončar, M. (2020): *Značaj koncepta „azijskih vrednosti“ za savremene političke sisteme istočne i jugoistočne Azije*, Megatrend revija - Megatrend review, Vol. 17, No 2, 2020: 65-78.

⁶ Kabok, J., Radišić, S., Lendak-Kabok, K. (2020): *Application and development of financial management and control exemplified by the provincial secretariat for higher education and scientific research*, Megatrend revija - Megatrend review, Vol. 17, No 2, 2020: 125-142.

⁷ Novaković, S., Vukasović, D., Laban, B., Ivić, M., Popović, V. & Popović S. (2018): *Managing agricultural company by using internal control and significance of risk presentation*, Economics of Agriculture, 2, 801-812.

3. AKTIVNOSTI INTERNE REVIZIJE U POSLOVANJU PREDUZEĆIMA

Aktivnost rada i vršenja posla interne revizije u preduzećima započinju sa vršenjem poslova na pripremi interne revizije, potom na sprovođenju praktičnog delovanja interne revizije u preduzećima i na kraju se rezultati rada interne revizije ogledaju u prezentaciji izveštaja o obavljenoj konkretnoj internoj reviziji u preduzeću.

Pripremna faza interne revizije suštinski nastaje na taj način što interni revizori obavljaju planirane preliminarne razgovore sa top menadžmentom i rukovodiocima koji su nadležni za pojedine delove odnosno sektore i odeljenja u okviru preduzeća.

Zadaci koji tom prilikom treba da se ostvare, često mogu biti grupisani u okviru okvira grupe poslova koje su u fokusu rada interne revizije kako bi se:

- Odredili ciljevi u sprovođenju i ostvarivanju konkretne interne revizije u preduzeću.
- Usklađivanje rada i planiranja poslova interne revizije sa dobijenim ovlašćenjem od top menadžmenta.
- Otkloniti vidljive rizike, kao i one koji su očekivani na osnovu iskustva u radu prethodnih internih revizija koje su urađene u preduzeću.
- Kontinuirano raditi na praćenju bitnih rizika po poslovanje preduzeća.
- Kontinuirano raditi na praćenju zaključaka koje su dali interni revizori u izveštajima o obavljenim internim revizijama u preduzeću.
- Kontinuirano raditi na sticanju opštih stavova po pitanju obavljanja poslova, odgovornosti i izveštavanja svih zaposlenih radnika i rukovodstva u preduzeću.
- Uticati na poboljšanje sigurnosti i kvaliteta stečenog revizorskog uverenja podizanjem tehnoloških uslova u preduzeću koji mogu pomoći u radu interne revizije u preduzeću.
- Analizirati uočene potencijalne probleme koji mogu uticati na sticanje revizorskog uverenja.
- Kontinuirano vršiti usaglašavanje obima vršenja interne revizije u preduzeću sa troškovima koji mogu nastati u radu interne revizije.

Osim pobrojanih aktivnosti u radu interne revizije u preduzećima mogu se uočiti i sledeće aktivnosti koje su povezane sa poslovima analiza koje se sprovode u preduzećima⁸ i koje su od značaja za poslovanje preduzeća⁹, ali i za sigurno vršenje poslova interne revizije, i to:

- Aktivnosti na usaglašavanju ciljeva interne kontrola sa planom konkretne interne revizije u preduzeću.
- Aktivnosti u vezi trajanja konkretne interne revizije koja se vrši u preduzeću.
- Aktivnosti u vezi usaglašavanja okvirnog plana datuma završetka konkretne interne revizije koja se obavlja u preduzeću.
- Aktivnosti na izveštavanju uočenih nepravilnosti u radu preduzeća koje su vidljive u izveštaju interne revizije u preduzeću, a što se dostavlja top menadžmentu.

⁸ Lee, J. (2019): *Regional heterogeneity among non-operating earnings quality, stock returns, and firm value in biotech industry*. *Agric. Econ. – Czech*, 65: 10-20.

⁹ Liakopoulou, I. (2020): *Crowdfunding platforms in us and eu: empirical analysis of social capital*, *Megatrend revija - Megatrend review*, Vol. 17, No 2, 2020: 31-44.

- Aktivnosti na tipizaciji strukture izveštaja internog revizora koji se dostavlja top menadžmentu.
 - Aktivnosti na tipizaciji struktura nacrtu izveštaja pojedinačne interne revizije koja se dostavlja top menadžmentu preduzeća.
 - Aktivnosti na tipizaciji struktura konačnog izveštaja o obavljenoj konkretnoj internoj reviziji u preduzeću.
- Aktivnosti na donošenju opšte strategije upravljanja rizicima u poslovanju preduzeća gde sve veću ulogu može imati usvajanje stavova top menadžmenta na bazi dobijenog izveštaja internog revizora o obavljenoj internoj reviziji u preduzeću.

4. ZNAČAJ USPOSTAVLJANJA INTERNE REVIZIJE U OKVIRU FUNKCIONISANJA JAVNOG SEKTORA

Značaj uspostavljanja interne finansijske kontrole, interne kontrole u preduzećima koja su po svojoj suštini javna preduzeća, odnosno koja posluju u okviru javnog sektora predstavlja jedan celovit pristup.

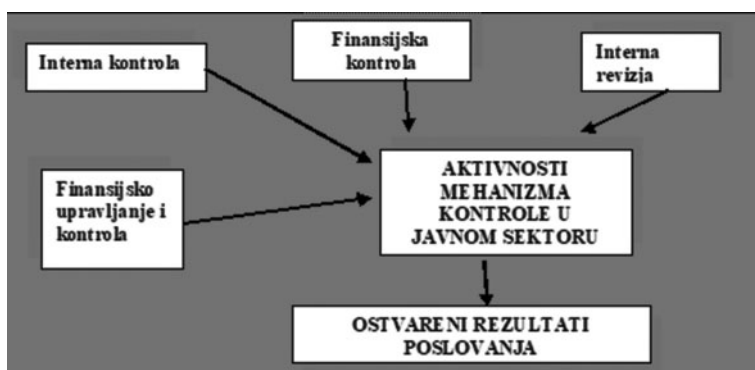
Takvo posmatranje pretpostavlja da se od strane top menadžmenta i internih revizora vrši kontinuirana kombinacija instrumenata za efikasno, efektivno i racionalno upravljanje javnim sredstvima u državi. Suštinski takav pristup pretpostavlja da se vrši kombinacija sigurnosnih mehanizama u postupku donošenja uverenja internog revizora o sprovedenoj konkretnoj internoj reviziji.

To ima za pretpostavku da top menadžment ima velika očekivanja od zaposlenih koji obavljaju poslove interne revizije, jer on želi da dobije pravi (nefraziran) izveštaj u određenoj internoj reviziji u preduzeću, koji će mu poslužiti za donošenje strateških odluka u vezi upravljanja preduzećem u narednom periodu¹⁰.

Prikaz pozicije interno kontrolnih mehanizama u javnom sektoru autori su dali u vidu šematskog prikaza na slici 3.

Transformacija koja može nastati primenom poslovanja javnog sektora koje u velikoj meri primenjuje realno funkcionisanje interno kontrolnih mehanizama u javnom sektoru može biti očigledna i trajna.

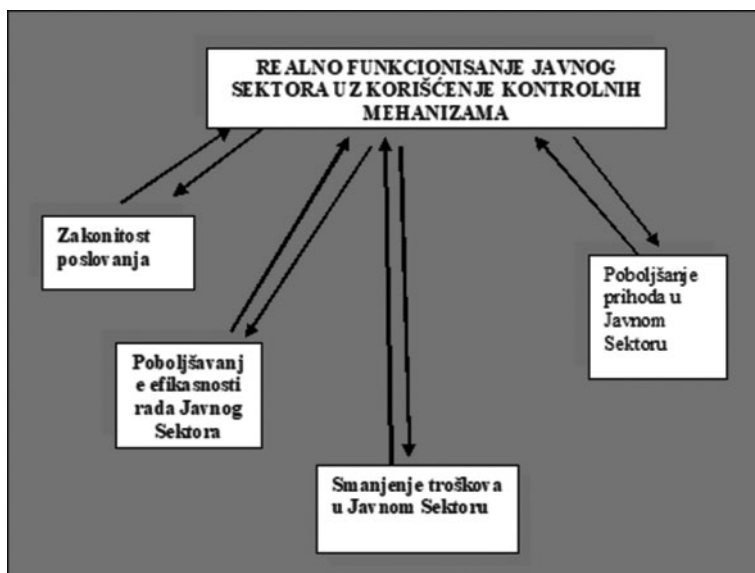
Za funkcionisanje tako organizovanog javnog sektora preduslov je postojanje



Slika 3: Prikaz uspostavljanja kontrole u javnom sektoru u javnim preduzećima Republike Srbije.

Izvor: Autori (2022).

¹⁰ Mijić, R., Popović, S. (2016): *Finansijsko Računovodstvo*, Banja Luka: City print.



Slika 4: Prikaz uspostavljanja mehanizma kontrole sa ciljem realnog funkcionisanja u javnom sektoru u Republici Srbiji.

Izvor: Autori (2022).

jasne odgovornosti svih zaposlenih u javnom sektoru, ali i rukovodećeg kadra koji upravlja javnim sredstvima građana¹¹.

Povećanje ukupne odgovornosti svih zaposlenih u javnom sektoru, ali i top menadžmenta koji upravlja javnim sredstvima treba da se zasniva na usvojenim stratežskim odlukama najviših državnih organa u Republici Srbiji¹².

Sam prikaz sistema uspostavljanja mogućih aktivnosti u javnom sektoru u Republici Srbiji autori su prikazali u vidu šematskog prikaza na slici 4.

Harmonizacija mehanizama interne kontrole i revizije u javnom sektoru Republike Srbije predstavlja stvarni cilj unapređenja celokupnog poslovanja javnog sektora¹³

Osnovni problem je realna harmonizacija uvedenih mehanizama interne kontrole i interne revizije, finansijskog upravljanja i kontrole u javnom sektoru Republike Srbije¹⁴. Osim toga treba istaći i postojanje realnog problema koji se odnosi na broj internih revizora u funkcionisanju javnog sektora (trenutno krajem 2022 postoji manjak licenciranih internih revizora javnog sektora).

¹¹ Popović, D., Vitomir, J., Tomaš-Miskin, S., Davidov, T., Popović, S., Jovanović, M., Aćimić-Remiković, M., Jovanović, S. (2021): *Implementation of internal control with reference to the application of "it" in companies operating on the principles of the green economy*. Agriculture & Forestry, Vol. 67 Issue 2: 261-269.

¹² Radović, M., Vitomir, J. Popović, S. (2021): *Impact of internal control in enterprises founded by local self-government units: the case of Republic of Serbia*, Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics, 2021, 32(1), 82-90.

¹³ Vitomir, J., Medan, N., Vitomir, G. (2022): *Primena forenzičkog računovodstva u preduzećima posmatrano u okviru donošenja upravljačkih odluka top menadžmenta u Republici Srbiji*, Megatrend revija - Megatrend review, Vol. 19, No 2, 2022: 55-68.

¹⁴ Vitomir, J., Jokić, M., Popović, D., Popović, S. (2020). *The importance of real financial reporting and control in the process of overall company management*, TEMEL International Journal, Vol. 4. Iss. 2., p. 52-57.

Rešavanjem nagomilanih problema u funkcionisanju javnog sektora po pitanju interno-kontrolnih mehanizama predstavlja dobru osnovu za realno poboljšanje efikasnosti upravljanja celokupnog javnog sektora u Republici Srbiji.

5. ZNAČAJ DONOŠENJA STRATEGIJE POMOĆU ČIJE PRIMENE JE MOGUĆE POBOLJŠATI FUNKCIONISANJE JAVNOG SEKTORA U REPUBLICI SRBIJI

Donošenje realnih strateških odluka na nivou države po pitanju poboljšanja i funkcionisanja javnog sektora realno zahteva donošenje inovativnih pristupa po pitanju implementacije interno-kontrolnih mehanizama.

Na taj način se stvara realna osnova za realno poboljšanje ukupnog poslovanja javnog sektora u Republici Srbiji. Celokupno pomenute aktivnosti su vezane za kreiranje kvalitetnog sistema kretanja dokumentacije kako u preduzećima tako i u organima javne uprave¹⁵ Republike Srbije.

Reforma javne uprave treba da bude tako osmišljena da realno može da doprinese boljem korišćenju javnih sredstava u državi.

Jedan od načina da se reforma javnog sektora realno uspostavi je propisivanje mehanizama pomoću kojih bi se moglo uticati na smanjivanje rizika ukupnog poslovanja javnog sektora¹⁶ u Republici Srbiji. Osim toga podizanje kvaliteta ukupnog upravljanja top menadžmenta javnog sektora je jedan od najznačajnijih faktora podizanja kvaliteta funkcionisanja javnog sektora¹⁷.

Funkcionisanje javnog sektora u Republici Srbiji treba posmatrati kao sistem u kome će se moći ublažiti rizik poslovanja javnog sektora¹⁸ uz istovremeno poboljšanje ekonomičnosti funkcionisanja javnog sektora, podizanja nivoa efikasnosti i efektivnosti poslovanja. Sve izrečeno treba posmatrati kao sistem u kome će se kontinuirano podizati transparentnost izveštavanja u javnom sektoru za sve korisnike javnih sredstava u Republici Srbiji.

Sve izrečeno a što se odnosi na prikazani cilj donošenja strategije pomoću čije primene bi se moglo obezbediti ekonomična, efikasna i efektivna upotreba javnih sredstava treba da doprinese podizanju kvaliteta realno datih usluga građanima od strane javnog sektora u Republici Srbiji¹⁹

¹⁵ Radović, M., Vitomir, J., Popović, S. (2021): *Kretanje dokumentacije u sklopu revizijskog izveštavanja top menadžmenta poljoprivrednog preduzeća*, Poljoprivredna tehnika, Print ISSN 0554-5587 Online eISSN 2406-1123 UDK 631 (059), DOI: 10.5937/POLJTEH2101001V, str. 47-53.

¹⁶ Živanović, V. (2020): *The impact of changes in the base and precious metals prices on credit risk factors*, Megatrend revija - Megatrend review, Vol. 17, No 2, 2020: 45-64.

¹⁷ Vitomir, J., Tomaš-Miskin, Slobodan Popović, S. (2021): *Značaj evidencije poljoprivredne opreme u upotrebi prema fer vrednosti sa stanovišta upravljanja u malim i srednjim preduzećima u tranzicionoj državi, - primer Republike Srbije*, Poljoprivredna tehnika, Print ISSN 0554-5587 Online eISSN 2406-1123 UDK 631 (059), DOI: 10.5937/POLJTEH2101001V

¹⁸ Vitomir, J., Tomaš-Miskin, S., Ivić, M., Popović, S. (2020): *Implementation of the Tender by the Municipal Service Administration from the Aspect of Management in the Municipalities of the Republic of Serbia*, Lex Localis – Journal of Local Self-Government, 8(3), 469 – 486.

¹⁹ Radović, M., Vitomir, J. & Popović, S. (2019): *The Importance of Implementation of Internal Audit in Enterprises Founded by the Republic of Serbia*, Lex localis-journal of local self-government, 17(4), 1001–1011.

Ostvarenje zacrtanih strategija upravljanja javnim sektorom treba da uključi sledeće aktivnosti:

- identifikovanje osnovnih poslova koji se obavljaju prilikom vršenja poslova interne kontrole i interne revizije u javnom sektoru;
- utvrđivanje ciljeva top menadžmenta a koje se odnose na sprovođenje već urađene konkretne internu reviziju u javnom sektoru i
- definisanje ciljeva internih kontrola u javnom sektoru.

Osim toga, ostvarenje strategija u upravljanju javnog sektora u Republici Srbiji a koje se odnose na sprovođenje postupka konkretne interne revizije može zahtevati od internog revizora da uključi i korišćenje drugih analiza, poput:

- praćenje ostvarenja prihoda i rashoda,
- praćenje izveštaja gotovine u javnom sektoru na određeni dan,
- praćenje budžetskih trošenja od strane državnih organa,
- praćenje utvrđivanja razlika između projektovanog i stvarnog finansijskog stanja,
- praćenje kontrole usaglašenosti funkcionisanja interne revizije sa zakonima i propisima u Republici Srbiji,
- praćenje kontrole čuvanja podataka u javnom sektoru Republike Srbije,
- praćenje mogućnosti za funkcionisanje pranja novca,
- praćenje mogućnosti za funkcionisanje pronevera u javnom sektoru,
- praćenje mogućnosti za nastanak eventualnih kriminalnih radnji i
- druge analiza koje može zahtevati u svom radu interni revizor, odnosno top menadžment kako bi se mogao dobiti valjan izveštaj o urađenoj internoj reviziji u javnom preduzeću ili u okviru funkcionisanja organa javnog sektora.

Osim toga, u radu internog revizora koriste se sledeće kontrole koje bi trebalo da uključe i pitanja²⁰:

- Da li je sistem kontrola adekvatno planiran?
- Da li su operacije kontrole adekvatno kontrolisane i nadgledane?
- Da li se vrši periodična provera sistema u sprovođenja interne revizije u javnom sektoru Republike Srbije²¹?
- Da li se obezbeđuju neophodne informacije pomoću kojih će top menadžment moći da donese valjane poslovne odluke u javnom sektoru Republike Srbije?

Interni revizori u javnom sektoru treba da uspostave logičnu vezu između rukovodioca pojedinih delova u preduzeću i internih revizora. Cilj takvog povezivanja je uspostavljanje kontrole svih procesa u preduzeću sa cilj da se donesu preporuke pomoću kojih će u narednom periodu top menadžment moći da donese poslovne odluke pomoću kojih će unaprediti ukupno poslovanje.

U nastavku dat je prikaz vršenja grupisanih poslova interne revizije u javnom sektoru Republike Srbije, u vidu prikaza na slici 5.

²⁰ Popović, S., Novaković, S., Đuranović, D., Mijić, R., Grublješić, Ž, Aničić, J. & Majstorović, A. (2017): *Application of international accounting standard-16 in a public company with predominantly agricultural activities*, Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 30(1), 1850–1864.

²¹ Radović, M., Vitomir, J., Laban, B., Jovin, S., Nastić, S., Popović, V. & Popović S. (2019-a): *Management of joint-stock companies and farms by using fair value of agricultural equipment in financial statements on the example of imt 533 tractor*, Economics of Agriculture, 1, 35-50.

Slika 5: Poslovi od značaja za vršenje konkretne interne revizije u javnom sektoru Republike Srbije.

Izvor: Autori (2022).



6. ZAKLJUČAK

Primena strategija u funkcionisanju interne revizije u javnom sektoru u Republici Srbiji je od velike važnosti radi unapređenje ukupnog funkcionisanja javnog sektora u Republici Srbiji. Ostvarenje strategijskih ciljeva interne revizije je u direktnoj vezi sa upravljačkim odlukama koje donosi top menadžment koji rukovodi javnim preduzećima i organima uprave u Republici Srbiji.

Ostvarenje pomenutih aktivnosti podrazumeva da se u javnom sektoru uvede interna revizija kao prva faza, da bi sledeća bila ta da top menadžment javnih preduzeća i organa javne uprave da ovlašćenje internom revizoru da za uradi konkretnu internu reviziju, a što je u skladu sa usvojenim ciljevima u funkcionisanju javnog sektora.

U radu konkretne interne revizije, interni revizor ima na raspolaganju da koristi brojne finansijske i druge analize (statističkih, programskih, regulacionih i drugih) a one mogu da posluže internim revizorima da donesu validne zaključke u vezi sprovedene interne revizije. To je suštinska osnova za donošenje validnih preporuka interne revizije koje se dostavljaju top menadžmentu u okviru izveštavanja top menadžmenta o sprovedenoj internoj reviziji u javnom sektoru.

Prikazan postupak u radu interne revizije sprovodi se sa ciljem poboljšanja ukupnog poslovanja u javnom sektoru, a prikazani modeli mogućeg poboljšanja u radu interne revizije autori su dali u prikazima na slikama 1-5. Ovi prikazi mogu poslužiti kao osnova za teorijsko razmatranje iz oblasti internih kontrola i internih revizija u javnom sektoru, ali i za praktično delovanje interne kontrole i revizije u javnom sektoru Republike Srbije, što je stvaran doprinos autora ovog rada.

LITERATURA

- Baltezarević, R., Baltezarević, V. (2022): *The influence of digital political communication supported by neuromarketing methods on consumer perception towards a tourist destination*, Megatrend revija - Megatrend review, Vol. 19, No 2, 2022: 13-34.

- Cantino, V. (2009): *Korporativno upravljanje, merenje performansi i normativna usaglašenost sistema internih kontrola*, Beograd, Data Status.
- Damodaran, A. (2007): *Korporativne finansije: teorija i praksa*, Podgorica, Modus.
- Lee, J. (2019): *Regional heterogeneity among non-operating earnings quality, stock returns, and firm value in biotech industry*. *Agric. Econ. – Czech*, 65: 10-20.
- Liakopoulou, I. (2020): *Crowdfunding platforms in us and eu: empirical analysis of social capital*, *Megatrend revija - Megatrend review*, Vol. 17, No 2, 2020: 31-44.
- Lončar, M. (2020): *Značaj koncepta „azijskih vrednosti” za savremene političke sisteme istočne i jugoistočne Azije*, *Megatrend revija - Megatrend review*, Vol. 17, No 2, 2020: 65-78.
- Kabok, J., Radišić, S., Lendak-Kabok, K. (2020): *Application and development of financial management and control exemplified by the provincial secretariat for higher education and scientific research*, *Megatrend revija - Megatrend review*, Vol. 17, No 2, 2020: 125-142.
- Mijić, R., Popović, S. (2016): *Finansijsko Računovodstvo*, Banja Luka: City print.
- Novaković, S., Vukasović, D., Laban, B., Ivić, M., Popović, V. & Popović S. (2018): *Managing agricultural company by using internal control and significance of risk presentation*, *Economics of Agriculture*, 2, 801-812.
- Popović, D., Vitomir, J., Tomaš-Miskin, S., Davidov, T., Popović, S., Jovanović, M., Aćimić-Remiković, M., Jovanović, S. (2021): *Implementation of internal control with reference to the application of “it” in companies operating on the principles of the green economy*. *Agriculture & Forestry*, Vol. 67 Issue 2: 261-269.
- Popović, S., Novaković, S., Đuranović, D., Mijić, R., Grublješić, Ž, Aničić, J. & Majstorović, A. (2017): *Application of international accounting standard-16 in a public company with predominantly agricultural activities*, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 1850–1864.
- Radović, M., Vitomir, J. Popović, S. (2021): *Impact of internal control in enterprises founded by local self-government units: the case of Republic of Serbia*, *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 2021, 32(1), 82–90.
- Radović, M., Vitomir, J., Popović, S. (2021): *Kretanje dokumentacije u sklopu revizijskog izveštavanja top menadžmenta poljoprivrednog preduzeća*, *Poljoprivredna tehnika*, Print ISSN 0554-5587 Online eISSN 2406-1123 UDK 631 (059), DOI: 10.5937/POLJ-TEH2101001V, str. 47-53.
- Radović, M., Vitomir, J. & Popović, S. (2019): *The Importance of Implementation of Internal Audit in Enterprises Founded by the Republic of Serbia*, *Lex localis-journal of local self-government*, 17(4), 1001–1011.
- Radović, M., Vitomir, J., Laban, B., Jovin, S., Nastić, S., Popović, V. & Popović S. (2019-a): *Management of joint-stock companies and farms by using fair value of agricultural equipment in financial statements on the example of int 533 tractor*, *Economics of Agriculture*, 1, 35-50.
- Vitomir, J., Tomaš-Miskin, S., Ivić, M., Popović, S. (2020): *Implementation of the Tender by the Municipal Service Administration from the Aspect of Management in the Municipalities of the Republic of Serbia*, *Lex Localis – Journal of Local Self-Government*, 8(3), 469 – 486.

- Vitomir, J., Jokić, M., Popović, D., Popović, S. (2020). *The importance of real financial reporting and control in the process of overall company management*, TEMEL International Journal, Vol. 4. Iss. 2., p. 52-57.
- Vitomir, J., Tomaš-Miskin, Slobodan Popović. S. (2021): *Značaj evidencije poljoprivredne opreme u upotrebi prema fer vrednosti sa stanovišta upravljanja u malim i srednjim preduzećima u tranzicionoj državi, - primer Republike Srbije*, Poljoprivredna tehnika, Print ISSN 0554-5587 Online eISSN 2406-1123 UDK 631 (059), DOI: 10.5937/POLJ-TEH2101001V
- Vitomir, J., Medan, N., Vitomir, G. (2022): *Primena forenzičkog računovodstva u preduzećima posmatrano u okviru donošenja upravljačkih odluka top menadžmenta u Republici Srbiji*, Megatrend revija - Megatrend review, Vol. 19, No 2, 2022: 55-68.
- Živanović, V. (2020): *The impact of changes in the base and precious metals prices on credit risk factors*, Megatrend revija - Megatrend review, Vol. 17, No 2, 2020: 45-64.
- Williams, C. (2010): *Principi menadžmenta*, Data Status, Beograd.

Ana Veselinović

657.635(497.11)

005.521:334.7

DOI: 10.5937/MegRev2203047V

Originalni naučni rad

Priljubljen 17.08.2022.

Odobren 05.11.2022.

STRATEGIC OBSERVATION OF INTERNAL AUDIT WORK AS PART OF MANAGEMENT SUPPORT IN MODERN BUSINESS WAYS IN REPUBLIC OF SERBIA

Abstract: *Strategic observation of internal audit in the real business conditions of heterogeneous legal entities in transition economies like the Republic of Serbia enables top management to improve, first of all, the management position in the company. In addition to the above, this approach to internal audit enables top management to make safe business decisions, contributes to the improvement of business decision-making and contributes to making business decisions that are economical, efficient and expedient. In general, strategic business decision-making should be viewed as part of the introduction of internal control factors, where internal audit is certainly of great importance. The monitoring of the internal audit should be such that its work can be carried out smoothly in accordance with organizational independence. Such an approach implies that internal audit is organized as an independent function in the companies that have implemented it, as well as that it is organized as an independent function and is not part of any business process, i.e. organizational part of the company, and in its work is directly responsible to the manager who is in charge of internal audit operations. Such an approach is basically a modern approach that has elements of a safe approach, a strategic base that is particularly important for making valid audit findings and recommendations, all of which are made in the sense of increasing the security of making a valid business education of top management. The new or strategic principle of the organization of internal audit represents a unique way of doing business within the overall socio-economic changes that may occur primarily in transitional economies such as Republic of Serbia.*

Keywords: *internal audit, strategic stages of internal audit implementation, top management decision.*

Милоје Исаиловић*
Дрљача Дејан**
Јелена Витомир***

368:339.13
330.142.211
658.1:368
DOI: 10.5937/MegRev2203061I
Originalni naučni rad
Primljen 21.08.2022.
Odobren 07.11.2022.

КОНЦЕНТРАЦИЈА КАПИТАЛА НА ТРЖИШТУ ОСИГУРАЊА И ПРЕТПОСТАВКЕ СОЛВЕНТНОСТИ

Сажетак: Предмет овог рада је анализа концентрације капитала на тржишту осигурања у Републици Србији и идентификација критичних тачака у анализи солвентности осигураваача. Нужност економске и социјалне заштите интереса осигураника у условима када је пословање друштва за осигурање објективно изложено великом броју ризика могуће је остварити једино уколико друштва за осигурање испуњавају изузетно строге захтеве солвентности. Поред захтева адекватности признатих обавеза и захтева који се тичу довољности капитала, друштва за осигурање додатно су суочена са читавим низом посебних захтева, између осталих и са захтевима који се односе на усклађеност средстава, капитала и обавеза. Иако је адекватност капитала најјачи вид гаранције, односно способности друштва за осигурање да измирује своје будуће обавезе по основу накнаде штета, исплате осигураних сума и других обавеза, у суштинском смислу усклађеност значи да је осигураваач додатно испунио и низ захтева који се тичу висине и релативних односа између имовине, капитала и обавеза, унутар активе односно пасиве, као и релативног односа између појединих категорија средстава у активи и капитала и обавеза у пасиви. Циљ рада је да укаже да је за осигураваача, поред адекватности капитала и адекватности техничких резерви, од суштинске важности постојање финансијске равнотеже, односно успостављање структурне и рочне усклађености средстава, капитала и обавеза. Структура рада обезбеђује увид у анализу концентрације капитала и испуњености капиталних захтева осигураваача који послују на тржишту осигурања у Србији, али и сагледавање претпоставки солвентности и увид у методолошку апаратуру која се користи у поступку анализе солвентности и сигурности осигураваача.

Кључне речи: осигурање, капитални захтеви, концентрација, ризици, анализа, средства, обавезе

* Miloje Isailović, Poreska uprava Republike Srbije Centrala Beograd, e-mail: i.mile2025@gmail.com

** Dejan Drljača, Kompanija "Dunav osiguranje" a.d.o., Beograd, e-mail: dejan.drljaca@dunav.com

*** Doc. dr Jelena Vitomir, Fakultet za poslovne studije, Megatrend Univerzitet, Beograd, Srbija; jelena.vitomir1@gmail.com

1. УВОД

Из великог броја дефиниција солвентности могуће је извући закључак да солвентност представља способност осигуравача да испуни све своје обавезе по свим закљученим уговорима о осигурању, у било које време и под свим разумно предвидивим околностима, што је уједно и општеприхваћен концепт дефинисања солвентности. Довољност капитала непосредно опредељује ниво сигурности конкретног осигуравача зато што капитал апсорбује вишкове ризике којима је изложено пословање друштва за осигурање, с тим да је важно имати у виду да на солвентност друштва за осигурање утиче и висина капитала и висина обрачунатих техничких резерви. Обазриви осигуравач ће висину резерви увек одредити на нивоу који је већи од садашње вредности обавеза како би осигурао сопствену сигурност пословања, односно солвентност¹.

Анализа солвентности осигуравача, односно показатеља адекватности капитала и других финансијско-актуарских показатеља свој прави смисао добија само када анализа пословања конкретног осигуравача обухвати временски период од најмање пет година и када се врши поређење израчунатих показатеља са просечним вредностима за цело тржиште осигурања, уз узимање у обзир политика и стратегија управљања ризицима, рачуноводствених, инвестиционих и тарифних политика, разуђености продајне мреже осигуравача, квалитета потфеља осигурања, скаденци и заступљеност појединих врста осигурања.

У пракси, анализа тржишта осигурања по правилу почива на широко прихваћеној анализи тзв. *carmel* показатеља које користе и органи супервизије², али квалитетна анализа морала би да обухвати и читав низ других анализа, а нарочито резултате тестова адекватности обавеза и стрест тестове адекватности капитала, с обзиром на изложеност осигуравача бројним врстама ризика (од ризика осигурања, тржишних ризика, инвестиционих ризика и ризика ликвидности ризика, до праваних, репутационих и других оперативних ризика). У процесу анализе целог тржишта осигурања, поједине анализе није могуће спровести полазећи од јавно доступних података, зато што почивају на низу аналитичких података који нису предмет обавезног обелодањивања.

Анализе и показатељи обелодањени у овом раду сачињени су полазећи од јавно доступних финансијских извештаја осигуравача који су пословали на тржишту осигурања у Републици Србији у 2020 години (14 осигуравача), расположивих у оквиру Регистра финансијских извештаја, Агенције за привредне регистре Републике Србије³ и објављених података Народне банке Србије о пословању друштва за осигурање⁴. Од значаја је имати у виду да су у складу са Законом о осигурању поједина друштва за осигурање регистрована за обављање и неживотних и животних

¹ Babbel David F. and Fabozzi Frank J., *Investment management For Insurers*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 1999., str. 56 - 57.

² https://www.nbs.rs/internet/latinica/20/osg/carmel_pokazatelji_poslovanja.pdf), НБС, 2019.

³ <https://www.apr.gov.rs>

⁴ <https://www.nbs.rs>

осигурања. У исто време нека друштва су регистрована само за обављење послова неживотних осигурања или само за животна осигурања, због чега су за сврхе анализа презентованих у овом раду третирана као једно друштво.

2. КАПИТАЛНИ ЗАХТЕВИ И УЛАГАЊЕ СРЕДСТАВА ОСИГУРАЊА

Обрачун гарантне резерве дефинисан је чл. 124. Закона о осигурању⁵ и Одлуком о адекватности капитала друштва за осигурање/реосигурање⁶. У складу са одредбама Одлуке Народне банке Србије, осигуравачи су дужни да формирају гарантну резерву коју чини: примарни и допунски капитал умањен за одбитне ставке. Према члану 124. Закона о осигурању, примарни капитал чини: 1) уплаћеног основног капитала по основу обичних акција; 2) резерве утврђених статутом друштва и другим актима, осим резерви повезаних са преференцијалним акцијама; 3) ревалоризационе резерве с нереализованим резултатима; (4) нераспоређени добитак из ранијих година и (5) нераспоређени добитак из текуће године - до 50%. Допунски капитал чини основни капитал по основу преференцијалних акција и резерве повезане с преференцијалним акцијама. Међутим, Одлуком је прописано да се у процесу обрачуна гарантне резерве и утврђивања адекватности капитала не признају све ставке капитала, у ком смислу су предвиђене одбитне ставке и дефинисана одговарајућа ограничења и то: 1) нематеријална улагања, 2) откупљене сопствене акције, 3) губитак текуће године и непокривени губитак из ранијих година, 4) удели, односно акције код других друштава за осигурање са седиштем у Републици Србији, 5) разлика недисконтованих и дисконтованих резервисаних штета неживотних осигурања (осим код осигурања од последица несрећног случаја (незгоде), добровољног здравственог осигурања и резервисаних штета у облику ренте, (6) нето износ улагања у инструменте субординираног дуга и друге дужничке инструменте правних лица у којима друштво има контролно учешће и (7) неликвидна средстава након извршених исправки вредности тих средстава. Додатно, резерве из добити и ревалоризационе резерве са нереализованим резултатима, узете заједно, не смеју бити веће од 20% од висине обрачунате гарантне резерве, нераспоређени добитак из текуће и претходних година не сме бити већи од 25% од обрачунате висине гарантне резерве, а допунски капитал не сме бити већи од 50% утврђеног примарног капитала.

Поред гарантне резерве актуари у друштвима за осигурање обрачунавају и маргину солвентности, испод које гарантне резерве осигуравача не би смеле да падну, што значи да она треба да обезбеди покривеност евентуалних губитака које не могу да покрију обрачунате техничке резерве.

Анализа капиталних захтева и тржишта осигурања у Републици Србији претпоставља да се познају одредбе Директива ЕУ којом су регулисања питања

⁵ Закон о осигурању, Службени гласник РС, бр. 139/14.

⁶ Одлука о адекватности капитала друштва за осигурање - реосигурање, "Службени гласник РС", бр. 51/2015.

солвентности (Солвентност 2)⁷. За разумевање теза и закључака који су изнети у овом раду неопходно је знати да се овим концептом уводи обавеза рачунања потребног солвентног капитала (SCR-Solvency Capital Requirement) и минималног капиталног захтева (MCR-Minimum Capital Requirement) испод ког висина капитала не сме да падне. Потребни солветни капитал је капитал који осигуравач мора да има у циљу минимизирања ризика неиспуњења обавеза. Осигуравачи рачунају и маргину ризика која треба да покрије губитке настале из ризика које друштво није идентификовало или за које није обезбедило адекватно покриће кроз техничке резерве.

Визуелни приказ структуре биланса и међусобних разлика према концепту Солвентност 1 и Солвентност 2. могу сагледати из графичке илустрације у наставку:

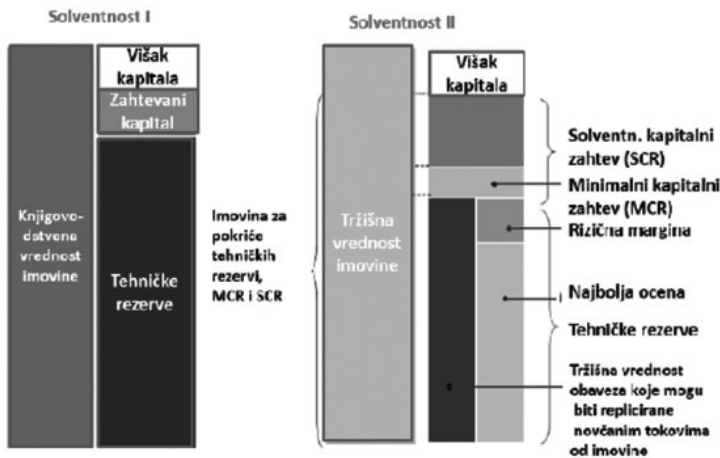


График 1: Имовина, капитал и обавезе према Солвентност 1 и 2⁸

У циљу одржавања потребног нивоа капитала, осигуравачи спроводе тестове адекватности капитала. Сврха тестова адекватности капитала јесте да осигуравачи и орган супервизије стекну увид у способност осигуравача да својим капиталом покрије евентуалне губитке. Стрес тестом обухваћено је „стресирање“ а) теже утрживих инвестиција (акција, непокретности, потраживања и дужничких хартија), б) потраживања од реосигуравача, полазећи од њиховог кредитног рејтинга, в) резервисаних штета и кретања смртности у животним осигурањима, г) природних катастрофа. Уско везано са питањем адекватности капитала јесте питање формирања довољног нивоа техничких резерви, од којих непосредно зависи способност осигуравача да измири своје будуће обавезе. Техничке резерве осигуравача чине: резерви за преносне премије; резевисане штете, математичка резерва осигурања живота, резерве за неистекле ризике; резерве за бонусе и попусте, , резерве за

⁷ Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II), COD 2007/0143, 2009.

⁸ Кочовић Ј., Ликвидност и солвентност осигуравајућих компанија; Концепт солвентности осигуравајућих компанија, од солвентности I до солвентности II, Курс са континуирану едукацију актуара и других стручњака у осигурању, слајд34., 2014.

осигурања код којих су осигураници прихватили да учествују у инвестиционом ризику, резерви за изравнање ризика и друге техничке резерве.

3. КОНЦЕНТРАЦИЈА КАПИТАЛА И ПОКАЗАТЕЉИ ДОВОЉНОСТИ КАПИТАЛА

Полазећи од јавно обелодањених података за пословну 2020. годину, из података садржаних у Табели 1. у наставку, могуће је сагледати висину и учешће капитала и обавеза, као и релативне стопе раста, односно пада у односу на претходну пословну годину за шест највећих друштава за осигурање која послују на тржишту осигурања у Републици Србији.

		ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА	ТРЖИШТЕ ОСИГ.
КАПИТАЛ	Износ	15.548.884	17.452.696	7.672.938	2.498.253	7.339.492	2.852.379	19.152.963	72.517.605
	Учешће	21,44%	24,07%	10,58%	3,45%	10,12%	3,93%	26,41%	100,00%
	Раст/пад	14,11%	-1,73%	11,13%	-7,24%	-0,64%	16,41%	10,72%	6,46%
ОБАВЕЗЕ	Износ	41.705.783	55.248.395	14.807.187	15.555.557	37.762.379	6.926.299	46.919.219	218.924.819
	Учешће	19,05%	25,24%	6,76%	7,11%	17,25%	3,16%	21,43%	100,00%
	Раст/пад	11,20%	-0,77%	7,04%	-7,70%	7,91%	1,81%	9,36%	4,97%

Табела 1: Висина капитала и обавеза по друштвима за осигурање

Иако на тржишту осигурања послује укупно 14 друштава за осигурање, из Табеле 1. и Графика 2. у наставку, могуће је уочити да капитал шест највећих осигуравача чини скоро три четвртине капитала целог тржишта осигурања (73,59%) и скоро четири петине укупних дугорочних и краткорочних обавеза (78,57%).

Из података садржаних у Табели 3. произилази да капитал три највећа осигуравача (Дунав осигурање, Generali осигурање и ДДОР осигурање) чини 56,09% укупног капитала целог тржишта осигурања, а обавезе више од половине укупних обавеза тржишта (51,05%). Напред наведено указује на високу концентрацију капитала код неколико највећих осигуравача. Мање учешће у укупним обавезама у односу на учешће у укупном капиталу код

три највећа осигуравача, указује на нешто већу солвентност и сигурност ових друштава у односу на остатак тржишта (посматраног као једна целина), што потврђују актуарски и финансијски показатељи презентовани и анализирани у наставку рада.

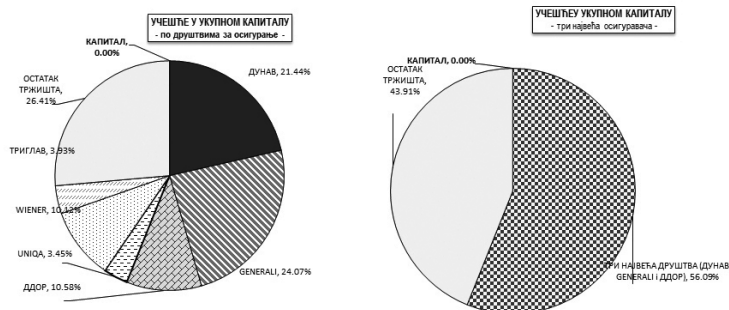


График 2: Графички приказ учешћа у укупном капиталу шест највећих осигуравача

		ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАТАК ТРЖИШТА
КАПИТАЛ	Учешће 3 највећа осиг.	56,09%						43,91%
	Учешће 6 највећих осиг.	73,59%						26,41%
ОБАВЕЗЕ	Учешће 3 највећа осиг.	51,05%						48,95%
	Учешће 6 највећих осиг.	78,57%						21,43%

Табела 2: Учешће у укупном капиталу и обавезама

Износи обрачунате гарантне резерве, додатно потврђују да три највећа осигуравача (Дунав осигурање, Generali осигурање и ДДОР осигурање) располажу са највећим капиталом, с обзиром да гарантна резерва ова три осигуравача чини више од половине, тј. 51,16% гарантне резерве целог тржишта осигурања, што се може видети у табели 3. у наставку.

	ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА	ТРЖИШТЕ ОСИГ.
ГАР. РЕЗ.	10.820.330	6.368.944	4.931.345	2.371.703	4.162.872	1.966.257	12.620.109	43.241.560
Учешће 3 најв ос	51,16%						48,84%	100,00%
Учешће 6 најв ос	70,81%						29,19%	100,00%

Табела 3: Гарантна резерва по друштвима за осигурање

Међутим, доношење закључака о довољности капитала само на основу информација о номиналној висини капитала и учешћу у укупном капиталу целој тржишта, носи са собом висок ризик доношења погрешних закључака, због чега је неопходно израчунати читав низ посебних показатеља који нам дају информације да ли конкретни осигуравач има адекватан капитал или не. Додатно, потребно је спровести стрес тестове адекватности капитала.

У скупу наведених показатеља, најбитнији показатељ је однос обрачунате висине гарантне резерве и обрачунате маргине солветности⁹, чија већа вредност указује на већу сигурност осигуравача. Иначе ови показатељи представљају део методологије коју користи Међународни монетарни фонд, те их следствено наведеном користи и Народна банка Србије и осигуравачи који послују на домаћем тржишту осигурања. Аналитичка вредност ових показатеља повећава се са бројем година које су узете у обзир (оптимално 5 година), као и поређењем вредности појединих показатеља са просеком за цело тржиште осигурања.

Однос премије у самопридржају и укупног капитала указује на способност осигуравача да умањи ризик неадекватно обрачунате премије или ризик неочекиваних штета. Из података садржаних у табели 4. могуће је уочити да мањи осигуравачи (91,21%) и Ђенерали осигурање (109%) имају ниже вредности овог показатеља, што упућује на закључак да су изложени мањем ризику у односу на остале осигураваче, али и на закључак да ови осигуравачи имају нижи ниво ефикасности употребе сопственог капитала. Са друге стране висока вредност овог показатеља код Дунав осигурања показује да овај осигуравач на сваких 100 динара капитала оствари 167,63 динара премије у самопридржају, што наводи на закључак да ово друштво има већу изложеност по основу уговора о осигурању, али и вишу ефикасност коришћења капитала у односу на просек тржишта (128,44%). Слична ситуација је и са Триглав осигурањем (175,15%) и Униџа осигурањем (172,02%). Међутим, из напред наведеног не би се могао извући закључак која од анализираних друштава имају виши ниво солветности. Однос капитала и укупне активе је општи индикатор степена изложености друштава за осигурање тржишном, инвестиционом и кредитном ризику и то углавном у неживотним осигурањима, с обзиром да су средства животних осигурања дугорочног карактера, због чега је у животним осигурањима информативнији показатељ који се добија сучељавањем капитала са техничким резервама, односно будућим обавезама осигуравача.

Из података из табеле 4. у наставку уочава се да је актива код ДДОР, Триглав и Дунав осигурања и мањих осигуравача, покривена са већим износом капитала, у односу на Ђенерали, Униџа и Виенер осигурање, из чега би било погрешно извући закључак о недовољном капиталу код ових друштава, с обзиром да у структури портфеља осигурања ових друштава за осигурање, значајан удео припада животним осигурањима.

⁹ Део података које обелодањују осигуравачи који послују на домаћем тржишту осигурања обелодањује се само укупно за неживотна и животна осигурања, тако да за сврхе овог рада показатељи нису рачунати посебно по врстама осигурања.

		ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА	ПРОСЕК ТРЖИШТА.
1	“Премија у самопридржају / Укупан капитал”	167,63%	109,01%	154,25%	172,02%	128,81%	175,15%	91,21%	128,44%
2	“Капитал / Ук. актива”	27,16%	24,01%	34,13%	13,84%	16,27%	29,17%	28,99%	24,88%
3	“Капитал / Техн. резерве”	46,56%	34,97%	58,00%	17,81%	20,70%	49,34%	43,24%	36,98%
4	“Гарантне резерве / Маргина солвентности”	237,20%	176,29%	245,24%	255,96%	191,57%	191,17%	310,78%	235,34%
5	“Ук. капитал / Техничке резерве у самопридржају”	51,48%	36,65%	60,51%	19,93%	22,15%	57,18%	44,80%	39,43%
6	“Гарантне рез. / Капитал”	69,59%	36,49%	64,27%	94,93%	56,72%	68,93%	65,89%	59,63%

Табела 4: Показатељи адекватности капитала

Ако пођемо од вредности добијених сучељавањем капитала и техничких резерви, можемо видети да су техничке резерве Триглав осигурања, ДДОР осигурања, Дунав осигурања, као и мањих осигурања, покривене са више капитала, у односу на просек тржишта, а посебно у односу на Ђенерали, Wiener и Uniqa осигурање. Изнето упућује на закључак о нешто вишем нивоу солвентности и сигурности ових друштава у односу на просек тржишта осигурања (36,98%). Паралелно уз овај показатељ, рачуна се и показатељ који ставља у однос капитал и техничке резерве у самопридржају, чиме се узимају у обзир и политике реосигурања које примењују осигуравачи, због чега је овај показатељ информативнији у односу на претходни.

Стављањем у однос гарантне резерве и захтеване маргине солвентности израчунава се најбитнији показатељ адекватности капитала код друштава за осигурање. Вредности овог показатеља показују са колико гарантне резерве располажу осигуравачи на 1 динар (или 100 динара) обрачунате захтеване маргине солвентности. Анализа вредности овог показатеља почива на упоредној анализи овог показатеља у односу на израчунате вредности за друге осигураваче и просек тржишта, као и на анализи кретања показатеља кроз низ од најмање пет година. Тако на пример, опадање овог показатеља кроз низ година упућује на закључак да портфељ осигурања расте брже у односу на капитал, што при ниским вредностима показатеља, упућује на закључак о угрожавеној солвентности конкретног осигурвача. Супротно, у случају да овај показатељ узима високе вредности, пад овог показатеља у посматраном временском периоду, не би се смео тумачити у контексту угрожене солвентности. Из приказаних података у Табели 4. уочава се да мањи осигуравачи (посматрани у својој укупности) солвентнији (310,78%) у односу на веће осигураваче и просек тржишта (235,34%). При томе вредност овог показатеља код Униџа осигурања и Дунав осигурања је нешто виша од просека тржишта, док је код Ђенерали осигурања, Виенер и Триглав осигурања нижа у односу на просек тржишта. Поред напред наведених показатеља адекватности капитала, у пракси се често користи и показатељ који се добија стављањем у однос гарантних резерви и капитала, који показује са колико гарантне резерве располаже друштво на сваки динар капитала.

Поједини показатељи, односно рација солвентности, нису обухваћени показатељима адекватности капитала у оквиру *carmel* показатеља, што никако не значи да и њих не треба узети у обзир у поступку анализе солвентности, што нарочито важи за рацио солвентности који се добија сучељавањем износа сопственог и позајмљеног капитала који је посебно важан у анализи портфеља животних осигурања, због дугорочног карактера математичке резерве о сигурања (дугорочно резервисање). Преглед израчунатих вредности даје се у табели 5.

		ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА	ТРЖИШТЕ ОСИГ.
1	Рац.солвентности	37,28%	31,59%	51,82%	16,06%	19,44%	41,18%	40,82%	33,12%
2	Учешће дуг.капит.	38,83%	72,75%	49,48%	67,85%	76,17%	35,79%	75,35%	63,87%
3	Учешће крат. пасиве	61,17%	27,25%	50,52%	32,15%	23,83%	64,21%	24,65%	36,13%
4	Учешће поз. капит.	72,84%	75,99%	65,87%	86,16%	83,73%	70,83%	71,01%	75,12%
5	Однос између дуг. обаб. и дуг. капитала	30,06%	67,00%	31,01%	79,60%	78,64%	18,49%	61,53%	61,04%

Табела 5: Остали показатељи солвентности и сигурности

4. УЛАГАЊЕ СРЕДСТАВА ОСИГУРАЊА

Народна банка Србије захтева од осигуравача да средства улажу са посебном пажњом. како У том смислу осигуравачи у поступку улагања средстава гарантних и техничких резерви настоје да обезбеде одговарајућу структуру имовине у активи

и њихову рочну усклађеност са обавезама. Наравно, успостављање одговарајуће структурне усклађености активе и пасиве по хоризонтали, само по себи ништа не значи, уколико имовина (актива) и обавезе (пасива) нису адекватно вредноване у билансима друштва и ако не постоји одговарајућа структурна усклађеност активе и пасиве по вертикали биланса.¹⁰ У складу са релевантним међународним рачуноводственим и међународним стандардима финансијског извештавања, осигуравачи своју имовину вреднују по фер тржишној вредности, а техничке резерве, односно обавезе методом најбоље процене (best estimate). Успостављање структурне и рочне усклађености имовине и обавезе не значи нужно да осигуравачи сталну имовину финансирају из дугорочних извора, тј. капитала, дугорочних резервисања и дугорочних обавеза, а обртну имовину искључиво из краткорочних извора.

Подаци презентовани у табелама 6. и 7. указују да код друштва осигурање која послују на домаћем тржишту осигурања постоје суштински битне разлике у политикама инвестирања, с обзиром да поједини осигуравачи имају значајно већа улагања средстава гарантних и техничких резерви у обртну имовину у односу на сталну имовину, што је нарочито изражено код Generali осигурања. Са друге стране, могуће је уочити да Дунав осигурање, Wiener осигурање и остатак тржишта имају уравнотеженију политику улагања, уз нешто конзервативнију политику улагања у случају ДДОР и Uniqa осигурања. Треба имати у виду да за разлику од животних осигурања, краткорочни карактер неживотних осигурања условљава осигураваче да значајан део своје активе држе у лако утрживим хартијама од вредности и готовини.

Јасно је да инвестирање у хартије од вредности носи са собом значајне ризике, с обзиром на могућност промене цена хартија на тржишту до којих углавном долази због промена у висини појединих тржишних ризика, нпр. због промена понуде и тражње, промена каматних стопа, курса, кредитног рејтинга емитента хартија од вредности и сл. Процена губитака због промена у факторима тржишног ризика и поређење ризичности појединих финансијских инструмената врши се применом value at risk модела. Генерално, промене у висини приноса могу битно варирати по појединим периодима времена (хетероскедастичност), а изражава се преко стандардне девијације приноса, односно квадратом приноса¹¹.

Може се рећи да осигуравачи генерално све више користе финансијске инструменте заштите од ризика, уз приметно јачање нивоа улагања у државне хартије, који обезбеђују да се губици по основу промене Смањење фер вредности штићених

¹⁰ Дрљача, Д., Управљачко рачуноводство као оквир и инструмент управљања ризицима активе и пасиве у друштвима за осигурање, Београд: Центар за културу Младеновац, 2011., стр. 79.

¹¹ Младен Латковић, Хагена, Загреб, Управљање ризицима, идентификација, мјерење и контрола, 2001. *Агрегатна волатилност, представља збир квадрата приноса унутар хоризонта. На пример, недељна агрегатна волатилност добија се као збир квадрата дневних приноса. Један од модела за мерење волатилности је GARCH модел, који захтева дуге временске серије приноса, а који волатилност повезује са волатилношћу претходног периода, те са квадратом приноса, $\sigma = \omega + \beta * \delta_t^2 + \alpha * r_t^2$. При томе, параметар α одређује колико јако промена приноса утиче на волатилност, параметар β , одређује смањивање волатилности у времену, док је ω константан члан. Безусловна волатилност дата је изразом, $V = \frac{\omega}{1-\alpha-\beta}$, а предвиђање волатилности након n -тог раздобља врши се помоћу релације, $E[\sigma_{t+n}^2] = (\alpha + \beta)^n (\sigma_t^2 - V) + V$.

позиција повлачи са собом губитке који се покривају добицима по основу раста фер вредности финансијских инструмената заштите од ризика. Постоје прогнозе, да ће временом доћи до увођења праксе издавања обвезница за случај катастрофе, чиме ће се ризик преносити на финансијско тржиште, што би са са своје стране требало да умањи ризик повећања цена осигурања код производа са покрићем за случај катастрофе, за које иначе треба очекивати већи захтевани капитал¹².

Ипак, неспорно је да су осигуравајућа друштва у извесном смислу у инфериорном положају у односу на банке у сегменту послова улагања средстава и то не само из угла висине слободних средстава расположивих за инвестирање. Оно што представља компаративну предност банака у односу на све постојеће конкуренте на тржишту је њихово вишедеценијско искуство када су финансијске трансакције у питању, као и веома разрађене процедуре када је у питању управљање ризицима у банкарском пословању¹³.

СТАЛНА ИМОВИНА		ДУНАВ	GENERALI	ДЈОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА		
		Текућа година	Претх. годна	Раст / пад	Текућа година	Претх. годна	Раст / пад	Текућа година	Претх. годна	Раст / пад
		11.446.320	2.377.140	12.730.092	10.723.938	13.099.282	947.770	14.443.959		
		12.170.978	2.316.242	12.176.769	11.140.387	11.065.865	1.105.366	13.583.373		
		-5,95%	2,63%	4,54%	-3,74%	18,38%	-14,26%	6,34%		
ОБРТНА ИМОВИНА и АВР		Текућа година	Претх. годна	Раст / пад	Текућа година	Претх. годна	Раст / пад	Текућа година	Претх. годна	Раст / пад
		45.808.347	70.323.951	9.750.033	7.329.872	32.002.589	8.830.908	51.628.223		
		38.958.706	71.118.832	8.560.408	8.405.413	31.314.951	8.148.157	46.620.350		
		17,58%	-1,12%	13,90%	-12,80%	2,20%	8,38%	10,74%		

Табела 6: Стална и обртна имовина по друштвима за осигурање

¹² Јанез Комељ, Јошт Долничар, Сусрет осигуравача и реосигуравача, Сарајево 2007. „Изазови и могућности у осигурању и реосигурању с нагласком на Solvency II“

¹³ Вера Зеленовић, Милан Радовић, Јелена Витомир, Перспективе банкарства у светлу дигитализације, Jahorina Business Forum 2020 / Јахорински пословни форум 2020

		ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАТАК ТРЖИШТА
СТАЛНА ИМОВИНА	Учешће	17,40%	3,61%	19,36%	16,31%	19,92%	1,44%	21,96%
	Учешће 3 најв. ос.	40,37%						59,63%
	Учешће 6 најв. ос.	78,04%						21,96%
ОБРТНА ИМОВИНА и АВР	Учешће	20,30%	31,16%	4,32%	3,25%	14,18%	3,91%	22,88
	Учешће 3 најв. ос.	55,78%						44,22
	Учешће 6 најв. ос.	77,12%						22,88%

Табела 7: Учешће у укупној сталној и обртној имовини по друштвима за осигурање

Из графичког приказа датог у графику 3. у наставку очава се да три највећа друштва имају значајно веће учешће у укупној обртној имовини целог тржишта у односу на њихово учешће у сталној имовини. Из графика је могуће уочити да је овакав однос непосредан резултат политика инвестирања само једног осигураваача (Ђенерали осигуравање) чије учешће у обртној имовини целог тржишта осигурања износи високих 31,16%. Индикативно је да Дунав осигурање бележи значајан раст обртне имовине у пословној 2020 години у односу на претходну пословну годину (17,58%), док је висина сталне имовина опала за скоро 6% у односу на вредности из претходне пословне године, што указује на промене политика инвестирања код овог друштва и оријентацију на лако утрживу активу.

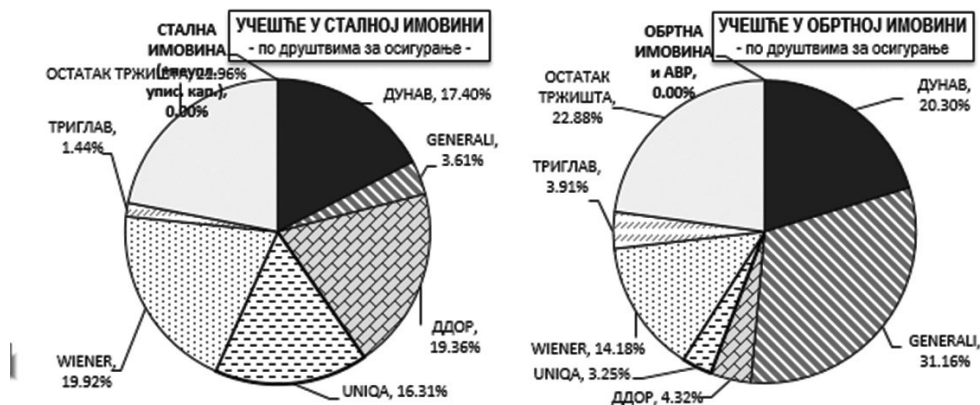


График 3: Графички приказ учешћа у сталној и обртној имовини по друштвима за осигурање

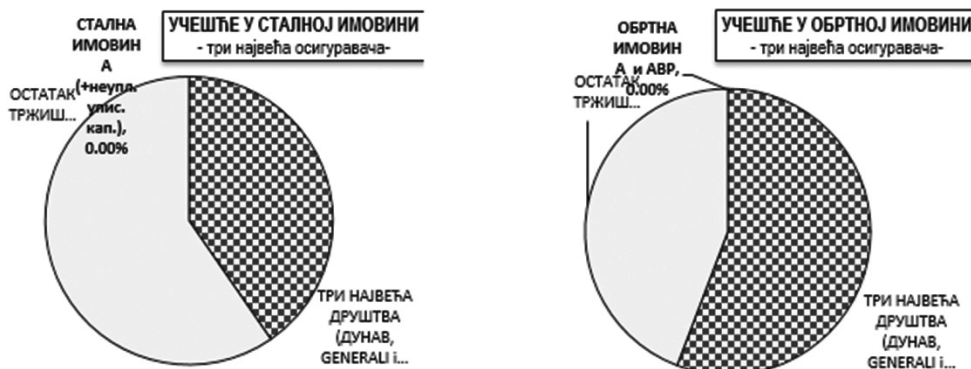


График 4: Графички приказ учешћа у сталној и обртној имовини три највећа осигураваача

Особеност поступка успостављања оптималне хоризонталне композиције активе и пасиве у друштвима за осигурање је чињеница да се обртна имовина (често и део сталне имовине) највећим делом финансира из туђих извора који имају објективно нижу цену него што је цена стандардних позајмљених извора финансирања, иако цена ових извора свакако мора да обухвати стопу раста цена, а требала би да укључи и маржу ризика.¹⁴

Учешће три највећа осигураваача у дугорочној и краткорочној активи, презентовано у графиконима 5. и 6., потврђује претходно изнета запажања, с тим да је из истих могуће детаљније сагледати билансну структуру, како код три највећа осигураваача, тако и остатка тржишта. Из графикона 5. јасно уочава да на тржишту осигурања више од половине некретнина (за обављање делатности) поседује Дунав осигурање

¹⁴ Дрљача, Д., Управљачко рачуноводство као оквир и инструмент управљања ризицима активе и пасиве у друштвима за осигурање, Београд: Центар за културу Младеновац, 2011., стр. 91.

(54,55%), уз приближно слично учешће ДДОР осигурања (19,94%) и остатка тржишта (18,9%), док је учешће Ђенерали осигурања симболично и износи свега 6,61%. Када је реч о инвестиционим некретнинама уочава се да у укупним инвестиционим некретнинама тржишта осигурања Дунав осигурање учествује са трећином (33,38%), мањи осигуравачи чине половину учешћа, ДДОР 15,38%, док Ђенерали осигурање учествује са симболичних 1,1%. Када је реч о дугорочним улагањима, за разлику од Дунав осигурања и Ђенерали осигурања, уочава се да мањи осигуравачи преферирају улагања у дугорочне финансијске пласмане (72,16%, односно 76,52% у остале дугорочне пласмане), као и ДДОР осигурање (20,22%, односно 21,48% у остале дугорочне пласмане). Међутим, готово две трећине укупних улагања у акције повезаних правних лица и делом у акције других правних лица, отпада на Дунав осигурање (64,91%), а скоро трећина на Ђенерали осигурање (31,29%).

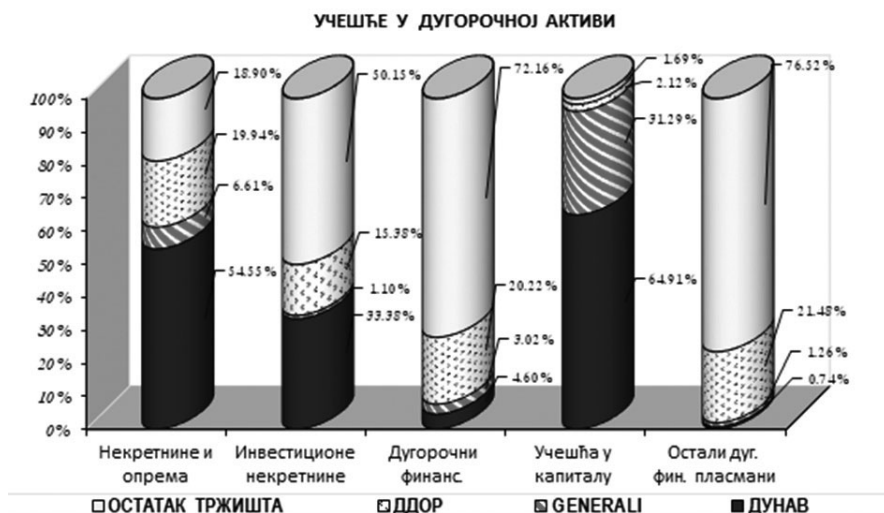


График 5: Графички приказ учешћа у дугорочној активи три највећа осигуравача

Са друге стране анализом учешћа у краткорочној активи (Графикон 6.) уочава се да Ђенерали осигурање има скоро дупло веће учешће у краткорочним пласманима (35,09%) у односу на Дунав осигурање (18%), а нарочито у односу на ДДОР осигурање (3,26%). Даљом анализом презентованих података у графикону 5. уочава се да мања друштва за осигурање имају значајно учешће средстава у готовини и готовинским еквивалентима, односно да учествују са скоро 50% у укупној готовини на тржишту осигурања, за разлику од ДДОР осигурања чије учешће у готовини и готовинским еквивалентима износи свега 4,61%. Ђенерали осигурање (21,81%) и Дунав осигурање (24,13%) имају такође релативно високо учешће у готовини и готовинским еквивалентима. Из истог графичког приказа евидентно је и да ДДОР осигурање (12,29%) и Ђенерали осигурање (14,56%) имају битно ниже учешће у краткорочним потраживањима у односу на Дунав осигурање (33,86%) и остатак тржишта (39,30%), што упућује на закључак о ефикаснијој наплати потраживања или строжијим

политикама исправке вредности потраживања (што није могуће знати без увида у аналитичке податке осигураваача).

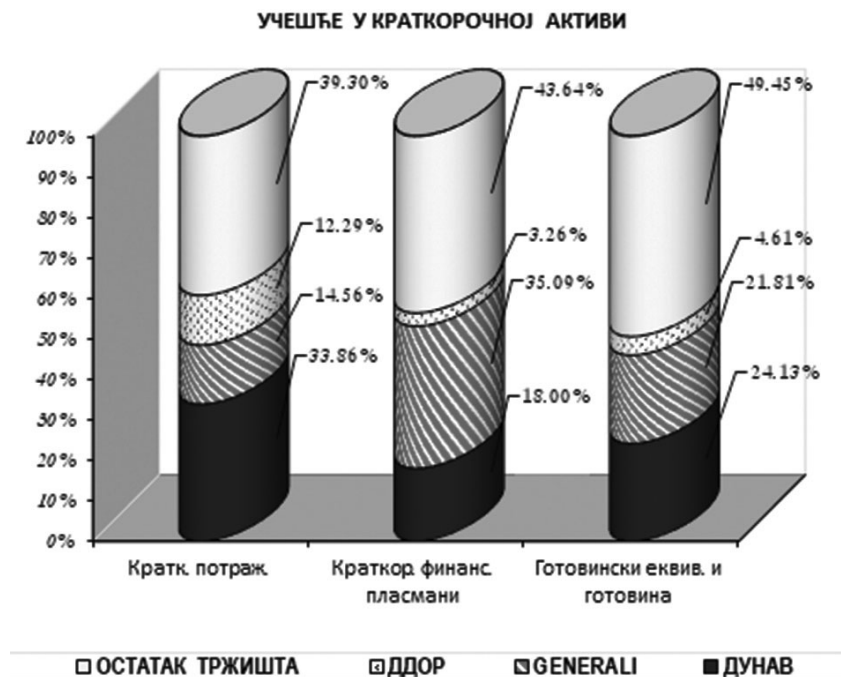


График б: Графички приказ учешћа у краткорочној активи три највећа осигураваача

Из напред изнетих кретања јасно је да су поједини осигураваачи доминантно оријентисани на профитабилност и лако утрживе облике aktive, што је посебно изражено код Ђенерали осигурања, док поједини осигураваачи преферирају улагања у дугорочну активу, која доноси ниже приносе, али носи већи степен сигурности (посматрано на дуги рок), као што је случај са Дунав осигурањем, ДДОР осигурањем, али и појединим мањим осигураваачима. Овакав закључак донекле релативизује чињеница да постоје битне разлике у структури портфеља осигурања између појединих осигураваача, нарочито у погледу односа животних и неживотних осигурања. Ипак, доношење дефинитивних закључака могуће је тек након анализе читавог низа финансијских и актуарских показатеља, који ће бити обрађени у посебној тачки овог рада, с тим да је неопходно у сваком моменту имати у виду да детаљна анализа финансијских извештаја а посебно анализа политика инвестирања захтева увид у аналитичке податке осигураваача, који нису доступни јер не спадају у скуп података који су предмет јавног обелодањивања, тако да исти нису обрађени у овом раду.

У процесу анализе квалитета имовине, осигураваачи полазећи од својих пласмана, вероватноће њихове наплативости и дисперзије, израчунавају већи број показатеља на који упућују на ниво изложености друштва појединим ризицима, а пре свега тржишном ризику, инвестиционом и кредитном ризику. У оквиру ове групе показатеља, најважнији су следећи: (1) однос укупно инвестираних средства

у имовину којом су покривене техничке резерве и укупне активе; (2) однос учешћа у капиталу и укупне активе; (3) однос потраживања за премију и бруто премије; и (4) низ показатеља који различите категорије инвестираних средстава ставља у однос са укупном активом. Од суштинског значаја је имати у виду да уколико осигуравач нема покривене обрачунате техничке резерве, исто указује на могуће проблеме у измиривању обавеза у будућности, а узроци могу бити недовољна дисперзија инвестиционог портфеља, ненаплативост улагања, структурна, рочна и валутна неусклађеност средстава и обавеза и сл.

		ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА	ТРЖИШТЕ ОСИГ.
1	Потраживања за премију / Бруто премија	16,49%	9,76%	15,72%	18,35%	12,37%	14,14%	6,12%	12,69%
2	“Учешћа у капиталу / Укупна актива”	3,11%	1,18%	0,26%	0,10%	0,00%	0,05%	0,03%	0,94%
3	Просечна инвест. средства: “ [Инв. некретн. + дуг. пласм.+ кратк. пласм.] / Ук. актива”	60,57%	84,86%	67,48%	74,16%	80,63%	56,37%	82,02%	75,83%
4	Укупно инвест. средства: “ [Инв. некретн. + дуг. и кратк. пласмани + готовина и гот. екв.+ стална сред. нам. продаји] / Ук. актива”	67,51%	89,12%	72,42%	76,10%	84,17%	63,13%	89,10%	81,14%

Табела 8: Показатељи квалитета активе

Инвестирана средства могу се схватити као збир нематеријалних улагања, некретнина, пласмана у ХоВ којима се не тргује и потраживања. У случају високих вредности показатеља који за инвестирана средства узима наведене категорије средстава, пословање конкретног осигуравача би се могло сматрати ризичним, с обзиром да ове категорије улагања имају отежану наплату. Као инвестирана средства може се узети и збир инвестиционих некретнина, дугорочних и краткорочних

пласмана или алтернативно, збир инвестиционих некретнина, дугорочних пласмана, краткорочних пласмана, готовине и готовинских еквивалената и сталних средстава намењених продаји.

Показатељ 1. указује да Ђенерали осигурање (9,76%) и мањи осигурвачи (6,12%) имају бољу наплату потраживања у односу на друге осигураваче, те да остали осигуравачи имају виши ниво кредитирања осигураника, посредника и заступника. Међутим, висока вредност овог показатеља често указује да осигуравач није извршио релну процену својих потраживања (прецењена). Показатељ 2. који се израчунава стављањем у однос однос учешћа у капиталу код других правних лица и активе, указује да осигуравачи који послују на нашем тржишту немају значајнијих улагања у акције других правних лица, осим Дунав осигурања код кога овај показатељ износи 3,11%, што је више од три пута у односу на просек тржишта (0,94%). Овде је важно имати у виду да учешћа у капиталу имају тежу наплату и да су по правилу изложена и ризику промене цена власничких хартија од вредности. Из високих вредности показатеља 3. и 4. код појединих осигуравача (на пример код Ђенерали осигурања), не би се могло закључити да ова друштва воде ризичну инвестициону политику (знајући да поједине категорије улагања имају отежану наплату), с обзиром на значајно учешће животних осигурања у њиховом портфељу и добру наплату потраживања.

Како поједини аналитички подаци осигуравача нису предмет јавног обелодањивања (на пример, улагања у ХоВ којима се тргује или не тргује и сл.), није могуће израчунати све показатеље. С тим у вези потребно је напоменути да осигуравачи у поступку анализе обавезно рачунају и показатељ који се добија као однос збира нематеријалних улагања, непокретности, пласмана у ХоВ којима се не тргује и потраживања са укупном активом. Поред наведеног рачуна се и показатељ који се добија сучељавањем укупно инвестираних средстава у имовину којом су покривене техничке резерве и укупне активе.

Иако је израчунавање и анализа показатеља који упућују на испуњеност капиталних захтева од суштинске важности, њихова анализа није довољна, зато што на солвентност осигуравача у великој мери утичу и политике реосигурања и саосигурања које примењују осигуравачи, зато што се кроз реосигурање минимизирају односно преноси ризик са осигуравача на реосигуравача. Конкретно кроз процес реосигурања и саосигурања обезбеђује се дисперзија ризика. Уско у вези са политикама реосигурања стоји питање висине самопридржаја, зато што у ситуацији када осигуравач одреди пренизак ниво самопридржаја, долази до неоправданог повећања висине премије реосигурања, односно одлива средстава у реосигурање. Супротно, превисок ниво самопридржаја, доводи до прекомерног задржавања ризика у сопственом покрићу и повећања ризика немогућности плаћања великих штета, односно обавеза из основа осигурања.

У наставку се презентују одговарајући показатељи реосигурања.

1	2	3			
“Меродавна премија у самопдржају / Меродавна ук. премија”	“Техничке резерве у самопдржају / Просечно решене штете у самопдржају (3г)”	“Техничке резерве у самопдржају / Просечна премија у самопдржају (3г)”			
89,26%	271,22%	118,93%	ДУНАВ		
86,56%	523,92%	245,46%	GENERALI		
91,07%	208,97%	110,02%	ДДОР		
76,64%	600,07%	272,71%	UNIQA		
70,41%	771,07%	373,79%	WIENER		
69,95%	220,72%	103,12%	ТРИГЛАВ		
90,36%	623,15%	268,88%	ОСТАЛА ДРУШТВА		
84,87%	439,98%	203,17%	ТРЖИШТЕ ОСИГ.		

Табела 8: Показатељи реосигурања и актуарски показатељи

Показатељ који се добија стављањем у однос меродавне премије у самопридржају и укупне меродавне премије нам даје информације који ниво ризика осигуравач преноси у покриће реосигуравача. Вредности овог показатеља упућују на закључак да *Uniq* (76,64%), *Wiener* (70,41%) и *Триглав осигурање* (69,95%) преносе више ризика у покриће реосигурања у односу на просек тржишта, што доводи неоправданог одлива премије у иностранство. Са друге стране, *Дунав осигурање* (89,26%), *Ђенерали* (86,56%) и остала друштва (90,36%) више ризика задржавају у сопственом покрићу.

Однос техничких резерви у самопридржају и просечно решених штета у самопридржају даје информације у којој мери капитал осигуравача може да апсорбује ризике настале као одраз одступања стварних штета од очекиваних, рачунато за последњих три године. У ситуацији када осигуравач у неживотним осигурањима, има ниске вредности овог показатеља, ризик се минимизира већим нивоом капитала, тј. повољнијим односом гарантне резерве и маргине солветности. Израчунати показатељи (пок. 1. и пок. 3.) у Табели 6. упућују на закључак да осигураваћа друштва која послују на домаћем тржишту осигурања на задовољавајући начин управљају ризиком неадекватно одређеног самоопридржаја.

Однос техничких резерви у самопридржају и просечно решених штета у самопридржају целог тржишта износи 439,8%, што значи да су осигуравачи који послују на тржишту осигурања у Републици Србији, у пословној 2020. години, на сваких 100 динара просечно решених штета обрачунали 439,8 динара техничких резерви у самопридржају, с тим да је висока вредност овог показатеља у значајној мери одраз високог учешћа животних осигурања у укупном портфељу осигурања. У складу са наведеним, поједини осигуравачи који имају ниско учешће животних осигурања у укупном портфељу (*Дунав осигурање*, *ДДОР* и *Триглав осигурање*) имају значајно нижу вредност овог показатеља у односу на просек тржишта. Из истог разлога, вредност показатеља 3. је битно нижа код *Дунав осигурања*, *ДДОР осигурања* и *Триглав осигурања*, у односу на просечну вредност за цело тржиште осигурања, које је на сваких 100 динара просечне премије у самопридржају у последње три године обрачунало 203,17 динара техничких резерви у самоопридржају.

Ниједног тренутка не би се смело изгубити из вида да примена читавог скупа различитих финансисјких показатеља, односно ни најбоље финансијске анализе не могу заменити неке традиционалне инструменте у поступку надзора и контроле пословања пословања друштава за осигурање. Савремено пословање захтева моделирање које укључује иновативне приступе. Један од могућих начина унапређења рада топ менаџмента је имплементација редовног рада интерне ревизије, што претпоставља и захтева нов приступ, самој организацији функција у средњем предузећу уз комплетно уважавање принципа по којима функционише рад интерног ревизора у средњем предузећу и уз уважавање и примену ревизијске професије¹⁵.

¹⁵ Јелена Витомир, Соња Томас–Мискин, Милена Лутовац, Важност стручне едукације интерних ревизора у средњим предузећима у Републици Србији, *Jahorina Business Forum 2020 / Јахорински пословни форум 2020*.

5. ОСТАЛИ ПОКАЗАТЕЉИ ОД ЗНАЧАЈА ЗА ПРОЦЕНУ СОЛВЕНТНОСТИ И СИГУРНОСТИ ОСИГУРАВАЧА

Поред напред наведених показатеља, у осигурању се користи читав низ других изузетно значајних показатеља, чије вредности су посредно такође од значаја за дубинско сагледавање испуњености капиталних захтева и анализу солвентности, нарочито показатељи садржани у оквиру *carmel* показатеља.

Показатељи квалитета управљачке структуре узимају у обзир број запослених и као такви полазећи од исказане продуктивности рада, индиректно указују на ефикасност управе осигуравача. У погледу ових показатеља постоји велика недоумица, с обзиром да број ангажованих запослених у друштву за осигурање стоји директно зависи од структуре портфеља осигуравача, првенствено из угла учешћа појединих врста осигурања и учешћа великих осигураника, односно генерално од односа броја полиса која потичу од правних и физичких лица. Додатно број ангажованих запослених стоји у корелацији и са организацијом продајне мреже, односно бројем и дисперзијом продајних места осигуравача. Следствено наведеном, показатеље из Табеле 9. у наставку, треба узети са извесном резервом.

		ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА	ТРЖИШТЕ ОСИГ.
1	“Бруто премија / Број запосл.”	9.558	9.934	9.936	8.331	11.371	9.266	9.536	9.767
2	“Укупна актива / Број запосл.”	18.440	32.719	17.056	26.906	38.714	12.667	33.020	25.897

Табела 9: Показатељи квалитета управљачке структуре

Поред наведених показатеља, рачуна се обавезно и показатељ који се добија као однос трошкова зарада и премије у самопридржају, који у овом раду није израчунат с обзиром да нису расположиви подаци о нивоу зарада за све осигураваче.

Неизоставна тачка у анализи сигурности и солвентности осигуравача јесу показатељи профитабилности. Израчунавањем вредности ратиа штета добијају се информације о довољности утврђеног нивоа премије осигурања, али и додатне

информације о ризцима који су пренети у покриће реосигурања и саосигурања, а добија се сучељавањем меродавних штета у самопридржају и меродавне премије у самопридржају. Висока вредност упућује на појачан ризик немогућности измиривања обавеза осигуравача. Из табеле 10., могуће је закључити да практично сви осигурвачи који послују на тржишту осигурања у Републици Србији имају уједначен и изузетно добру висину рачна штета. Конкретно, на нивоу целог тржишта осигурања, вредност од 49,05% указује да осигурвачи на домаћем тржишту имају 49,05 динара меродавних штета у самопридржају на сваких 100 динара премије (меродавне премије у самопридржају).

Паралелно са рачном штета, увек се рачуна и рачно трошкова који узима у обзир укупан износ трошкова спровођења осигурања и који се израчунава стављањем у однос висине трошкова спровођења осигурања конкретног осигурвача и висине меродавне премије у самопридржају. За разлику од рачна штета, висина рачна трошкова није уједначена, при чему су Wiener осигурање (24,28%), Ђенерали осигурање (29,34%) и Дунав осигурање (30,85%) у посматраној пословној години остварили ниже вредности овог показатеља у односу на просек тржишта осигурања (32,38%), што значи да ова три друштва воде политику ниских трошкова, у чијој структури највише учествују трошкови зарада и накнада зарада. Вредност овог показатеља на нивоу од 32,38% на нивоу целог тржишта осигурања указује да је за 100 динара меродавне премије у самопридржају неопходно направити (просечно) 32,38 динара трошкова.

		ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА	ТРЖИШТЕ ОСИГ.
1	РАЦИО ШТЕТА: (Мерод. штете у самопр. / Мерод. премија у самопр.)	48,19%	46,80%	50,96%	47,72%	52,48%	49,71%	49,94%	49,05%
2	РАЦИО ТРОШКОВА: (ТСО / Мерод. премија у самопридржају)	30,85%	29,34%	35,32%	48,06%	24,28%	41,56%	33,84%	32,38%
3	РАЦИО ИНВЕСТИЦИЈА: (Инвст. добит / Мер.премија у самопридр.)	4,45%	14,97%	4,83%	11,76%	16,60%	5,07%	13,48%	9,90%

4	КОМБИНОВАНИ РАЦИО - пок. 1. [1 + 2]	79,04%	76,13%	86,27%	95,78%	76,76%	91,27%	83,78%	81,43%
5	КОМБИНОВАНИ РАЦИО - пок. 2. [4 - 3]	74,59%	61,17%	81,45%	84,01%	60,15%	86,20%	70,30%	71,53%
6	РАЦИО ТРОШКОВА У ВЕЗИ СА ЛИКВ. ШТЕТА: (Прошк. изв., пр., ликв. и исп. штета / Штете у самопр)	6,72%	5,93%	7,53%	6,22%	4,10%	7,80%	6,92%	6,47%
7	РАЦИО ИНВЕСТИЦИОНОГ ПРИНОСА: (Инвестициона добит / Просечно инвестирана средства)	3,32%	4,67%	3,71%	3,83%	4,17%	4,61%	4,00%	4,09%

Табела 10: Показатељи зарада и профитабилности

Синергетски ефекат ова два показатеља добија свој израз у вредности два комбинована рација, при чему се основни комбиновани рацио добија као збир рациа штета и рациа трошкова, а исти упућује на профитабилност из послова основне делатности осигуравача. Неретко аналитичари у случајевима када вредност овог показатељ прелази 100% закључују да се ради о непрофитабилном осигуравачу, што не мора увек да одговара чињеничном стању, зато што осигуравачи значајан део прихода остварују по основу улагања средстава техничких резерви. Управо из тог разлога, обавезно би требало рачунати и рацио инвестиција чија вредност се одузима од претходно израчаног комбинованог рација. У резултату добија се још један комбиновани рацио (пок. 2), а који се добија сучељавањем висине инвестиционе добити и висине меродавне премије у самопридржају. Међутим, у случају када овако утврђен комбиновани рацио узима вредност која је већа од 100%, исто недвосмислено упућује на закључак о угроженој солвентности осигуравача. Из презентованих вредности основног комбинованог рација (пок. 1) који износи 81,43% могуће је закључити да осигуравачи на домаћем тржишту послују профитабилно. Овај закључак потврђује вредност другог комбинованог рациа (пок 2) који износи свега 71,53% на нивоу тржишта осигурања. Из презентованих података јасно је да Wiener осигурање (60,15%) и Ђенерали осигурање (61,17%) имају далеко највећу профитабилност на тржишту осигурања, што је делом резултат држања трошкова на

ниском нивоу, а делом резултат добрих резултата у инвестиционој политици ова два друштва.

Поред наведених у оквиру ове подгрупе показатеља постоје и други показатељи, који у осигурању немају тежину као претходно поменути, као што су стопа нето приноса на укупна улагања (нето резултата / укупна актива), стопа нето добитка (нето резултат / укупни приходи), стопа рентабилности капитала (нето резултат / просечан укупан капитал) и резултат по запосленом (нето резултат / број запослених).

Показатељи ликвидности дају информације о способности осигурвача да измири своје обавезе. Адекватност показатеља ликвидности стоји у узрочној вези са квалитетом и утрживошћу имовине, као и структурном и рочном усклађености средстава и обавеза. У поступку рачунања показатеље ликвидности, обавезе се увећавају за укупну висину временских разграничења (резервисане штете, преносне премије и остала пасивна временска разграничења). Информативна вредност првог показатеља, упркос чињеници да узима само најликвиднија средства, тј. готовину и готовинске еквивалентне, умногоме је ограничена чињеницом да се готовина ставља у однос са краткорочним обавезама, тј. апстрахујући резервисане штете и резерве за премије и неистекле ризике. У том смислу други показатељ је знатно строжији показатељ ликвидности. С обзиром на ограниченост јавно доступних података, у табели 11. у наставку нису израчуната два врло информативна показатеља ликвидности. Први показатељ добија се као однос ликвидне активе (1), схваћене као збир акција којима се тргује, ХоВ расположивих за продају (којима се тргује), ХоВ издатих од стране државе, централне банке или међународних финансијских организација и готовине и краткорочних обавеза увећаних за укупна пасивна временска разграничења са друге стране. Други показатељ добија се када се ликвидна актива из претходног става додатно увећа за дугорочне пласмане који доспевају до једне године, ХоВ које се

		ДУНАВ	GENERALI	ДДОР	UNIQA	WIENER	ТРИГЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА	ТРЖИШТЕ ОСИГ.
1	“Готовина и готов. еквиваленти / Краткорочне обавезе”	0,37	0,49	0,58	0,24	0,41	0,37	1,81	0,56
2	“Готовина и готов. еквиваленти / Кратк. обавезе + ПВР”	0,06	0,10	0,04	0,05	0,07	0,06	0,19	0,09

		ДУНАВ	GENERALI	ДОР	UNIQA	WIENER	ТРИЛАВ	ОСТАЛА ДРУШТВА	ТРЖИШТЕ ОСИГ.
3	“Обртна имовина + ук. АВР - залихе / Кратк. обавезе + ПБР”	1,32	3,71	0,86	1,26	2,99	1,40	3,17	2,17

Табела 11: Показатељи ликвидности

Не улазећи у детаљну анализу ликвидности по друштвима за осигурање, из презентованих података у Табели 11., произилази да домаћа друштва за осигурање имају задовољавајућу ликвидност, с тим да мањи осигуравачи (остала друштва) имају знатно вишу ликвидност у односу на просек тржишта.

Управљање ликвидношћу је од есенцијалног значаја за осигуравача, због чега осигуравачи приступају планирају новчаних токова. Ово је изузетно важно зато што се у ситуацијама када су средства осигурања заробљена у готовини и готовинским еквивалентима, смањују приноси од улагања, тако да ликвидне краткорочне ХоВ, које носе веће стопе приноса а релативно лако се могу претворити у готовину, имају релативно велико учешће у структури укупних улагања друштава за осигурање. Једна од метода планирања новчаних токова је метод финансирања који полази од претпоставке да минимални салдо готовине треба да буде једнак просечном годишњем салду који је неопходан за обављање редовне пословне активности и заснива се на коефицијенту обрта готовине и просечном салду готовине.¹⁶

Иако би нас анализа осталих показатеља који се користе у поступку анализе солвентности осигуравача, удаљила од теме овог рада, нужно је скренути пажњу и на показатеље које користе органи супервизије и рејтинг агенције чије ознаке рејтинга укључују и оцену вероватноће неизмиривања обавеза емитента, оцене хибридних хартија од вредности, оцене опоравка, показатеље надокнада реосигурања према

¹⁶ Драган Красуља, Милорад Иванишевић, Пословне финансије, Економски факултет, Београд, 1999.
*Коефицијент обрта готовине добија се када се укупни одливи готовине у току године ставе у однос са просечним салдом готовине и готовинских еквивалената.

капиталу и сл., по правилу узимајући у обзир компаративне резултате конкуренције и одговарајући временски хоризонт. Међу њима, посебно треба истаћи рацио стопе обнављања полиса као репрезент задовољства корисника услуга осигурања (по сегментима пословања и класама пословања), рацио преносних премија (односно преносне и обрачунате премије), рацио плаћених и резервисаних штета, IBNR рацио (односно резерви за настале, непријављене штете и укупних резервисаних штета) и рацио ликвидности који се добија сучељавањем прилагођених обавеза и ликвидне aktive, при чему прилагођене обавезе представљају разлику укупних обавеза и доспелих ненаплаћених премија од посредника и преузимаача ризика, тј. агената продајем. Ликвидна актива укључује она средства за која је супервизор посебно сигуран да ће и даље остати ликвидна.¹⁷ Посебно интересантан показатељ довољности капитала развила је агенција *Moody's* који се добија сучељавањем бруто фактурисане премије увећане за бруто техничке резерве и сопственог капитала умањеног за 10% високо ризичне aktive. У осигурању је израчунавање ажурности у решавању и исплати штета од виталне важности. Ова анализа се спроводи по врстама осигурања, а показатељи ажурности се обавезно упоређују за просечном ажурношћу читавог тржишта осигурања. Сучељавањем обрачунатих, одбијених и сторнираних штета у својој укупности и почетног стања резервисаних штета и пријављених штета, осигуравачи утврђују своју ажурност.

6. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Презентовани подаци упућују на закључак да друштва за осигурање која послују на домаћем тржишту осигурања имају адекватан капитал, уз задовољавајући ниво ликвидности и висок ниво профитабилности.

Општи закључак је да високе вредности показатеља довољности капитала указују да су осигуравачи способни да покрију евентуалне губитке који би настали због недовољности премије, значајнијег раста висине стварних штета у односу на очекиване или због неадекватно обрачунатих техничких резерви. Међутим, дефинитивни закључци у погледу солвентности и сигурности конкретног осигуравача, поред показатеља који су презентовани у овом раду, морају да узму у обзир и тестове адекватности обавеза, тестове адекватности капитала, детаљне анализе његовог инвестиционог портфеља, као и анализу процењеног нивоа исправки вредности потраживања и то посебно за неживотне и животне врсте осигурања.

Како капитал шест највећих осигуравача чини скоро три четвртине капитала целог тржишта осигурања, а капитал и обрачуната висина гарантне резерве три највећа осигуравача више од половине укупног капитала целог, односно гарантне резерве целог тржишта осигурања, јасно је да на тржишту осигурања постоји релативно висока концентрација капитала код неколико највећих осигуравача. Уједно, вредност показатеља презентованих у овом раду указује да су три највећа осигуравача имају добре показатеље солвентности.

¹⁷ Thorburn C., Ratios for supervisors, A Primer on Non-life Insurance Ratios for Insurance Supervisors, стр.10-39, 2004.

Када посматрамо цело тржиште осигурања уочава се да су поједини осигурвачи изложени мањем ризику, с обзиром да им је премија покривена са више јединица капитала, уз нижи степен ефикасности употребе сопственог капитала, док друга група осигурвача нагласак ставља на ефикасност употребе сопственог капитала, уз нешто виши ниво изложености по основу уговора о осигурања. Недвомсилен закључак је да је тржиште осигурања у Републици Србији солвентно, што потврђује и чињеница да је сваки динар обрачунате маргине солвентности покривен са 2,35 динара гарантне резерве. Потребно је указати на један важан детаљ који се тиче преноса ризика у покриће реосигурања. Из показатеља реосигурања произилази да су поједини осигуравачи утврђују ниво самопридржаја на ниском нивоу и да су склони да већи ниво ризика преносе у покриће реосигурања, за разлику од других који више ризика задржавају у свом покрићу. Иако је неспорно да се кроз покриће реосигурања (и саосигурања) обезбеђује смањење ризика, јасно је да би евентуално утврђивање самопридржаја на ниском нивоу довело до неоправдано великог одлива премије према ино реосигуравачима, што у коначном доводи до смањења нивоа инвестиционих активности у земљи.

ЛИТЕРАТУРА

- Babel David F. and Fabozzi Frank J., Investment management For Insurers, , John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 1999.
- Delegated Regulation (EU) 2015/35 supplementing Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council on the taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II), Official Journal of the European Union, 2019.
- Драган Красуља, Милорад Иванишевић, Пословне финансије, Економски факултет, Београд 1999.
- Дрљача, Д., Управљачко рачуноводство као оквир и инструмент управљања ризицима активе и пасиве у друштвима за осигурање, Београд: Центар за културу Младеновац, 2011.
- Fitch Ratings, Insurance Rating Methodology – Global Master Criteria, 2013.
- Јанез Комељ, Јошт Долничар, Сусрет осигуравача и реосигуравача, Сарајево 2007. „Изазови и могућности у осигурању и реосигурању с нагласком на Solvency II“.
- Јелена Витомир, Соња Томас–Мискин, Милена Лутовац, Важност стручне едукације интерних ревизора у средњим предузећима у Републици Србији, Jahorina Business Forum 2020 / Јахорински пословни форум 2020.
- Младен Латковић, Хагена, Загреб, Управљање ризицима, идентификација, мјерење и контрола, 2001.
- Moody's investors service, Moody's Global Rating Methodology for Property and Casualty Insurers, 2010.
- Вера Зеленовић, Милан Радовић, Јелена Витомир, Перспективе банкарства у светлу дигитализације, Jahorina Business Forum 2020 / Јахорински пословни форум 2020.
- Одлука о адекватности капитала друштва за осигурање - реосигурање, “Службени гласник РС”, бр. 51/2015.

- Одлука о систему управљања у друштву за осигурање/реосигурање, “Службени гласник РС”, бр. 51/2015 и 29/2018.
- Одлука о изменама и допунама Одлуке о систему управљања у друштву за осигурање/реосигурање, “Службени гласник РС” 29/2018
- Одлука о техничким резервама, „Службени гласник РС“, бр. 42/2015 и 36/2017
- Одлука о инвестирању средстава осигурања, “Службени гласник РС”, бр. 55/2015 и 111/2017
- Thorburn C., Ratios for supervisors, A Primer on Non-life Insurance Ratios for Insurance Supervisors, 2004.
- Закон о осигурању, Службени гласник РС, бр. 139/14.

Презентације:

- Кочовић Ј., Ликвидност и солвентност осигуравајућих компанија; Концепт солвентности осигуравајућих компанија, од солвентности 0 до солвентности II, Курс са континуирану едукацију актуара и других стручњака у осигурању, 2014.

Сајтови:

- www.nbs.rs
- www.apr.gov.rs
- www.worldbank.org

MILOJE ISAILOVIĆ
Central Office of the Tax Administration
of the Republic of Serbia, Belgrade
DRLJAČA DEJAN, PhD
Dunav Insurance Company, Belgrade,
JELENA VITOMIR, PhD
Megatrend, Belgrade,

368:339.13
330.142.211
658.1:368
DOI: 10.5937/MegRev2203061I
Originalni naučni rad
Primljen 21.08.2022.
Odobren 07.11.2022.

CONCENTRATION OF CAPITAL ON THE INSURANCE MARKET AND SOLVENCY ASSUMPTION

Summary: *The subject of this paper is the analysis of the concentration of capital on the insurance market in the Republic of Serbia and the identification of critical points in the analysis of insolvency of insurers. The necessity of economic and social protection of the interests of insured persons in conditions when the business of insurance companies is objectively exposed to a large number of risks can be achieved only if insurance companies meet extremely strict solvency requirements. In addition to the requirements for the adequacy of recognized liabilities and capital adequacy requirements, insurance companies are additionally faced with a number of special requirements, including requirements relating to the matching of assets, capital and liabilities. Although capital adequacy is the strongest type of guarantee, ie the ability of the insurance company to settle its future obligations based on claims, payments of insured amounts and other obligations, in essence compliance means that the insurer has additionally met the requirements regarding the amount and relative relations between assets, capital and liabilities, within assets or liabilities, as well as the relative relationship between certain categories of assets and capital and liabilities. The aim of this paper is to point out that for the insurer, in addition to capital adequacy and adequacy of technical reserves, the existence of financial balance is essential, ie the establishment of structural and maturity matching of assets, capital and liabilities. The structure of the paper provides insight into the analysis of capital concentration and fulfillment of capital requirements of insurers operating in the insurance market in Serbia, but also consideration of solvency assumptions and insight into the methodological apparatus used in the process of insolvency and security analysis of insurers.*

Keywords: *insurance, capital requirements, concentration, risks, analysis, assets, liabilities*

KOMPARACIJA NACIONALNOG I INTERNACIONALNOG BIZNISA

Sažetak: *Stvaraoce novih vrednosti u svakoj nacionalnoj ekonomiji čini zastupljen biznis koji realizuju određene kompanije nacionalne i internacionalne usmerenosti. U tome veoma krupan značaj za obe vrste tih kompanija i konkretnu državu ima njihov međusobni odnos. Tom važnom pitanju u naučnim radovima do sada nije poklanjana dužna pažnja praktično u čitavom svetu, što je posledično usporavalo razvoj nacionalne ekonomije i dezorijentisalo njen odnos prema globalizaciji, naročito u manje razvijenim zemljama.*

Upravo zbog toga, za temu ovog naučnog rada odabrano je komparativno izučavanje nacionalnog i internacionalnog biznisa, sa ciljem da se time dobiju nove naučne informacije u toj oblasti, koje će u stručnoj primeni doprinosti ubrzavanju razvoja konkretne nacionalne (državne) ekonomije. Pri tome je, radi obezbeđivanja neophodne empirije, korišćen prikladni upitnik na primeru Srbije, kao srednje razvijene zemlje koja se iz tog razloga smatra reprezentativnim primerom za istraživanje.

Ključne reči: *nacionalni biznis, internacionalni biznis, komparacija, nacionalna ekonomija, ekonomska globalizacija*

* dr Nikola Vujanović, viši predavač, Beogradska akademija poslovnih i umetničkih studija, Kraljice Marije 73, email: nikola.vujanovic@bpa.edu.rs

** dr Jovana Radulović, asistent sa doktoratom, Beograd, Beogradska akademija poslovnih i umetničkih studija, Kraljice Marije 73, email: jovana.radulovic@bpa.edu.rs

1. METODOLOŠKI UVOD

Za potrebe realizacije ovog istraživanja, tj. obrade oblasti komparacije nacionalnog i internacionalnog biznisa, kreiran je i primenjen adekvatan interni projekat naučnog istraživanja. Njime su obuhvaćeni i obrađeni svi relevantni idejni faktori tog istraživanja koje preporučuje savremena metodologija naučnog istraživanja, a u koje spadaju: problem, predmet, ciljevi, hipoteze, metode i tehnike istraživanja. U tome je centralno mesto zauzimao izbor naučnih metoda za ovo istraživanje, čiju strukturu su činili: dijalektička metoda kao opšta, zatim metode studiranja i ispitivanja kao posebne, odnosno metode komparacije i trendova kao pojedinačne.

Svi ti idejni faktori projektovanog istraživanja predstavljali su vodilju u samom istraživanju, koje se svodilo na prikupljanje i obradu relevantnih teorijskih i empirijskih podataka i zatim interpretiranje dobijenih novih naučnih informacija u obuhvaćenoj oblasti istraživanja. Na taj način težilo se kompletiranju naučnih saznanja iz ove oblasti u smislu dopunjavanja i razrade opšteg poznavanja teorije tih vrsta biznisa obuhvaćenog u delima poznatih svetskih autora, u koje prvenstveno spadaju dela navedena u korišćenju literaturi u funkciji obrade ovog naučnog rada.

Tako izvedeno istraživanje je uzrokovalo formiranje adekvatne istraživačke građe, koja je zatim sistematizirana i saopštena kroz naredne osnovne delove ovog rada:

- karakteristike posmatranih vrsta biznisa, gde su istaknuta osnovna obeležja nacionalnog i internacionalnog biznisa;
- okriviri proučavanja vrste biznisa, unutar čega je prvo odabrano posmatranje prošlosti tog biznisa u periodu od 50 godina, s jedne, i prognoziranje budućnosti tog biznisa u periodu od takođe 50 godina, s druge strane. Iza toga se obrađeni uticaji tog biznisa na nacionalnu ekonomiju;
- komparacija prethodnog delovanja biznisa, u sklopu čega je obrađeno pozitivno, negativno i opšte delovanje posmatranog biznisa na nacionalnu ekonomiju;
- komparacija budućeg delovanja biznisa, gde je prognozirano njegovo pozitivno, negativno i opšte delovanje na nacionalnu ekonomiju i svetsku ekonomsku globalizaciju;
- rezultati izvršenih komparacija, gde su interpretirane dobijene nove naučne informacije iz posmatrane oblasti.

Na taj način se težilo da ovaj naučni rad bude usklađen sa zahtevima savremene metodologije naučnog istraživanja, što podrazumeva punu argumentovanost dobijenih novih naučnih informacija u ovom istraživanju.

2. KARAKTERISTIKE POSMATRANIH VRSTA BIZNISA

Teorija tržišne ekonomije, koja poslednjih deenija dominira u svetskom privredvianju, s razlogom definiše bihnis kao poslovnu aktivnost namenjenu tržištu, sa ciljem ostvarivanja profita. Shodno tome, delovanjem ukupnog biznisa ostvaruju se nove vrednosti koje u kumulativu određuju obim bruto domaćeg proizvoda (BDP-a), u svakoj nacionalnoj ekonomiji (Zečević, 2004, str. 73-82).

U tome se sav taj biznis na nivou državne ekonomije može podeliti na nacionalni i internacionalni. Nacionalnim biznisom se obuhvataju sve interne privredne kompanije (privatne i javne) koje na tržišnim principima stvaraju nove vrednosti (proizvodne i uslužne) namenjene domaćem tržištu, a delom i izvozu, s tim što one nemaju svoje filijale u drugim zemljama. Nasuprot tome, privredne kompanije dominantno privatnog internacionalnog karaktera stvaraju nove vrednosti za potrebe domaćeg i međunarodnog tržišta, s tim što one osnivaju i koriste svoje filijale razmeštene u drugim zemljama (Đurović, 2018a, str. 182-186).

Između ove dve vrste kompanija postoje određene identičnosti, sličnosti i razlike – što najbolje karakteriše njihove specifičnosti (slika 1).



Slika 1. Međusobna obeležja nacionalnog i internacionalnog biznisa

Ova ilustracija, kao jednostavna, ali značajna zahteva adekvatnu širu interpretaciju s obzirom na karakter ovog rada.

Međusobne identičnosti kod posmatranih vrsta biznisa u osnovi se odnose na poslovni cilj, model organizacije i tržišnu usmerenost. Poslovni cilj je identičan kod obe ove vrste biznisa, budući da se time obuhvata osnovna njihova težnja ka ostvarivanju profita. Tu postoje i određene nijanse, koje ne remete suštinu tog i takvog cilja. Model organizovanja nacionalnog i internacionalnog biznisa u principijelnom smislu je takođe isti i u načelu se svodi na upravno, rukovodeće i izvršno artikulisanje poslovanja u obe te vrste biznisa. Najzad, tržišna usmerenost posmatranih vrsta biznisa isto tako je identična, s tim što je u tome nacionalni biznis u osnovi usmeren prema domaćem, a internacionalni biznis i prema domaćem i prema inostranim tržištima (Đurović, 2018c, str. 7-9).

Međusobne sličnosti ovih vrsta biznisa su brojne i u njima su najvažnije upravne, rukovodeće i izvršne sličnosti. Upravna sličnost se odnosi na načelne sličnosti vlasničkog upravljanja konkretnim privrednim kompanijama, koje u principu imaju glavne upravne organe (skupštinu vlasnika) i izvršne upravne organe (upravne odbore). Rukovodeća sličnost proističe iz toga što privrednim organima rukovode adekvatne menadžerske strukture koje su manje ili više složene. Na kraju, izvršna sličnost između internacionalnih i nacionalnih kompanija svodi se na to da zaposleni u oba ta biznisa imaju izvršnu ulogu (Dugalić, 2017, str. 33-38).

Međusobne razlike kod posmatranih vrsta biznisa su takođe brojne. U njima naročitu važnost imaju teritorijalni obuhvati biznisa, kompetentnost menadžmenta i suština razvoja tih vrsta biznisa. Po pitanju teritorijalnog obuhvata biznisom, nacionalni biznis deluje u matičnoj zemlji sa eventualnim izvozom u druge zemlje, dok internacionalni biznis u punom kapacitetu posluje u više zemalja sa stalnom težnjom da njegov obuhvat bude što veći. Kompetentnost menadžmenta u nacionalnom biznisu je u principu niža nego u internacionalnom biznisu, jer prvi slabije koristi nova naučna i tehnološka otkrića u svom radu i razvoju

u odnosu na drugi biznis. Suština razvoja nacionalnog biznisa je da se u tome oslanja na već primenjena naučno-tehnološka dostignuća, nasuprot čega se razvoj internacionalnog biznisa u osnovi zasniva na korišćenju novih naučno-tehnoloških saznanja i kreacija koje su u principu efikasniji od prethodnih. Upravo ove razlike u primeni omogućavaju internacionalnom biznisu da održava i uvećava svoje komparativne prednosti na svakom nacionalnom i inostranom tržištu prodaje proizvoda i usluga. Te prednosti su po svojoj suštini trajne i njih mogu da neutrališu samo one nacionalne kompanije koje raspolažu vrhunskim menadžmentom kao i internacionalni biznis, što se u praksi ređe dešava (Hill, 2017, 99. 24-31).

3. OKVIRI PROUČAVANJA VRSTA BIZNISA

Opšti okvir za uporedno izučavanje osnovnih vrsta biznisa predstavlja pomenuta name-ra da se ovim istraživanjem dopuni i produbi teorija i praksa različitih njihovih uticaja na razvoj nacionalnih ekonomija i svetsku ekonomsku globalizaciju, budući, da je taj važan aspekt u literaturi do sada usputno razmatran. U funkciji ostvarivanja takvog cilja ovog istraživanja bilo je potrebno prvo odrediti vremenski period tog proučavanja, zatim definisati međusobne uticaje tih vrsta biznisa u odnosu na svetsku ekonomsku globalizaciju, a na kraju je posebno projektovan način prikupljanja potrebnih empirijskih podataka za ovo istraživanje.

Shodno tome, kada je reč o vremenskom okviru ovog izučavanja, taj vremenski obuhvat u ovom istraživanju je podeljen na prošli i budući s tim što se prvi odnosi na komparaciju tih vrsta biznisa za koju postoje relevantni podaci, a drugi se odnosi na prognoziranje te komparacije za koju je potrebno prikupiti relevantne podatke. Oba ova vremenska perioda približno obuhvataju vremensku prošlost i budućnost u trajanju od oko 50 godina (za prošli period približno od 1970. do danas, a za budući približno od 2020. do 2070. godine). Ovo je učinjeno zato što je vremenski definisana prošlost poznata a vremenski definisana budućnost nepoznaa ali je projekcijski relativno saglediva.

Što se tiče definicije uticaja pomentih vrsta biznisa na nacionalnu i svetsku ekonomiju, u tome su u ovom istraživanju ti uticaji artikulsiani na nacionalno pozitivne, nacionalno negativne i globalizacione (opšte, tj. svetski posledične). Svi ti uticaji i principi su složeni i međusobno komplementarni (slika 2).



Slika 2. Uticaji nacionalnog i internacionalnog biznisa na nacionalnu i svetsku ekonomiju

Pozitivni nacionalni uticaji obe vrste posmatranog biznisa u osnovi se mogu podeliti na uticaje na stvaranje BDP-a, društvenu zaposlenost i tehnološke nivoe rada i života. U tome

obe tretirane vrste biznisa sa svoje strane doprinose ostvarivanju BDP-a u svakoj nacionalnoj ekonomiji. Međutim, njihovi takvi pozitivni doprinosi su različiti i zavise od mnogih faktora. Isto važi i za doprinose društvenom zapošljavanju, s tim što je i ovde učešće tih biznisa različito i uslovljeno mnoštvom faktora. Slično se onosi i na pozitivne doprinose ovih vrsta biznisa rastu nivoa primenjene tehnologije u radu i životu obuhvaćenog stanovništva, što takođe zavisi od mnogih faktora. Zbirno gledano, svi ovi pozitivni uticaji obe vrste biznisa su načelno nesporni i oni sa svojih strana odlučujuće doprinose rastu radnog i životnog standarda obuhvaćenog stanovništva (Đurović, 2017, str. 21-29).

Negativni nacionalni uticaji posmaranog biznisa na nacionalnu ekonomiju takođe su brojni i složeni, a u njima istaknuti značaj imaju težnje tog biznisa ka raubovanju prirodnih resura, suzbijanju državnog suverentiteta i stvaranje tržišnog monopola. Težnja svakog privatnog biznisa (a on je dominantan u tržišnoj ekonomiji) je da u maksimalnoj meri eksploatiše prirodne resurse nacionalne ekonomije sa ciljem postizanja što većeg profita. Toj težnji se suprotstavlja svaka država, ali je pitanje koliko u tome uspeva. Težnja takođe svakog biznisa je da se u svojoj borbi za profit suzbija državni suverenitet, a mera tog suzbijanja takođe zavisi od snage države da se tome suprotstavi. Najzad, težnja svakog biznisa je da ima monopolističke položaj na ciljnom tržištu prodaje, što dovodi do toga da se slabiji tržišni subjekti povlače sa tržišta ili propadaju, dok jači opstaju. U tome, po logici svoje veće poslovne snage, internacionalni biznis načelno ima prednost u odnosu na nacionalni biznis. Naravno, u ovome bitnu regulacionu ulogu treba da ima država sa svojom ekonomskom politikom (Josifitis, 2001, str. 21-28).

Međusobni uticaji nacionalnog biznisa i ekonomske globalizacije nalaze se u visokom kausalitetu, u kojem svetska ekonomska globalizacija ima karakter pretežno nezavisne, a nacionalna ekonomija, pretežno zavisne varijable. Takav odnos proističe iz stalne težnje najmoćnijih privrednih subjekata da prodru u čitav svet i da pri tome svuda osvoje monopolistički položaj, nasuprot čega stoji težnja svih država da zaštite svoj ekonomski i time i politički suverenitet. Navedeni trendovi jačanja uticaja prvenstveno internacionalnog biznisa na ekonomsku globalizaciju, su veoma složeni i teško ih je prognozirati (Đurović, 2017b, str. 7-9).

Na kraju, kada je reč o okvirima ovog istraživanja, neophodno je metodološki projektovati način na koji će se prikupiti relevantni empirijski podaci za ovo naučno istraživanje. To je u ovom slučaju rešeno kreiranjem adekvatnog upitnika kojim se obuhvataju definisani periodi prošlosti i budućnosti (sa oko 50 godina) i skupovima postavljenih pitanja za ispitanika za te periode. Za takvo prikupljanje potrebnih naučnih podataka za ovo istraživanje, u formi studije slučaja, odabrano je visoko obrazovanje u Srbiji kao srednje razvijenoj zemlji. U tome ispitanike su predstavljali po jedan vodeći nastavnik visokoškolske ustanove iz oblasti ekonomije i menadžmenta, ceneći da su oni kompetentni da odgovore na postavljena anketna pitanja, kao i da uspešno reprezentuju eksperte iz tih oblasti u drugim zemljama. U tom kontekstu, nadalje će se u ovom radu, uz odgovarajući kritiku, prikazati rezultati izvršenog anketiranja.

3. KOMPARACIJA PRETHODNOG DELOVANJA BIZNISA

U posmatranih prošlih oko 50 godina osnovni faktor svake nacionalne (državne) ekonomije predstavljala je reprodukcija i prodaja najrazličitijih struktura proizvoda i usluga, tj.

nosilaca novih vrednosti, u čemu je po svim kriterijumima vodeću ulogu imao nacionalni biznis privatnog karaktera. Taj biznis je oduvek postojao, ali se kroz vreme stalno umnožavao. Slično važi i za internacionalni biznis sa tradicijom dugom oko 250 godina, koji se uporno probijao, iako je na početku imao mnogo manje učešće u ukupnom BDP-u. Unutar toga, po logici sličnih profitnih ciljeva, oba ova biznisa zakonito su u svom poslovanju ispoljavali svoje pozitivne, negativne i opšte uticaje na svaku nacionalnu ekonomiju. Upravo zato, sa aspekta cilja ovog naučnog rada, uz pomoć izvršenog anketiranja, uporedno će se prikazati intenziteti uticaja, kako bi se na osnovu toga determinisali razvojni trendovi nacionalnog i internacionalnog biznisa. Za tu potrebu odabranim ispitanicima postavljena su tri ključna opšta pitanja na koja su oni dali svoje odgovore. Rezultati toga su sledeći.

Prvo anketno pitanje odnosilo se na ocenu koji je od nacionalnog i internacionalnog biznisa intenzivnije pozitivno uticao na razvoj nacionalnih ekonomija u svetu u posmatranoj prošlosti. Na to pitanje, prema očekivanju, značajna većina ispitanika (tabela 1) se opredelila za alternativu poj kojoj je intenzivniji uticaj u toj oblasti imao internacionalni biznis (25 ispitanika ili 78%). To praktično znači da je po toj oceni internacionalni biznis intenzivnije uticao na nacionalne ekonomije naročito u smislu rasta BDP-a, društvene zaposlenosti i nivoa primenjene tehnologije. Ovo ujedno znači da je internacionalni biznis takvu misiju ostvario zato što je u tim vremenima, u odnosu na nacionalni biznis, bio poslovno vitalniji u smislu svog kompetentnijeg menadžmena, upornog korišćenja novih naučnih saznanja i tehnoloških inovacija, sistematičnog projektovanog svog razvoja i sl. Na taj način, ovim anketnim rezultatom se dodatno argumentuje sadašnja naučna hipoteza po kojoj je u posmatranoj prošlosti efikasnije pozitivno delovao internacionalni, u odnosu na nacionalni biznis.

Tabela 1. U posmatranoj prošlosti, između nacionalnog i internacionalnog biznisa, koji je od njih intenzivnije pozitivno uticao na razvoj nacionalnih ekonomija u svetu?

Ponudeni odgovori	Broj odgovora	% odgovora
a) intenzivnije je uticao nacionalni biznis	5	16
b) intenzivnije je uticao internacionalni biznis	25	78
c) oba biznisa su imala sličan intenzitet	2	6
Σ	32	100

Izvor: Upitnik – pitanje broj 1.

Naredno pitanje je obuhvatilo mišljenje o tome koji je od posmatrana dva biznisa u obuhvaćenom prošlom periodu intenzivnije pokazivao svoje negativne tendencije prema nacionalnim ekonomijama u svetu. Dobijeni anketni odgovori (tabela 2) pokazali su da je u tome takođe prednjačio internacionalni biznis (28% ispitanika ili 88%). Ovakva ocena isto tako je logična budući da je internacionalni biznis, u odnosu na nacionalni, s obzirom na svoju u proseku veliku snagu, više naklonjen usputnim negativnim dejstvima u smislu intenzivnog raubovanja nacionalnih resursa, smanjivanja nacionalnog suverentita i osvajanja monopolizovane tržišne pozicije. Naravno, toj negativnoj težnji internacionalnog biznisa treba da se suprotstavi konkretna država svojim privrednim politikama i propisima. Ovakav anketni rezultat takođe doprinosi verifikaciji dosadašnje naučne hipoteze, po kojoj je pretpostavljena negativna težnja internacionalnog biznisa unutar svake nacionalne ekonomije, ali ona do sada nije detaljnije izučavana.

Tabela 2. U posmatranoj prošlosti, između nacionalnog i internacionalnog biznisa, koji je od njih intenzivnije ispoljavao negativne tendencije prema razvoju nacionalnih ekonomija u svetu?

Ponuđeni odgovori	Broj odgovora	% odgovora
a) intenzivnije je uticao nacionalni biznis	2	6
b) intenzivnije je uticao internacionalni biznis	28	88
c) oba biznisa su imala sličan intenzitet	2	6
Σ	32	100

Izvor: Upitnik – pitanje broj 2.

Na kraju, poslednje pitanje u vezi prošlosti odnosilo se na ocenu doprinosa nacionalnog i internacionalnog biznisa tadašnjem razvoju ekonomske globalizacije. Povodom toga, glavnina ispitanika (tabela 3) smatra da je taj doprinos bio veći od strane internacionalnog biznisa (30 ispitanika ili 94%), što se poklapa sa istorodnom naučnom hipotezom koja je time dodatno argumentovana.

Tabela 3. U posmatranoj prošlosti, između nacionalnog i internacionalnog biznisa, koji je od njih više doprinosio razvoju ekonomske globalizacije?

Ponuđeni odgovori	Broj odgovora	% odgovora
a) veći doprinos je imao nacionalni biznis	-	-
b) veći doprinos je imao internacionalni biznis	30	94
c) oba biznisa su imala sličan doprinos	2	6
Σ	32	100

Izvor: Upitnik – pitanje broj 3.

4. KOMPARIJACIJA BUDUĆEG DELOVANJA BIZNISA

Radi doprinosa sagledavanju buduće konstitucije nacionalne i svetske ekonomije u smislu sondažne verifikacije postavljenih naučnih hipoteza u vezi toga, u funkciji sakupljanja i interpretacije relevantnih empirijskih podataka, istim ispitanicima, kao i prethodno, postavljena su tri identična pitanja, samo što su se ona sada umesto na prošlost, odnosila na budućnost. Dobijeni rezultati odgovora na ta pitanja nadalje će se prikazati i ukratko komentarisati.

Prvo pitanje se odnosilo na prognozirane daljeg uticaja nacionalnog i internacionalnog biznisa na nacionalne ekonomije u svetu. U vezi toga, izrazita većina ispitanika (tabela 4) smatra da će u tome intenzitet internacionalnog biznisa biti sve veći (30 ispitanika ili 94%), što zapravo znači da će taj biznis sve više uticati na rast BDP-a, nacionalno zapošljavanje i razvoj proizvodnih i uslužnih tehnologija, praktično u svakoj zemlji. Ovo ujedno pokazuje da će time internacionalni biznis sve više uticati na rast navedenih faktora, čime će vršiti potiskivanje nacionalnog biznisa i njegovo seljenje u delatnosti izrazito lokalnog značaja. Na taj način, ovakva ocena budućeg pozitivnog dejstva internacionalnog biznisa ojačava odavno postavljenu naučnu hipotezu da će se nacionalne ekonomije sve više međusobno

potirati, usled čega će svet sve više ličiti na jedno specifično selo, sa adekvatnim političkim, ekonomskim i socijalnim implikacijama.

Tabela 4. U posmatranoj budućnosti, između nacionalnog i internacionalnog biznisa, koji će od njih intenzivnije pozitivno uticati na razvoj nacionalnih ekonomija u svetu?

Ponuđeni odgovori	Broj odgovora	% odgovora
a) intenzivnije će uticati nacionalni biznis	-	-
b) intenzivnije će uticati internacionalni biznis	30	94
c) oba biznisa će imati sličan intenzitet	2	6
Σ	32	100

Izvor: Upitnik – pitanje broj 4.

Sledećim pitanjem bila je obuhvaćena prognoza vezana za budući uticaj posmatranih vrsta biznisa na intenzitet njihovog ispoljavanja negativnih tendencija prema nacionalnim ekonomijama. Logički, i u ovom slučaju najveći broj ispitanika (tabela 5) se izjasnio za stav po kome će u toj oblasti intenzitet negativnih tendencija prema nacionalnim ekonomijama značiti da će negativne težnje prema raubovanju prirodnih resursa, ograničavanju državnog suvereniteta i jačanju monopolskog položaja više ispoljavati internacionalni u odnosu na nacionalni biznis. Ta i takva realna pretnja nacionalnim ekonomijama logički podrazumeva adekvatnu državnu intervenciju čija će efikasnost u tome zavisiti od relevantnih faktora. Naravno, i ovde se može reći da ovakav anketni rezultat osnažuje naučnu hipotezu po kojoj će negativne pretnje internacionalnog biznisa kontinuirano postojati.

Tabela 5. U posmatranoj budućnosti, između nacionalnog i internacionalnog biznisa, koji će od njih intenzivnije težiti negativnim uticajima na razvoj nacionalnih ekonomija u svetu?

Ponuđeni odgovori	Broj odgovora	% odgovora
a) intenzivnije tendencije će pokazivati nacionalni biznis	-	-
b) intenzivnije tendencije će pokazivati internacionalni biznis	29	91
c) oba biznisa će imati sličan intenzitet	3	9
Σ	32	100

Izvor: Upitnik – pitanje broj 5.

Na kraju, poslednje anketno pitanje se odnosilo na prognozu budućeg doprinosa posmatranih vrsta biznisa daljem razvoju ekonomske globalizacije (tabela 6). U vezi toga, s obzirom na rezultate odgovora na prethodna pitanja, takođe ogromna većina ispitanika smatra da će veći doprinos daljem razvoju globalističkih procesa imati internacionalni biznis (31 ispitanik ili 97%). Ovakav anketni rezultat je logičan i on, iako sondažni, sa svoje strane doprinosi verifikaciji naučne hipoteze u vezi daljeg dominantnog uticaja internacionalnog biznisa na razvoj ekonomske i ukupne globalizacije.

Tabela 6. U posmatranoj budućnosti, između nacionalnog i internacionalnog biznisa, koji će od njih više doprinositi rastu ekonomske globalizacije?

Ponudeni odgovori	Broj odgovora	% odgovora
a) veći doprinos imaće nacionalni biznis	-	-
b) veći doprinos imaće internacionalni biznis	31	97
c) oba biznisa će imati sličan doprinos	1	3
Σ	32	100

Izvor: Upitnik – pitanje broj 6.

5. REZULTATI IZVRŠENIH KOMPARIJAMA

Izvršena komparacija između nacionalnog i internacionalnog biznisa u posmatranoj prošlosti i budućnosti sa aspekta pozitivnog, negativnog i opšteg dejstva na nacionalne ekonomije u svetu ima sondažni karakter i ona je ukazala na uspostavljanje jasnih razvojnih trendova koji zahtevaju da budu adekvatno kontrolisani i usmeravani od strane svake nacionalne države. Ovo podjednako važi za sve te trendove – tj. za pozitivno delovanje tih vrsta biznisa, zatim za negativne tendencije toga, kao i za ulogu svih vrsta biznisa u svetskoj ekonomskoj globalizaciji. Sve to je potrebno ukratko prokomentarisati.

Kada je reč o pozitivnom delovanju, treba istaći da obe posmatrane vrste biznisa ostvarujući svoju težnju ka što većem profitu, implicitno doprinose povećavanju BDP-a, rastu društvene zaposlenosti i podizanju nivoa primenjenih proizvodnih i uslužnih tehnologija. U tome se uloga države i u prošlosti i u budućnosti svodi na to da ta dejstva konstruktivno stimuliše, budući da time podiže efikasnost svoje ekonomije i rast društvenog standarda svog stanovništva. Ovo je u prošlosti ostvarivano nesistemizovano. Međutim, u budućnosti to zahteva sistematičan pristup države u smislu kreiranja sopstvene ekonomske politike.

druge strane, kada su u pitanju prateća negativna dejstva oba ova biznisa na nacionalnu ekonomiju, u smislu neodrživog raubovanja prirodnih resursa, suzbijanja državnog suvereniteta i težnji ka monopolskoj tržišnoj poziciji, ona su takođe logična posledica tih vrsta biznisa u njihovoj borbi za ostvarivanje profita. Taj trend je ispoljavan i u prošlim, a ispoljavaće se i u budućim vremenima. U prošlim vremenima država je najpre parcijalno težila da posmatrana negativna dejstva tih vrsta biznisa svojom regulativom suzbija, ali sa različitim uspehom. Međutim, u budućnosti svaka država bi morala da svojim merama obuzdava pojavu svih negativnih dejstava sa ciljem njihovog minimiziranja, jer će samo takvo najbolje očuvati svoj ekonomiju i uticati na njen rad i razvoj životnog standarda svog stanovništva.

Na kraju, kada se posmatra implicitni razvoj odavno započete ekonomske globalizacije u kojoj je internacionalni biznis imao bitnu ulogu koja će u budućnosti jačati, očigledno je da raniji pretežno pasivan odnos države prema tome neće odgovarati njenoj budućnosti. Naime, u daljoj budućnosti za svaku državu je najbolje da nezadrživ prodor ekonomske globalizacije tretira na konstruktivan način. To podrazumeva aktivan odnos države prema posmatranoj globalizaciji po kome će ona koristiti njene pozitivne strane a negativne uporno i sistemski suzbijati. Naravno to se ne može lako ostvarivati, ali je to jedini put kojim država može očuvati svoj suverenitet i odlučujuće uticati na razvoj sopstvene ekonomije u korist rasta životnog standarda svog stanovništva. Sve to je u daljoj budućnosti čovečanstva vezano za politička i druga pitanja na koje treba da odgovore nauka i filozofija.

Prema tome, sve ovo predstavlja adekvatne nove naučne informacije proizašle iz ovog istraživanja. Naravno, one su dobijene izvedenim sondažnim istraživanjem i njihovu naučnu istinitost će u budućnosti verifikovati adekvatna naučna javnost i naročito praksa u posmatranoj oblasti.

OSNOVNI ZAKLJUČCI

Izvršeno proučavanje komparativnog uticaja nacionalnog i internacionalnog biznisa na nacionalne ekonomije i ekonomsku globalizaciju omogućuje izvođenje nekoliko narednih glavnih zaključaka.

a) Obrada kompariranja nacionalnog i internacionalnog biznisa u ovom radu, kao veoma složenog pitanja, zahtevala je pažljivu izradu i primenu adekvatnog projekta naučnog istraživanja, koji je kao idejna osnova korišćen u svim fazama ovog istraživanja.

b) Radi uspešne komparacije prvo su izložene karakteristike nacionalnog i internacionalnog biznisa koje ukazuju na njihov zajednički profitni cilj, ali i na njihove razlike u ostvarivanju tog cilja po pitanjima kompetentnosti menadžmenta i korišćenja nauke i tehnologije u poslovanju – u čemu internacionalni biznis ima prednost koju nacionalni biznis veoma teško može dostići.

c) Pri ovom istraživanju, definisan je njegov okvir u smislu vremenskog obuhvata i obezbeđivanja potrebnih istraživačkih podataka. Za vremenski obuhvat odabrano je posmatranje navedenih vrsta biznisa u prošlosti u periodu od prethodnih 50 godina i u budućem periodu koji obuhvata narednih 50 godina, ceneći da su ti obuhvati pretežno sagldivi. Što se tiče obezbeđivanja relevantnih podataka, oni su podeljeni na poznate (teorijske) i nepoznate (empirijske) podatke. Prvi su sakupljeni iz raspoložive literature za obuhvaćenu prošlost, a drugi su obezbeđeni anketiranjem priznatih eksperata za posmatrane vrste biznisa za obuhvaćenu budućnost.

d) Izvršena komparacija nacionalnog biznisa u prethodnom periodu uz pomoć sakupljenih i interpretiranih teorijskih i empirijskih podataka pokazaja je da su obe ove vrste biznisa, shodno svojim karakteristikama, imale pozitivan uticaj na rast nacionalne ekonomije, zatim pokazivale težnju prema negativnom uticaju kao i usput doprinosile započetom jačanju ekonomske globalizacije. U tom procesu rast svih tih uticaja pokazao je internacionalni, a pad nacionalni biznis.

e) Naredna komparacija nacionalnog i internacionalnog biznisa za budući period, u formi prognoze, ukazala je na dalje intenziviranje trenda pozitivnog, negativnog opšteg uticaja internacionalnog biznisa na nacionalne ekonomije i ekonomsku globalizaciju, nasuprot nacionalnog biznisa čiji će uticaj na to stalno slabiti.

f) Uopšteno gledano, ti rezultati su praktično pokazali da je od pojave internacionalnog biznisa od pre oko 300 godina njegov uticaj na nacionalnu ekonomiju i ekonomsku globalizaciju je stalno jačao, dok je istovremeno taj uticaj nacionalnog biznisa kontinuirano slabio. U tom opštem procesu države su raznim mereama kroz vreme stalno jačale svoju težnju da maksimiziraju pozitivne strane oba posmatrana biznisa, a da pri tome minimiziraju negativno njihovo delovanje na nacionalnu ekonomiju. Međutim, u posmatranoj prošlosti države su u tome postizale različite uspehe – od boljih u razvijenim do slabijih u manje razvijenim zemljama.

g) Sve ovo zajedno ukazuje na dalji svetski trend u kome će ključno mesto u nacionalnoj i svetskoj ekonomiji imati internacionalni biznis, gde države radi očuvanja svog suvereniteta, moraju veoma brinuti o stimulanju pozitivnih strana internacionalnog biznisa, zatim o suzbijanju negativnih strana tog biznisa, kao i o konstruktivnom korišćenju dostignutih efekata ekonomske i opšte globalizacije. U tome je sada veoma teško predvideti dalju budućnost nacionalne ekonomije i nacionalnih država što zahteva realizovanje svetskog istraživanja o tome sa teološkog, filozofskog, političkog, ekonomskog, sociološkog i drugog aspekta.

h) Na osnovu svega izloženog može se zaključiti da su ovim istraživanjem obezbeđene nove naučne informacije po kojima internacionalni biznis zakonito potiskuje nacionalni biznis, zatim trajna težnja države da internacionalni biznis što više ukroti, kao i odlučujuća uloga internacionalnog biznisa u daljem jačanju ekonomske i opšte globalizacije. Naravno, ove nove naučne informacije kroz vreme treba verifikovati od strane adekvatne naučne javnosti, a naročito od strane buduće društvene prakse.

LITERATURA

- Duglić, N, Novaković, M. (2017), *Mehanizmi vladavine transnacionalnih kompanija u uslovima globalne privrede*, FBIM Transactions, 15.07.2017. po. 29-42, Beograd
- Đurović, Đuro (2018), *Privredno pravo sa osnovama građanskog prava*, Beogradska poslovna škola, Beograd
- Đurović, Đ, Jerinić, D. (2017), *Komunikacije u biznisu*, Beogradska poslovna škola, Beograd
- Đurović, Đuro (2018), *Tretman internacionalnog biznisa u Srbiji*, EMC Review, Volume 15, No 1/2018, Pan-European University "APEIRON" Banja Luka, pp. 150-166.
- Đurović, Đ., Radanov, P. (2018), *Uticao internacionalnog biznisa na nacionalnu ekonomiju*, Četvrta međunarodna naučno-stručna konferencija „Inovacijama do održivog razvoja“ 06.12. 2018, MEF, Beograd
- Hill, C., Hult, T. (2017), *International Business*, MC Graw-Hil, New York
- Josifidis, K, Pokrajac, Z.(2001), *Globalizacija i nacionalna ekonomija – ugroženi suverenitet ili koegzistencija*, Globalizacija i tranzicija, Beograd
- Zečević, Milija (2004), *Internationalni biznis i menadžment*, Evropski univerzitet; Beograd.

Nikola Vujanović
Jovana Radulović

339.9
005.44
DOI: 10.5937/MegRev2203089V
Primljen 24.01.22.
Odobren 03.02.2022.
Originalni naučni rad

COMPARISON OF NATIONAL AND INTERNATIONAL BUSINESS

Abstract: *New-values-developer in every national economy is reputed business which consists by two sort of companies:domestic or international orientaion. For these companies and the whole economy generally, their mutual relationship is charge for the development.Till the present days, around the world, scientific papers had not pay deserved attention to this important topic, which has resulted in deceleration of national economy development and it has desorientated its relation towards globalization, specially in less developed countries.*

Precisely because of that, the topic of this scientific paper chose comparative reserach of national and international business lead by purpose to reveil new scientific information in this field which can be professionally used to set domestic (national) economy into accelerated development, specificaly. A priori, in the purpose of ensuring indispensable empiristic standards, the suitable questionnaire exempld on the Republic of Serbia features is used due to the fact that Serbia, as middle developed country, represents a perfect example for scientific research.

Key words: *national business, international business, comparison, national economy, economic globalization*

Ivan Pajović*
Jelena Premović**
Srđan P. Nikolić***

338.14(100)
355.4(470:477)
DOI: 10.5937/MegRev2203101P
Pregledni naučni članak
Primljen 21.08.2022.
Odobren 01.12.2022

POSLEDICE SUKOBA U UKRAJINI NA SVETSKU EKONOMIJU

Sažetak: *Od početka ruske vojne operacije u Ukrajini stručna javnost postavlja važno pitanje: koje su moguće ekonomske posledice ovog značajnog svetskog događaja i kakav bi mogao biti odgovor zemalja koje sebe nazivaju „međunarodnom zajednicom”, a u stvari su zemlje Zapada? U ovom radu biće data opšta slika posledica koje su nastale na svetskim tržištima u prva dva meseca ukrajinske krize. Između ostalog, u radu će biti predstavljena i debata američkih i engleskih stručnjaka koju je organizovao IGM Forum, Chicago Booth, u kojoj se iznose relevantna mišljenja o ovom pitanju. Hipotetičko-deduktivnom metodom kao iskustvenom metodom, kao i analizom sadržaja do sada objavljenih dokumenata relevantnih svetskih institucija, zatim ocenom i analizom podataka, doći će se do zaključaka o društvenim, organizacionim i naučnim iskustvima koje je pružila dosadašnja krizna situacija u Ukrajini.*

Ključne reči: *Ukrajina, Rusija, ekonomija, recesija, sankcije.*

* Docent, Fakultet za menadžment, Univerzitet Metropolitan, Beograd, pajkosh@gmail.com

** Viši naučni saradnik, jelena.premovic@gmail.com

*** Fakultet za poslovne studije, Beograd, s.nikolic@megatrend.edu.rs

1. UVOD

Pored velikih ljudskih patnji i humanitarne krize do kojih je dovela ruska vojna intervencija u Ukrajini (a koju ruska strana naziva „specijalnom vojnom operacijom”), od prvog dana jasno je da će se u globalnoj ekonomiji osetiti značajni efekti usporavanja rasta, ubrzanja inflacije, energetska kriza, problemi u transportu, kao i nestašica mnoštva proizvoda. Sve ono što su s početka bile pesimistične slutnje, iz dana u dan se ostvaruje.

Očekivano je da će se posledice širiti kroz tri glavna kanala. Prvo, povećanje cene proizvoda kojima se trguje na berzi, poput hrane i energije, rezultiraće još većim rastom inflacije, što će zauzvrat uticati na veličinu prihoda i negativno uticati na tražnju. Drugo, susedne zemlje će se posebno suočiti sa poremećajima u trgovini, organizaciji snabdevanja i transferima novca, kao i velikim porastom priliva izbeglica. I treće, smanjenje preduzetničkog poverenja i povećanje neizvesnosti za investitore negativno će uticati na vrednost aktiva, što će dovesti do pogoršavanja finansijskih uslova i mogućeg ubrzanja odliva kapitala.

Rusija i Ukrajina su veliki proizvođači sirovina, a destabilizacija je već izazvala nagli porast globalnih cena, posebno nafte i prirodnog gasa. Cena hrane je naglo porasla, a cena pšenice dostigla je rekordni nivo, jer Rusija i Ukrajina u svetskom izvozu ove žitarice učestvuju sa čak 30%.

U dugoročnoj perspektivi, konflikt u Ukrajini može iz osnove promeniti svetski ekonomski i geopolitički poredak u slučaju velikih promena u trgovini energentima, lancima snabdevanja, fragmentacije platnog sistema („bekstvo od dolara”) i prestrukturiranja deviznih rezervi unutar pojedinačnih država.

2. POREMEĆAJ NA SVETSKOM TRŽIŠTU

Sa započinjanjem vojnog konflikta u Ukrajini, cene energenata, žitarica i metala na svetskom tržištu naglo su porasle. O tome podatke prenose relevantne međunarodne ekonomske institucije, kako što je Međunarodni monetarni fond.

Cena nafte je jedan o glavnih pokazatelja naglog uticaja konflikta na svetsku ekonomiju. Nagli skok cene ovog energenta u relativno kratkom roku nije zabeležen još od krize 2008. godine, a trenutna cena prevazilazi visinu cene iz 2013. godine (grafikon 1).

Zemlje koje zavise od nafte suočavaju se sa povećanjem budžetskog i trgovinskog deficita, a takođe sa povećanim inflatornim pritiskom. Sa druge strane, izvoznici nafte, kao što je Rusija, ali i zemlje Bliskog istoka, Afrike, pa i južnoamerička Venecuela, mogu ostvariti velike dodatne prihode od izvoza ovog energenta.

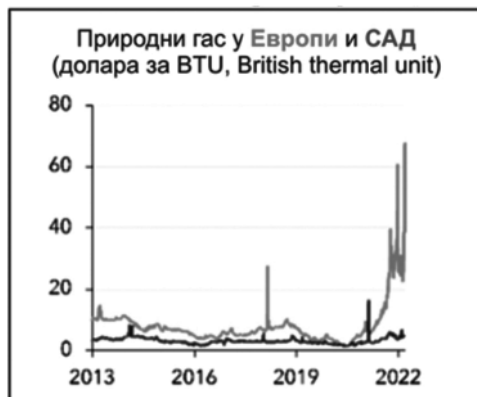
Najveći udar krize pogodio je evropski gasni sektor, jer veliki broj zemalja zavisi od uvoza ruskog gasa, čija je cena dostigla nezapamćenu visinu (popela se i do 4000\$ za 1000 kubnih metara) i veoma je varirala čak i na dnevnom nivou. Uočljivo je da ova kriza nije naročito pogodila gasni sektor SAD (grafikon 2). Zemlja čija je privreda najviše pogođena gasnom krizom je Nemačka, jer privreda ove zemlje, koja je najveća u Evropi i jedna od najvećih na svetu, zavisi od ruskog gasa u visini od čak 51%. Neke zemlje Evrope, kao što

Grafikon 1. Cena nafte
BRENT 2013—2022.



Izvor: Međunarodni monetarni fond; <https://www.imf.org/ru/News/Articles/2022/03/15/blog-how-war-in-ukraine-is-reverberating-across-worlds-regions-031522> (pristup podacima 15. 6. 2022)

Grafikon 2. Prirodni gas u Evropi i SAD



Izvor: Međunarodni monetarni fond; <https://www.imf.org/ru/News/Articles/2022/03/15/blog-how-war-in-ukraine-is-reverberating-across-worlds-regions-031522> (pristup podacima 15. 6. 2022)

su Bugarska, Češka, Srbija, Mađarska i Slovačka zavise skoro 100% od ruskog gasa i prekid isporuke za njih bi značio privrednu i socijalnu katastrofu.

Značajan problem preživljava svetsko tržište žitarica, pre svega pšenice i kukuruza, čije cene usled ukrajinskog konflikta naglo rastu iz dana u dan, a u nekim zemljama Evrope već se osećaju ozbiljne nestašice ove robe. Razlog za to je veliki procentni udeo Rusije i Ukrajine u svetskoj trgovini ovom prehrambenom robom (videti grafikon 3).

Grafikon 3. Cena kukuruza i pšenice
2013—2022.



Izvor: Međunarodni monetarni fond; <https://www.imf.org/ru/News/Articles/2022/03/15/blog-how-war-in-ukraine-is-reverberating-across-worlds-regions-031522> (pristup podacima 15. 6. 2022)

Grafikon 4. Indeks cena metala 2013—2022.



Izvor: Međunarodni monetarni fond; <https://www.imf.org/ru/News/Articles/2022/03/15/blog-how-war-in-ukraine-is-reverberating-across-worlds-regions-031522> (pristup podacima 15. 6. 2022)

Svetsko tržište strateških metala ugroženo je naglim rastom cena, ali i sankcijama na uvoz ove robe iz Rusije. Zbog ovakve političke odluke naročito će trpeti automobilska industrija, industrija akumulatora i industrija elektronskih komponenti.

3. UTICAJ UKRAJINSKOG KONFLIKTA NA PROMENE U REGIONIMA

Utisak je da ukrajinska kriza od svih svetskih regiona najviše pogađa Evropu. Naravno, najteže udare, ne samo ekonomske, trpi Ukrajina, zemlja koja je u epicentru krize. Pored štete koja joj se nanosi vojnim operacijama, ova zemlja trpi privrednu stagnaciju, a naročito u oblasti poljoprivrede, jer će joj u ovoj godini, zbog ratnih operacija, biti značajno umanjena žetva i izvoz prehrambenih proizvoda.

Ruska privreda trpi ozbiljne posledice zbog uvođenja sankcija Zapada. Prema podacima od 15. juna 2022. godine registrovano je 10.979 ograničenja protiv fizičkih i pravnih lica¹ (od tog broja do 22. februara 2022. uvedeno je 2754, a do 15. juna 2022. još 8225 sankcija), što je do danas nezabeleženo u svetskoj istoriji. Tržište Rusije su napustile mnoge zapadne kompanije, što će izazvati naglo povećanje stope nezaposlenosti i pad fiskalnih priliva. Zabrana poslovanja određenom broju ruskih banaka dovodi do narušavanja finansijskog sistema i trgovine, što će takođe imati uticaj na očekivanu pojavu recesije u zemlji. Iako kurs rublje u odnosu na evro i dolar jača, zvanično objavljena stopa inflacije je velika (oko 20%) i umanjuje životni standard građana. Razume se, ruska država preduzima čitav niz mera kako bi parirala sankcijama Zapada: vezuje rublju za zlato (doneta je odluka o uvođenju fiksne vrednosti 1 grama čistog zlata za 5000 rubalja)², traži supstituciju uvoza, omogućava domaćim firmama preuzimanje tržišta koja su napustile strane kompanije, i dr.

Budući da je Rusija glavni izvoznik prirodnog gasa, za Evropu energenti (pre svega gas, ali i nafta) predstavljaju osnovni razlog za širenje sekundarnih efekata na ekonomiju. Vlade zemalja Evrope mogu se suočiti sa budžetskim problemima u vidu dodatnih rashoda za obezbeđenje energetske sigurnosti i za vojne (tzv. odbrambene) potrebe.

Na grafikonu 5 prikazan je procentualni udeo Rusije i Ukrajine u svetskom izvozu. Na dijagramu se jasno vidi da su ove zemlje u nekim tržišnim segmentima superiorne u odnosu na sve ostale zemlje sveta, i poremećaj njihovog izvoza izazvaće velike poremećaje na globalnom tržištu.

U zemljama Istočne Evrope pored postojećih, postoji dodatni problem, a to je talas izbeglica iz Ukrajine. Prema podacima Ujedinjenih nacija³, ove zemlje već su primile više od pet miliona izbeglica (tačnije, na dan 29. aprila 2022. ukupno 5.468.629 ljudi) koje su napustile Ukrajinu u prva dva meseca konflikta.

Zemlje Bliskog istoka i Severne Afrike u opasnosti su od značajnog indirektnog uticaja povećanja cena hrane i energije, kao i pooštavanja globalnih finansijskih uslova. Na primer, Egipat uvozi oko 80 procenata pšenice iz Rusije i Ukrajine. Budući da je ovo turistička de-

¹ Globalna baza podataka o sankcijama Castellum AI; Internet: <https://www.castellum.ai/russia-sanctions-dashboard> (pristup podacima 20. 6. 2022).

² Bank Rossii; Internet: https://www.cbr.ru/press/pr/?file=25032022_192430DKP25032022_182539.htm (pristup podacima 19. 6. 2022).

³ UNHCR Data Portal; <https://data2.unhcr.org/en/situations/ukraine> (pristup podacima 19. 6. 2022)

stinacija veoma tražena u obe zemlje, takođe će doživeti smanjenje godišnjeg priliva turista. Rast cena može izazvati socijalne tenzije u ovom regionu, na primer u zemljama sa slabim sistemima socijalne zaštite, ograničenim budžetskim prostorom i vladama koje nemaju ši-roku podršku.

Grafikon 5. Procentualni udeo Rusije i Ukrajine u svetskom izvozu 2022.



Izvor: World Bank Group Analysis – March 2022; <https://www.worldbank.org/en/home> (pristup podacima 15. 6. 2022)

Zemlje Podсахarske Afrike naročito su ugrožene zbog rasta cena pšenice i njene nestašice, jer uvoze 85% svojih potreba za žitaricama iz Rusije i Ukrajine. Sukob se dogodio u trenutku kada većina zemalja Podсахarske Afrike ima minimalne mogućnosti ekonomske politike da se suprotstavi efektima šoka. Ovo će verovatno povećati socioekonomske pritiske, ranjivost javnog duga i pogoršati postojeće negativne efekte kovid krize sa kojima su se milioni domaćinstava i preduzeća još ranije suočavali.

Konflikt u Ukrajini stvoriće posledice i u zemljama zapadne polulopte. Visoke cene roba kojima se trguje na berzi verovatno će značajno povećati stopu inflacije u Latinskoj Americi i Karibima, gde se godišnji prosek inflacije od 8% već primećuje u pet najvećih ekonomija: Brazilu, Meksiku, Čileu, Kolumbiji i Peruu. Centralne banke će možda morati da osvajaju poverenje u svoju sposobnost za borbu protiv inflacije. Povećanje cena nafte negativno se odrazilo na zemlje-uvoznice iz Centralne Amerike i Kariba, pri čemu izvoznici nafte, bakra, rude gvožđa, kukuruza, pšenice i metala mogu prodati svoju robu po višim cenama i ublažiti uticaj na ekonomski rast. SAD imaju malo veza sa Ukrajinom i Rusijom, što podrazumeva slabije direktne efekte, ali inflacija je dostigla maksimalni nivo za poslednjih četrdeset godina i pre nego što su cene roba skočile zbog ukrajinskog konflikta. To znači da cene mogu nastaviti da rastu kada Federalne rezerve počnu da podižu kamatne stope.

Što se tiče Azije i Tihookeanskog regiona, sekundarni efekti povezani sa Rusijom najverovatnije su ograničene prirode zbog nedostatka bliskih ekonomskih veza, ali usporavanje rasta u Evropi i globalnoj ekonomiji nanće značajnu štetu velikim izvoznicima. Ovo se ne odnosi na Kinu, kojoj se otvaraju nove mogućnosti zbog nastojanja Rusije da u što kraćem roku izvrši supstituciju uvoza proizvoda iz zemalja Zapada koje su joj uvele trgovinske sankcije. Neposredni uticaj na Kinu biće manje značajan, jer će mere budžetskog podsticaja doprineti postizanju ciljanog rasta kineske privrede od 5,5% ove godine. Uticaj na tekuće poslovanje biće najznačajniji u zemljama ASEAN-a koje su uvoznice nafte - Indiji i zemljama sa pograničnom ekonomijom, uključujući neka pacifička ostrva. Situacija se može pogoršati u oblasti turizma u zemljama koje zavise od turista iz Rusije. Slični sekundarni efekti očekuju se u Japanu i Koreji, koji bi se mogli ublažiti novim subsidijama za naftu. U Indiji će rast cena energije povećati inflaciju, koja je već na vrhu ciljnog opsega centralne banke. Lokalna proizvodnja i povećana potrošnja pirinča umesto pšenice trebalo bi da ublaže pritisak na cene hrane u azijskim zemljama. Visoki troškovi uvezene hrane i energije povećaće potrošačke cene, mada subvencije i određivanje graničnih cena goriva, hrane i đubriva mogu ublažiti neposredni uticaj, ali po cenu budžetskih troškova.

Posledice konflikta u Ukrajini već su izazvale globalni šok za sve regione i ceo svet, i govore o važnosti postojanja globalnog sistema finansijske zaštite i regionalnih mehanizama za zaštitu ekonomije. Iako bi se neke posledice mogle u potpunosti manifestovati tek nakon mnogo godina, već postoje jasni znaci da će ovaj sukob i skok cena strateških resursa (hrane i energenata) otežati vladama nekih zemalja zadatak uspostavljanja stabilne ravnoteže između obuzdavanja inflacije i podrške ekonomskom oporavku nakon završetka krize.

4. Mišljenja zapadnih stručnjaka o uticaju ukrajinske krize na svetsku ekonomiju

Od početka ruske invazije na Ukrajinu, stručna javnost postavlja važno pitanje: koje su moguće ekonomske posledice ovog značajnog svetskog događaja i kakav bi mogao biti odgovor zemalja koje sebe nazivaju „međunarodnom zajednicom”, a u stvari su zemlje Zapada? The IGM Forum u Chicago Booth-u⁴ organizovao je panel vodećih evropskih i američkih ekonomista da iznesu svoje mišljenje. Oni su izrazili svoje stavove o brojnim ključnim pitanjima: potencijalne posledice po rusku ekonomiju (Cecchetti and Schoenholtz 2022, Garicano 2022),⁵ po evropsku ekonomiju, o ulozi američkog dolara kao međunarodne valute i o globalnom rastu i inflaciji.

Generalno gledano, izveštaji navode da ogromna većina eksperata smatra da će ekonomske i finansijske sankcije koje su do sada sprovedene dovesti do duboke recesije u Rusiji, dok skoro četiri od pet učesnika smatra da će posledice invazije smanjiti globalni rast i povećati globalnu inflaciju tokom sledeće godine. Nešto manja većina se slaže da potpuna zabrana uvoza nafte i gasa iz Rusije nosi visok rizik od recesije u evropskim ekonomijama – iako nekoliko njih sugerise da je verovatni uticaj takvog energetskeg embarga cena koga u političkom smislu vredi platiti. Na pitanje o potencijalnim efektima ojačavanja američkog dolara na njihovu dosadašnju ulogu dominantne svetske valute, reakcije su različite.

⁴ Chicago Booth; *The Initiative from global markets; Russia Sanctions*, March 2022; Internet: www.igmchicago.org/surveys/ukraine-2/; www.igmchicago.org/surveys/ukraine/ (pristup podacima 15. 6. 2022)

⁵ Cecchetti, S, and K Schoenholtz (2022), “*Central Bank Sanctions on Russia*”, VideoVox, March.

U skladu sa standardnim formatom anketa IGM foruma, eksperti su upitani da li se slažu ili ne slažu sa sledećim izjavama, i, ako da, koliko snažno i sa kojim stepenom poverenja:

a) Posledice ruske invazije na Ukrajinu će biti stagflatorne, jer će приметно smanjiti globalni rast i povećati globalnu inflaciju tokom sledeće godine.

b) Ekonomske i finansijske sankcije koje su već sprovedene dovešće do duboke recesije u Rusiji.

v) Ciljanje ruske privrede kroz potpunu zabranu uvoza nafte i gasa nosi visok rizik od recesije u evropskim ekonomijama.

g) Korišćenje dolarskih finansijskih sredstava kao oružja će verovatno dovesti do značajnog odstupanja od dolara kao dominantne međunarodne valute.

Od 48 evropskih stručnjaka, 41 je učestvovao u ovom istraživanju; od 43 stručnjaka iz SAD učestvovalo je 40 – ukupno 81 stručna reakcija.

Konkretni rezultati ankete su sledeći.

a) Potencijalni stagflatorni efekti invazije

Sa izjavom pod a) o tome da li će posledice invazije smanjiti globalni rast i povećati globalnu inflaciju tokom sledeće godine, preko tri četvrtine učesnika panela bilo je saglasno, a ostali su bili nesigurni.

Merenom mišljenjem pojedinačnih stručnjaka o ovom pitanju, 16% američkih ispitanika se u potpunosti slaže, 65% se slaže, 19% je nesigurno, a 0% se ne slaže ili u potpunosti ne slaže. Među evropskim ispitanicima (opet mereno mišljenjem pojedinačnih stručnjaka o ovom pitanju), 34% se u potpunosti slaže, 44% se slaže, 22% je nesigurno, a 0% se ne slaže ili se u potpunosti ne slaže.

Sveukupno, u oba panela, američkom i evropskom, 26% se potpuno slaže, 53% se slaže, 21% je nesigurno i 0% se ne slaže.

Među kratkim komentarima koje stručnjaci mogu uključiti u svoje odgovore, Karl Welan sa Univerzitetskog koledža u Dublinu (Karl Whelan, University College Dublin), koji se u potpunosti slaže, kaže: „Ovo je klasičan negativni šok u snabdevanju. Kao što znamo iz 1970-ih, ovi šokovi podižu inflaciju i smanjuju proizvodnju.“ Robert Šimer (Robert Shimer) iz Čikaga, koji kaže da je nesiguran, prihvata dijagnozu, ali ne nužno i ishod: „To je nepovoljan šok u snabdevanju. Da li će efekat biti inflatoran zavisi od mera monetarne politike.“ Lari Samjuelson sa Jejlja (Larry Samuelson, Yale), koji se slaže, komentariše: „Dugotrajan sukob, pored postojećih problema u lancu snabdevanja, biće štetan za svetsku ekonomiju.“

Drugi koji se slažu ukazuju na moguće pokretače nižeg rasta i veće inflacije. Kristofer Pizarides sa Londonske škole ekonomije (Christopher Pissarides, London School of Economics, LSE) objašnjava: „Efekat će se reflektovati kroz naftu i druge resurse. Snabdevanje će biti smanjeno, pa će cene i troškovi proizvodnje rasti.“ Frenklin Alen sa Imperijal koledža u Londonu (Franklin Allen, Imperial College London) primećuje: „Invazija već utiče na inflaciju, jer nafta, gas i mnoge druge robe već dostižu visoke nivoe cena. Proizvodnja takođe može opasti.“ Markus Brunermajer sa Prinstona (Markus Brunnermeier, Princeton) dodaje: „Ruska ekonomija nije velika, ali povećanje cena energenata će imati negativne efekte na nekoliko tržišta u razvoju i Evropsku uniju.“ A Anil Kashyap iz Čikaga (Anil Kashyap, Chicago University) napominje: „Mnogo je poremećaja: energenti, neon, paladijum (oba važna za proizvodnju mikročipova), pšenica.“

Među onima koji kažu da su nesigurni, Olivije Blanšar sa Peterson instituta (Olivier Blanchard, Peterson Institute) kaže: „Prilično sam uveren u inflaciju, ali manje siguran u vezi sa proizvodnjom. Potražnja može biti jaka iz drugih razloga.” A Erik Maskin sa Harvarda (Eric Maskin, Harvard) primećuje: „Stagflacija izgleda kao veoma moguć ishod, ali ne bih želeo da pravim tačnu prognozu da će se to dogoditi.”

Drugi koji nisu sigurni objašnjavaju zašto. Kjetil Storesletten sa Univerziteta u Oslu (Kjetil Storesletten, University of Oslo) odgovara: „Ruska inflacija će smanjiti svetski rast. Nejasno je šta će to učiniti inflaciji.” A Jan-Piter Kranen sa Gete univerziteta u Frankfurtu (Jan-Pieter Krahnén, Goethe University Frankfurt) komentariše: „Posledice rata idu u oba smera: lanac snabdevanja i cene energenata smanjuju rast; zamena energenata i jačanje voj-ske čine suprotno.”

b) Potencijalni efekti sankcija na rusku ekonomiju

Sa drugom izjavom o tome da li će do sada primenjene sankcije dovesti do duboke recesije u Rusiji, preko 90% ispitanika se slaže, a 0% se ne slaže.

Merenje mišljenjem pojedinačnih stručnjaka o ovom pitanju, 16% američkih ispitanika se potpuno slaže, 77% se slaže, 8% je nesigurno, a 0% se ne slaže ili se u potpunosti ne slaže (ukupni podaci nisu uvek 100). Među evropskim ispitanicima (opet mereno mišljenjem pojedinačnih stručnjaka o ovom pitanju), 45% se potpuno slaže, 49% se slaže, 6% je nesigurno, a 0% se ne slaže ili se u potpunosti ne slaže. Sve u svemu, u oba panela, 32% se potpuno slaže, 61% se slaže, 7% je nesigurno, a 0% se ne slaže.

Komentari onih koji se slažu uključuju Larija Samjuelsona (Larry Samuelson), koji kaže: „Već se vide znaci poremećaja, iako je manje jasno da li će efekat biti duboka recesija.” Karl Velan (Karl Whelan) primećuje: „Rusija ima veliki neenergetski deficit budžeta. Gubitak pristupa snabdevanju i uslugama će naštetiti ekonomiji.” Jan-Pieter Krahnén (Jan-Pieter Krahnén) sugeriše: „Iako očekujem da će biti recesije zbog globalnog povlačenja iz Rusije, postoje i neki kontraefekti, kao što je povećanje prihoda od energenata.” Frenklin Alen (Franklin Allen) dodaje: „Postoji neizvesnost koliko će sankcije biti efikasne i koliko će Kina pomoći da se izbegnu. Ali izgleda da će proizvodnja opasti.”

Neki od učesnika panela koji se slažu napominju značaj istrajavanja na sankcijama i dužine vremena tokom kojih one mogu biti na snazi. Kenet Džad sa Stanforda (Kenneth Judd, Stanford) izjavljuje: „Da, AKO ih zadržimo. Ne smemo da se povučemo. Moramo održati ovaj jedinstveni pritisak na Putina.” Daron Acemoglu sa MIT-a (Daron Acemoglu, MIT) kaže: „Da, ali zapamtite da sankcije (još uvek) nisu u potpunosti sveobuhvatne. Zapad bi trebalo da zaustavi sav uvoz gasa i isključi sve ruske banke iz Svifta.” Kristofer Udri iz Nortvesterna (Christopher Udry, Northwestern) dodaje: „Mogućnost jačih sankcija i dalje postoji i treba ih primeniti.”

Među onima koji kažu da nisu sigurni, Markus Brunermajer (Markus Brunnermeier) primećuje: „Rast je već ranije bio nizak u Rusiji. Sankcijama će biti potrebno vreme da pro-funkcionišu.” Patrik Honohan sa Triniti koledža u Dablinu (Patrick Honohan, Trinity College Dublin) kaže: „Izvozom gasa i nafte Rusija još uvek može da plati svoj uvoz. Verovatnije je da će recesija biti vođena kolapsom unutrašnjeg poverenja.” Kristofer Pissarides (Christopher Pissarides) kaže: „Sve dok Rusija može da prodaje svoju naftu, ona će imati prihod. Ona može trgovati sa Azijom. Ali promena tržišta će biti skupa.” A Robert Hol sa Stanforda (Robert Hall, Stanford) primećuje: „Nametanje autarhije ne mora nužno da umanjí aktivnost.”

v) Potencijalni efekti zabrane uvoza nafte i gasa na evropsku ekonomiju

Sa trećom tvrdnjom o tome da potpuna zabrana uvoza nafte i gasa stvara rizik recesije u evropskim ekonomijama 70% se slaže, a većina ostalih je nesigurna. Vredi napomenuti da su među evropskim ispitanicima znatno veća očekivanja recesije. Istovremeno, nekoliko ispitanika izražava stav da čak i ako bi energetska embarga bio skup za evropske privrede, ipak bi moglo biti poželjno da se on sprovede (Chepeliev et al. 2022)⁶.

Mereno mišljenjem pojedinačnih stručnjaka o ovom pitanju, 19% američkih ispitanika se u potpunosti slaže, 42% se slaže, 40% je nesigurno, a 0% se ne slaže ili u potpunosti ne slaže. Među evropskim ispitanicima (opet mereno mišljenjem pojedinačnih stručnjaka o ovom pitanju), 16% se u potpunosti slaže, 61% se slaže, 19% je nesigurno, a 3% se ne slaže.

Sveukupno uzeto, u oba panela, 17% se potpuno slaže, 53% se slaže, 27% je nesigurno, a 2% se ne slaže.

Među onima koji se slažu ili u potpunosti slažu, Luiđi Đuzo sa Einaudi instituta za ekonomiju i finansije (Luigi Guiso, Einaudi Institute for Economics and Finance) primećuje: „Evropa je u velikoj meri zavisna od ruskog gasa, a za njegovu zamenu je potrebno dosta vremena.“ Kristofer Pizarides (Christopher Pissarides) se slaže: „Nemačka je potpuno zavisna od njih. Recesija u njoj i nekim drugim doneće recesiju Evropi.“ Slično tome, Luboš Pastor iz Čikaga (Lubos Pastor, Chicago University) ističe: „Nekoliko velikih evropskih ekonomija, uključujući Italiju i Nemačku, veoma zavisi od ruskog gasa.“ A Hoze Šajnkman sa Kolumbija Univerziteta (Jose Scheinkman, Columbia) objašnjava: „Efekat recesije će proizaći uglavnom iz zabrane uvoza gasa, pošto će efekat nafte biti delimično oslabljen reorganizacijom snabdevanja.“

Drugi koji se slažu oko štete koju bi zbog embarga pretrpela Evropa priznaju da bi ipak mogao biti opravdan. Jan-Pieter Krahnén (Jan-Pieter Krahnén) tvrdi: „Nažalost, da. Ipak bih se založio za zatvaranje Severnog toka 1, postojećeg gasovoda, i zamenu obnovljivim izvorima energije.“ Beri Ajhengrin sa Berklija (Barry Eichengreen, Berkeley) kaže: „Imajte na umu da ovo nije nužno argument protiv takve zabrane.“ I Rikardo Reis sa Londonske škole ekonomije (Ricardo Reis, London School of Economics) zaključuje: „Ali to vredi.“

Neki od onih koji su nesigurni zauzimaju sličan stav. Kristijan Leuz iz Čikaga kaže: „Moguće, ali teško je znati. I dalje bi to trebalo razmotriti iz političkih i humanitarnih razloga. Možda je to cena koju vredi platiti.“ A Anil Kašiap (Anil Kashyap) komentariše: „Verovatno? Ali sumnjam da nećemo pokušati, i teško je proceniti koliko je zamena moguća. Nastavak kupovine pomaže Rusiju devizama.“

Ostali ispitanici komentarišu potencijalne promene na globalnom energetskom tržištu. Frenklin Alen (Franklin Allen) kaže: „Teško je reći u ovoj fazi, jer jednostavno može biti da ukupna ponuda ostaje ista i koje zemlje-slabdevači Evrope će se promeniti.“ A Kenet Džad (Kenneth Judd) tvrdi: „Moramo naterati OPEK da poveća snabdevanje i promeni neke politike SAD kako bi povećali dopremanje nafte u Evropu.“

Jan Ekhaut sa Univerziteta Pompeu Fabra iz Barselone (Jan Eeckhout, Universitat Pompeu Fabra Barcelona) se ne slaže sa izjavom, napominjući: „Biće promena, ali će se na kraju ruska nafta i gas trošiti negde drugde (Kina, Indija...), ako ne u Evropi.“

⁶ Chepeliev, M, T Hertel and D van der Mensbrugge (2022), “Cutting Russia’s fossil fuel exports: Short-term pain for long-term gain”, VoxEU.org, 9 March.

g) Potencijalni efekti korišćenja dolara kao oružja u svetskim finansijama

Na četvrtu izjavu o tome da će korišćenje dolara kao oružja u svetskim finansijama verovatno dovesti do značajnog odstupanja od dolara kao dominantne međunarodne valute, reakcije su mnogo raznolikije nego na bilo koje drugo pitanje.

Mereni mišljenjem pojedinačnih stručnjaka o ovom pitanju, 24% američkih ispitanika se slaže, 40% je nesigurno, 32% se ne slaže, a 5% se potpuno ne slaže. Među evropskim ispitanicima (opet mereno mišljenjem pojedinačnih stručnjaka o ovom pitanju), 23% se slaže, 33% je nesigurno, 39% se ne slaže, a 4% se u potpunosti ne slaže.

Sveukupno, u oba panela, 24% se slaže, 36% je nesigurno, 36% se ne slaže, a 5% se u potpunosti ne slaže.

Među onima koji se slažu, Jan-Pieter Krahnén (Jan-Pieter Krahnén) tvrdi: „Odstupanje od dolara je već u toku, jer je njegovo korišćenje u funkciji oružja godinama već element međunarodne politike.“ Robert Šimer (Robert Shimer) napominje: „To se naročito odnosi na zemlje poput Rusije i Kine koje se mogu bojati budućih sankcija.“ I Kristofer Adri (Christopher Udry) daje komentar sličan onima da je energetska embarga skup za Evropu, ali ipak vredan sprovođenja: „Iako nisam siguran da je 'značajno', u svakom slučaju, cena koju vredi platiti.“

Ispitanici koji se slažu predlažu potencijalne alternative dolaru. Darel Dafi sa Stenforda (Darrell Duffie, Stanford) komentariše: „Sa korišćenjem dolara kao sredstva u plaćanjima, zaobilazna rešenja bi se umereno kretala ka kriptovalutama i drugim aranžmanima plaćanja.“ Lubos Pastor (Lubos Pastor) dodaje: „Zlato, kripto i ženminbi (tj. juan) će verovatno dobiti udeo na tržištu na račun zapadnih valuta kao što je dolar.“ Hoze Šajnkmán upozorava: „Ali pošto mere uključuju i evro, jen, funtu sterlinga i švajcarski franak, zemlje koje planiraju invaziju na demokratije bile bi ograničene na zlato, kriptovalute ili ženminbi (juan).“

Među onima koji kažu da nisu sigurni, Moris Obstfeld sa Berklija (Maurice Obstfeld, Berkeley) komentariše: „Ne ako je to samo u slučajevima kao što je sada Rusija.“ Frenklin Alen (Franklin Allen) objašnjava: „Možda će na duge staze uloga dolara pasti, ali kratkoročno i srednjoročno će i dalje dominirati.“ Žan-Pjer Dantin (Jean-Pierre Danthine) kaže: „Dolar će ostati (nešto manje) dominantna međunarodna valuta.“ A Abhijit Banerje sa MIT-a (Abhijit Banerjee, MIT) tvrdi: „Sve sile koje bi mogle da dovedu do udaljšavanja od dolara su već bile tu. Ali možda bi ovo moglo delovati kao sunčeva pega.“

Nekoliko ispitanika koji se ne slažu da će dolaru biti umanjen status ukazuju na veličinu ruske ekonomije. Kjetil Storesletén (Kjetil Storesletén) kaže: „Iako bi Rusija mogla pokušati da se manje oslanja na dolar, dominantna uloga dolara će ostati. Rusija je ekonomski premla.“ Pol Antras sa Harvarda (Pol Antras, Harvard) se slaže: „Ruska ekonomija je mala. Ipak, potrebno je videti konačnu reakciju Kine.“ A Pit Klenov sa Stenforda (Pete Klenow, Stanford) povezuje sa nedavnim podacima o ruskom udelu u svetskom BDP-u i trgovini (1–2%).

Ispitanici koji se ne slažu fokusiraju se na odsustvo realnih alternativa dolaru, a neki se posebno fokusiraju na Kinu i njenu valutu. Šarl Viploš sa Instituta za postdiplomske studije u Ženevi (Charles Wyplosz, Graduate Institute, Geneva) pita: „Napustiti dolar i ući u šta? Ne u juan, koji nije u potpunosti konvertibilan“. Daron Acemoglu (Daron Acemoglu) dodaje: „Koja je alternativa? Juan? Može se tvrditi da je Kina uništila svoj međunarodni ugled svojom punom podrškom Rusiji.“ Patrik Honohan (Patrick Honohan) primećuje: „Ovo nije prvi put da se dolar koristi kao oružje. A finansijske sankcije nisu samo uvedene od strane

SAD. Do juana je još dug put.” Kenet Džad Kenneth Judd tvrdi da: „Ovu upotrebu moći dolara podržavaju svi naši prijatelji. Kini bi bilo teško da prekine upotrebu dolara.“

Konačno, neki ispitanici sumnjaju u izgleda za bilo kakve alternative. Anil Kašiap (Anil Kashyap) komentariše: „Malo verovatno na kratak rok, a dolar ostaje ’najčistija prljava košulja’. Šta je alternativa? Sumnjam da će to biti kripto!” Rikardo Reis sa LSE (Ricardo Reis, LSE) nas upućuje na svoje istraživanje koje pokazuje da: „Teško je pokrenuti alternative, a zatim ih naterati da rastu“ (Bahaj and Reis 2020).⁷ A Ričard Portes sa Londonske poslovne škole (Richard Portes, London Business School) odlučno zaključuje: „Nema ozbiljne alternative.“

5. ZAKLJUČAK

Konflikt Rusije i Ukrajine doneo je globalnoj ekonomiji do sada neviđene turbulencije koje će imati duboke i dugoročne posledice. Pored tržišnih poremećaja nastalih zbog samog sukoba, prisutni su poremećaji nastali političkim odlukama: sankcije zemalja Zapadne Evrope i SAD protiv Rusije, kao i kontramere ruske države koja pokušava da se od sankcija zaštiti. U monetarno-fnansijskoj sferi dolazi do promena u poslovanju banaka (nekim ruskim bankama zabranjen je rad u zemljama Zapada, neke ruske banke isključene su iz sistema SWIFT, a platni sistemi Visa i Mastercard prestali su sa radom u Rusiji), a Rusija pokušava da na svetsko tržište valuta prezentuje rublju kao sredstvo plaćanja u međunarodnoj trgovini, između ostalog vezujući njenu vrednost za zlato (1 gram zlata u fiksnoj vrednosti od 5000 rubalja) i insistirajući na plaćanju njenih energenata isključivo u ruskoj valuti.

Posledice ovog konflikta uočljive su već posle dva meseca: nezapamćen rast inflacije, pre svega u Evropi i Americi, ali i u ostatku sveta, zatim veliki skok cena životnih namirnica (pre svega žitarica i jestivog ulja), nestašice prehrambenih artikala u prodavnicama robe široke potrošnje, a najveći udarac predstavlja energetska kriza koja se ogleda u enormnom povećanju cena energenata (nafte i gasa), što predstavlja lokomotivu rasta inflacije u zemljama prinuđenim da energente kupuju po previsokoj tržišnoj ceni. Ovo ima za posledicu realni pad životnog standarda, naročito u zemljama Zapada, koje su do skoro živele u blagostanju i u uslovima veoma niske inflacije. Sa završetkom ukrajinske krize mogu se očekivati velike promene na svetskom tržištu, pa čak i promene nekih dosadašnjih ekonomskih paradigmi. Kao što se može uočiti iz prezentovane ankete, ni ekonomski stručnjaci sa Zapada nemaju jednodušno mišljenje o posledicama krize i potezima koji bi trebalo da budu povučeni kako bi konsekvence bile što manje negativne.

REFERENCE

- Brill, S. (2014), ‘The Russian sanctions information gap’, Blogs Reuters, 29 July.
- Castellatum AI; Internet: <https://www.castellum.ai/russia-sanctions-dashboard>
- Cecchetti, S, and K Schoenholtz (2022), ‘Central Bank Sanctions on Russia’, VideoVox, March.

⁷ Bahaj, S, and R Reis (2020), ‘Jumpstarting an International Currency’, CEPR Discussion Paper No. 14793.

- Chepeliev, M, T Hertel and D van der Mensbrugghe (2022), “Cutting Russia’s fossil fuel exports: Short-term pain for long-term gain”, VoxEU.org, 9 March.
- Chicago Booth; The Initiative from global markets; Russia Sanctions, March 2022; Internet: www.igmchicago.org/surveys/ukraine-2/; www.igmchicago.org/surveys/ukraine/
- Garicano, L (2022), “Raising the pressure on Putin”, VoxEU.org, 9 March.
- Međunarodni monetarni fond; Internet:
- <https://www.imf.org/ru/News/Articles/2022/03/15/blog-how-war-in-ukraine-is-reverberating-across-worlds-regions-031522>
- Inayeh, A., D. Schwarzer and J. Forbrig (2014), ‘Regional Repercussions of the Ukraine Crisis.
- Challenges for the Six Eastern Partnership Countries’, The German Marshall Fund of the US, Economic Policy Paper 3.
- Policy Notes and Reports 14 *Economic Consequences of the Ukraine Conflict*; The Vienna Institute for International Economic Studies/Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche; november 2014.
- UNHCR Data Portal; Internet: <https://data2.unhcr.org/en/situations/ukraine>
- World Bank Group Analysis – march 2022; Internet: <https://www.worldbank.org/en/home>

Ivan Pajović
Jelena Premović
Srđan P. Nikolić

338.14(100)
355.4(470:477)
DOI: 10.5937/MegRev2203101P
Pregledni naučni članak
Primljen 21.08.2022.
Odobren 01.12.2022

CONSEQUENCES OF THE CONFLICT IN UKRAINE ON THE WORLD ECONOMY

Abstract: *Since the beginning of the Russian military operation in Ukraine, the expert public has been asking an important question: what are the possible economic consequences of this important world event and what could be the response of countries that call themselves the “international community” and are in fact Western countries? This paper will give a general picture of the consequences that occurred on world markets in the first two months of the Ukrainian crisis. Among other things, the paper will present a debate of American and English experts organized by the IGM Forum, Chicago Booth, in which relevant opinions on this issue are presented. The conflict between Russia and Ukraine has brought unprecedented turbulence to the global economy, which will have deep and long-term consequences. In addition to market disturbances caused by the conflict itself, there are disturbances caused by political decisions: sanctions by Western European countries and the United States against Russia, as well as countermeasures by the Russian state, which is trying to protect itself from sanctions. In the monetary and financial sphere, there are changes in the banks’ operations, and Russia is trying to present the ruble on the world currency market as a means of payment in international trade and insisting on paying for its energy exclusively in Russian rubles. The consequences of this conflict are noticeable after only two months: an unprecedented rise in inflation, primarily in Europe and America, but also in the rest of the world, then a big increase in food prices (especially cereals and edible oil), shortages of food in supermarkets, and the biggest blow is the energy crisis, which is reflected in the enormous increase in energy prices (oil and gas), which is the locomotive of rising inflation in countries forced to buy energy at too high a market price. With the end of the Ukrainian crisis, great changes can be expected on the world market, and even changes in some previous economic paradigms.*

Keywords: *Ukraine, Russia, economy, recession, sanctions.*

Kehinde Adeola Olufunke *
Olufemi Abifarin **
Aderemi Oyebanji ***

338.486.027(669.1)
330.341.42
DOI: 10.5937/MegRev2203115A
Received 08.03.2022.
Approved 11.04.2022.
Review scientific paper

HARNESSING NIGERIA'S TOURISM POTENTIALS FOR SUSTAINABLE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT: THE CONTEXT OF LAW AND POLICY

***Abstract:** This paper looks at Tourism as a Sector that can contribute substantially to the growth of Nigeria economy especially in this era where everyone is calling for diversification of the economy, resource control, restructuring and true federalism. It is of common knowledge that our dependence on oil as a country is no longer sustainable because of the fall in price of oil in the international market and the domestic problems of oil theft, pipeline vandalization and militancy of the youths in the oil communities. More importantly, oil is a wasting asset that is being depleted every day. It is therefore the thrust of this paper that if our tourism sector in Nigeria can be developed and well branded, Nigeria can make a lot of money from it, like Israel, Saudi Arabia and United Arab Emirate. The research method used in this paper is the doctrinal method of research.*

***Keywords:** Tourism, Nigeria, Recreation, Hotel, Sustainable Development*

*Lecturer Faculty of Law, Federal University Oye-Ekiti, Ekiti State Nigeria. ORCID iD: 0000-0002-1554-6247, email: princessadeola2000@gmail.com

**Professor and Dean Faculty of Law, Federal University Oye-Ekiti, Ekiti State Nigeria, email: femiabifarin@gmail.com

*** Lecturer, College of Law, Joseph Ayo Babalola University, Ikeji Arakeji, Ondo State, Nigeria, email: aderemioyebanji@gmail.com

1. INTRODUCTION

Tourism in ordinary parlance is a business of providing things for people to do, places for them to stay while they are on holiday¹, while a tourist is someone who is travelling or visiting a place for pleasure.² Nigeria's Tourism law defines tourism enterprises to include amusement and theme park, leisure, recreation, Souvenir, tour operation, travel agency, tourism promoter, vehicle and vessel hire Services and handicrafts.³ Today we can include ecotourism, religious tourism and cultural tourism or culture related tourism.

In Nigeria, like in most advance counties of the world, Tourism goes with hospitality and transportation because of the fact that tourism can be local or international and such tourist will need where to lay their heads therefore hotels, motels, Guest houses, Inns and restaurants are always necessarily associated with tourism. It is for this reason that the law that regulates Tourism also regulates the hospitality Industry in Nigeria.

The development of the tourism sector in Nigeria is anchored on the National Tourism policy, National Tourism Development master plan and the various laws that regulate various aspects of tourism and hospitality. These laws include the Common law and the various principal and subsidiary legislations some of which we shall consider later in this paper.

Although, from the onset it must be stressed that Tourism and hospitality are not listed in the exclusive or concurrent legislative lists, therefore it should be a residual matter which only the State governments can legislate upon. The regulation of Tourism and hospitality by NTDC is therefore wrong and unlawful.⁴ This is part of restructuring that is necessary to give the States the opportunity to explore the Sector for sustenance.

This paper will therefore approach the topic in this order: Introduction, definition of terms, Types of Tourism, global trend in tourism and contribution of tourism into the Nigerian economy, National Policy and National Tourism master plan and Statement of the law, Commercial Control of tourism, Security control of Tourism, Challenges facing the Sector and the way out.

2. METHODOLOGY

The article relies on the doctrinal research methodology. Doctrinal research is concerned with legal propositions, the sources of data are legal and appellate courts decisions. It is library research; it includes primary and secondary sources. The primary sources are Statutes, Constitution, Acts and Laws while secondary sources are books, articles etc.

Some of the primary sources explored here are: Nigeria Tourism Development Corporation Act Cap N137 LFN 2004, National Environmental Standards and Regulations En-

¹ Longman Dictionary of Contemporary English, 6th ed (Addison-Wesley Longman Ltd 2014)

² Ibid

³ Section 22 of Nigeria Tourism Development Corporation Act Cap N137 Laws of the Federation 2004

⁴ Attorney General of Lagos State v Attorney General of the Federation 2013 16 NWLR (part 1380) 383 where the Supreme Court held that Section 4(2)(c) & (d) and Section 7 of the NTDC Act and regulation made under the Act are unconstitutional null and void because the legislative power to license hotels and tourism business was held to fall under residual power of the State.

forcement Agency Act 2007 Cap 301 LFN 2010, Hospitality and Tourism Establishment (Registration, Grading and Classification) Regulations 1995 Nigeria amongst others. The secondary sources include books, articles and journals related to the subject matter of this research. The internet has turned the whole world not only into a global village but also a global room. It helps a lot in various researches of various natures. There is no information needed that cannot be obtained from the internet. Thus, the internet is of tremendous help in putting this article together.

3. MEANING, NATURE AND SCOPE OF TOURISM

Tourism is a leisure activity involving the movement of people to destinations away from their usual residencies. It is often international in character. Various definitions have emerged from various authors. Below are a few of them.

1. Tourism by simple definition could mean the movement of person or a group of persons from his/their abode to a place far or near for the purpose of leisure (Adejuwon, 1993). He thus argued that tourism extends to visits to places outside's one's home place, location and Country for various purposes such as vacation, interest in the history of destination of the tour, its architecture, etc.⁵

2. Tourism according to United Nations (1998) is "a form of recreation which implies leaving home for another place whether near or far".⁶

3. According to the definition of the Association of International Scientific Experts in Tourism (Aiset), Tourism is the sum of the phenomena and relationship arising from the travel and stay of non-residents, in so far as this does not lead to permanent residency and are not concerned with any earning activity.⁷

The word "Tourist" comes from a French word "Touriste" meaning a person who out of his own interest undertakes a journey and in the process gets to know many places outside his permanent place of abode during his or her free time.⁸ This free time could be weekends, annual leave, public holiday, etc. and for a duration of not less than 24 hours. During such a journey, the tourist must not undertake a remunerative employment.

In the recent year, tourism has become an important factor in world trade and a major element in the balance of payment of any countries. It has grown faster than any other trade in the world.⁹ Tourism generates wealth and employment. It is a major source of income and a foreign exchange earner for countries whose tourism potentials have been adequately developed. Also, the phenomenon of tourism involves much travelling and as a result, provides

⁵ Franklin Adejuwon :Trends of Tourist demand in Africa The Tourist Review Vol 41 Issue 1 1986. Available at <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108eb057942/full/html>. Accessed 8 November,2021

⁶ United Nation Trade and Development Report 1998. Available at https://unctad.org/system/files/official-document/tdr1998_en.pdf. Accessed 8 November,2021

⁷ Association of International Scientific Experts in Tourism Report 1982. Available at <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728758202000306>. Accessed 10 November,2021

⁸ Ibid

⁹ Ibid

income to transport operatives and transport organization. Explicit from here is the need for a good transportation system and administration for a country to thrive in tourism.

Since tourism involves the movement from one's abode to somewhere else, the demand for accommodation and other facilities arises and all these require expenditure of money. Thus, tourism motivates the growth of business and the general economy. Travel as an activity is as old as man himself and the first recorded instance of travel abroad for curiosity or tourism was the visit of Queen of Sheba to King Solomon.¹⁰ Since the days of Queen of Sheba, travelling abroad for conferences, meetings, etc. has developed tremendously.

4. RECREATION

Recreation, which has the concept of leisure, is described in various ways. Recreation is a form of play or amusement that pleasantly occupies one's time after work. United Nations (1988) gives a technical definition of recreation as "an activity carried out by free choice". It implies the restoration of human Physical and Psychic wellbeing, the development of the individual and the enrichment of one's spiritual capacity. According to Corbin,¹¹ recreation means to refresh, restore, and rejuvenate, to invest into vigour and strength and to be rebuilt anew physically, mentally and spiritually. Corbin went further to compare recreation with a ladder with rungs consisting of worthwhile and life-long activities and hobby pursuits that embody adventure, satisfaction, choice making, self-expression, creativity, voluntary participation and socializing among other things.

It should be noted that recreation requires that no compulsion or that economic incentive be attracted to the activity. Otherwise it would be termed as work. Recreation is actually intended to relieve one from work and give the individual a change of experience. Besides the enhancement of physical and spiritual wellbeing of the individual, recreation promotes socio-cultural understanding and it is also economically beneficial to the people.

Chris Pomeroy¹² observed that some of the satisfactions that people obtain through recreation include the joy of creation, fellowship, adventure, a sense of achievement, physical wellbeing, use of mental power, emotional experience, enjoyment of beauty and relaxation. He itemized the objectives of people for going out for recreation.

They include any of the following.

1. For purpose of utilizing spare time
2. For the intrinsic value of recreation
3. To escape from boredom of locality or job
4. For fun and relaxation

Other authors believe that recreation could be a therapy for the sick and it enhances the spirit of the physically disabled, retired and the old. It also helps to curb juvenile delinquency. Some other authors also point out that while recreation is a life necessity, there may be li-

¹⁰ 1 Kings 10 KJV Holy Bible

¹¹ Corbin Tourism and Convention Commission. Available at <https://www.kentuckytourism.com/corbin/visitor-services/local-tourism-offices/corbin-tourism-convention-commission>. Accessed 9 November, 2021

¹² Chris Pomeroy: Tourism in 2019 accounted for 1 in 10 jobs on the planet and until now it was resilient to all manner of crisis. Available at <http://www.media-marketing.com/en/3-questions-for/chris-pomeroy-tourism-2019-accounted-1-10-jobs-planet-now-resilient-manner-crisis/> Accessed 8 November, 2021

tle or no concern for it if the basic needs of life are not met. This reveals the reason why most Nigerians don't recreate since they spend the bulk of their lifetime on economic/survival pursuits. Conclusively, recreation does not require long distance, time-consuming journeys.

5. TYPES OF TOURISM AND RECREATION

5. 1. *Types of Tourism*

Tourism can be classified broadly into domestic and international tourism. Domestic tourism is journey for leisure purposely made within the territory of the country but outside the tourist's place of abode. International tourism can be subdivided into active and passive tourism. Active tourism is related to the inbound foreign-tourist to the country; that is foreign-tourists bringing in their foreign currency for tourism purpose in the country. Passive tourism relates to outbound tourists. This refers to those travelling abroad and through that journey, importing foreign currency into their destination.

Tourism is further classified in relation to the motives.¹³

1. Health Tourism: This is a journey with an intention to spend time getting well after an illness thereby combining medical exercise or convalescing with holiday and rest. This is different from complete hospitalisation. Some waters or rivers (e.g. Ikogosi warm spring) are said to have some cure for some illnesses.

2. Sports Tourism: It is a leisure activity associated with the watching of sports such as football matches, lawn tennis, tournaments, boxing, wrestling, etc.

3. Cultural and Scientific Tourism: This is associated with educative excursions, scientific journeys or conferences and meetings.

4. Cult and Religious Tourism: Are associated with journeys like pilgrimage to the Vatican and Jerusalem by Christians or Mecca by Muslims. They are seasonal in nature and are normally organized.

5. Social Tourism: This is an organized form of tourism for the less privileged such as pensioners, students or very low-income workers. Special and subsidized facilities are provided for this group of tourists in the form of accommodation, restaurant or holiday packages.

6. Reality Tourism: This is tourism as it relates to learning about the "history of repression and political violence". It involves among other things visiting people who are under these conditions and who have probably broken off from such holds. It involves seeing the real life situations of people who have undergone some unfortunate circumstances like war and the impact of such experiences on their lives. It is a recent phenomenon in tourism. E.g. visit to Boko Haram victims, Herdsmen violence victims

7. Space Tourism: This is another recent approach to tourism, Buzz Aldrin, one of the first two persons to walk on the moon, started the campaign for space tourism and the eventual colonisation of Mars. His friend Dennis Tito became the first space tourist by spending \$20 million to travel to Russian Mir space station, presently a space hotel like the Nicon Hilton – a ringed structure able to accommodate about 300 people in space – is being envisaged!

¹³ Amari Amaka Chukwu: *The Nigerian Conservation Law* (Unique Concept Lagos 2004)

5.2. Types of Recreation

There are two types of classification. One is based on the degree of involvement of the participants while the other reflects the timing of the involvement in recreation.¹⁴

1. Based on Degree of Involvement: This can take two forms: Active and Passive. Passive recreation is immobile sources of pleasure for body and soul comfort at leisure time while active recreation includes activities involving physical exercises. Passive recreations include indoor games such as playing table games (e.g. Cards, ludo, draught, chess, monopoly, etc.), watching television, listening to radio, reading books and gardening. Active recreation includes activities like driving for pleasure, playing table tennis, swimming, eyeing, fishing, boating and sailing, hunting, horse riding, picnicking, ice-skating, snow-skiing, mountain climbing, motor sports, flying, etc. certain recreation could still be passive even though they are performed outdoor. An example of these is going to beaches and gardens or visit to monuments for sight-seeing.

2. Based on timing of the involvement:

a. Daily recreation: essentially using urban facilities for a short period during the day.

b. One-day recreation: includes excursion to urban fringes or further into the countryside within easy reach.

c. Short Holidays and Weekends: the leisure may be spent at home, or with close relations in a nearby town.

d. Long Holidays: it could be spent within or outside the country.

It is important to note that the latter classification based on timing of involvement is not reliable as this could be misconceived at times to imply tourism especially those of during holidays.

6. RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM AND RECREATION

i. Both are carried out at free period (leisure)

ii. Both are carried out by choice

iii. Both do not allow for remuneration of participants

iv. Tourism is a bigger concept than recreation

v. Recreation takes less than 24 hours

vi. Both makes use of same elements or resources

vii. Recreation does not necessarily involve leaving one's residence.¹⁵

7. BENEFITS OF SPORT TOURISM AND RECREATION

i. Helps individual to make good use of free time

ii. Forms of therapy to the sick

iii. Helps to renew physically, mentally and spiritually

¹⁴ ibid

¹⁵ ibid

- iv. Reduces juvenile delinquency
- v. Helps to escape from boredom of locality
- vi. Helps to learn about other culture
- vii. Means of fun and relaxation
- viii. Provides income for individual retailers at tourist resort centres
- ix. Boost the business of corporate bodies like hotels, transport and food/drink companies.
- x. Provides foreign exchange earnings for countries
- xi. Helps to improve image of countries at international front.
- xii. Helps to provide direct and indirect employment for persons connected to the sector.
- xiii. Helps to develop the infrastructure of the nation.¹⁶

8. TOURISM AND THE NATIONAL ECONOMY

8.1 Tourism and Employment

There is also the employment generation benefit of tourism, and there are three kinds of employment generation. The first being the direct employment, direct employment is associated with all key activities in tourism. They include all workers in the tourist attraction or centre payroll- the receptionist, the shopkeeper and other workers in the resort environment. The other places where tourists spend include hotels, guesthouses, restaurants, retailing and transportation. These are associated activities in the tourist business. The other type of employment is the indirect employment generation. Employment in this area occurs because the key and its associated activities, which together constitute direct activities, obtain or purchase supplies from other firms and organization. Such firms or organizations are made up of some employees who indirectly benefit from tourist employment.

The third and the last type of employment is the inclined employment. Such employment arises because employees in the direct and indirect activities spend a proportion of their income in purchasing goods and services for their personal consumption. For those people from whom they buy, some form of employment is created. These inclined employees could come from an endless range of suppliers.¹⁷

8.2 Tourism and Nigerian Economy

Nigeria economy before and after independence has been agriculture oriented. Just before the civil war the main stay of the economy shifted to oil. Tourism, though largely unrealised and unexploited, has always taken its place after agriculture and oil. The country's tourism earnings in 1955 was #1 million and in 1966 it rose to #6.6 million. During the civil war the industry was seriously hit and the earning dropped to #2 million.

¹⁶ ibid

¹⁷ Adefalu L.L, Aderinoye-Abdulwahab S.A, Olabanji O.P and Tijani A. "Socioeconomic Characteristics of Tourists in University of Ibadan Zoo, Ibadan, Nigeria. *International Journal of Advances in Agricultural & Environmental Engg. Vol 1, Issue 2 (2014).*

After the civil war, earnings from international travel rose from #4.6million in 1970 to #8million in 1974. Business travel and influx during the period of “oil boom” had impact on tourism earning. The earnings in 1975 amounted to #10.4million and in 1976 it went up to #20.6million. in 1977 a huge sum of #30million was recorded. This was as a result of the influx of visitors to the World Black and African Festival of Arts and Culture (FESTAC)¹⁸

9. GLOBAL TOURISM EXPERIENCE

Tourism business over the last 50 years has become one of the world’s most consistent growing industry and the largest single item in the world trade. For example, in 1950, annual international tourist arrivals in all countries were 25million totalling US \$2.1 billion. By 1978, arrivals had grown to 264 million with expenditure rising to about US \$63 billion. It is very clear that tourism is making a significant contribution to the world economy, since it is one of the foremost trading activities.

It was predicted in the 1980s that tourism would become the biggest export industry by the year 2000. The prediction came true. According to 1988 figure, 390million tourists with an expenditure of US \$195 billion were accounted for all over the world. The above figure compared with that of 1987, show 9% increase gained from tourism. Although Africa’s share from tourism in 1988 was as low as just 2.5 % nevertheless tourism experienced some growth in the region during the period. According to world tourism figure, international tourist’s arrival and receipt in 1988 increased to 12million and US \$4.5billion respectively. This increase is about 18.7% and 25% respectively over 1987 figure. This was claimed as the highest increase all over the world. One must however be quick to add that more than half of the figures of arrival and income went to North and East Africa. In both developed and developing countries, tourism has become a major source of foreign exchange.¹⁹

10. THE NATIONAL, REGIONAL AND LOCAL PARKS

National Parks are special natural ecosystems with unique attributes. They play special tangible and intangible roles vital to national/regional wellbeing as well as act as a catalyst for the development of eco-tourism. National park also enhances ecological processes and life support systems such as soil regeneration, protection of nutrient circles, cleansing and purifying hydrological cycles etc. Indeed, the overwhelming roles that National parks play in ecological protection enhance agriculture and medicine in a country like Nigeria and this far outweighs all other benefits. While there are several local and regional parks spread all over the country like Nigeria and this far outweighs all other benefits. While there are several local and regional parks spread all over the country. Today there are eight National parks in Nigeria. They are all tourism centres.²⁰

1. Old Oyo National Park

¹⁸ ibid

¹⁹ Ibid

²⁰ ibid

2. Yankari National Park
3. Gashaka Gumti National Park
4. Cross-river national park
5. Kainji lake National Park
6. Chad basin National Park
7. Okomu National Park
8. Kamuku National Park etc.

Tourism is still in a state of transition from an alien industry to that designed to serve Nigerians and foreigners alike. In respect of this, the country has some few developed resorts including some of the parks mentioned above. At the states level we have- Obudu Cattle Ranch, Tinapa Resort, Ekiti-Ikogosi warm spring and so on.

11. TOURISM POLICY IN NIGERIA

The need to promote the tourism industry in Nigeria has become more imperative particularly now that the country is seeking to open up new centres in the outside world for marketing her growing industries. In its determination to develop and promote tourism into an economically, socially and politically viable industry, the federal Government on July 10, 1990 in Lagos formally approved a tourism policy for Nigeria with the following objectives.

1. Increasing the inflow of foreign exchange through the promotion of international tourism
2. Encouraging even development of tourism based enterprises.
3. Fostering social integration among the various groups in the country
4. Promoting and encouraging active sector participation
5. Preserving our cultural heritage and monument
6. Making tourism a preferred sector.

To accomplish the entire policy objectives, implementation was to be through the following broad guidelines.

- i. Encourage domestic and foreign private sector investment in tourism development by putting together a package of incentives capable of attracting such investments:
- ii. Identify and designate centres of attraction for tourism purposes by the three tiers of government which will participate in collaboration with the private sector, in the physical planning and promotion of such centres:
- iii. Promotion of favourable environment for foreigners to visit Nigeria:
- iv. Establishment of effective organ for the planning, development promotion and marketing of tourism in and outside Nigeria including well-defined roles for the three tiers of Government.

The strategies to be adopted in achieving the above guidelines included the provision of basic infrastructural facilities, namely good roads, water, electricity, communication, etc. for centres of attraction. These would help to accelerate their development for the purpose of fully exploiting their tourism value. Also, state governments were to provide, without any restrictions, land for tourism development of concessional rates and conditions to attract investors.

In order to boost the level of private sector investment in tourism, government would also introduce such incentives as tax holidays, tax rebate and soft loans with long period of moratorium to potential investors in tourism. The federal and State governments were also to take equal interest in tourism projects in their areas of jurisdiction in order to lend support to such projects. The conduct of practitioners within the industry e.g. hotel managers, travel agents, tour operators, car hire service, etc. would from time to time be subjected to laws and regulations. This was to ensure that their conduct is not detrimental to the objectives of the tourism industry and the security of the nation.

Also, to maximise the benefits from tourism, the country was to be demarcated into major zones for purposeful and even development. This was aimed at eliminating unnecessary duplication and rivalry among the states in tourism development. In order to facilitate the growth and development of tourism, government was to;

i. Embark on a massive and aggressive publicity/campaign among Nigerians on the potentials and significance of tourism in national development.

ii. Publicize and market the nation's potentials abroad through Nigeria's diplomatic missions and the foreign media.

iii. National Council on Trade and Tourism- The Council should ensure the co-ordination of National Planning and Development of tourism in the federation. The Council was to comprise the Minister of Trade and Tourism as Chairman, the commissioners in charge of Trade and Tourism matter in each state, representative of travel agencies, Hoteliers and catering associations, Tour Operators and representatives of Airlines.

iv. National Tourism Corporation- The present Board was to be transformed into an aggressive and commercially oriented National Tourism Corporation with responsibility to promote market and disseminate information to the industry. The corporation should set out, through the publication of handbooks, general guidelines for the operation of the industry and should collaborate with the private sector as well as other tiers of government in implementing policy directives and tourism agencies in the state.

v. State Tourism Board: The present Tourism Committee was also transformed into state Tourism Board. This state organ was to identify, preserve, protect and develop tourism agencies in the state.

iv. Local government Tourism Committee- this local organ was to be established to locate and identify potential attractions in their areas. They were to serve as information centres and provide tourist guides. They should also preserve and maintain monuments and museums in their area of jurisdiction.

In view of the recognition of the potentials of tourism in generating foreign exchange, government was to set up a Tourism Development fund to which all levels of authority in the industry as well as the private would contribute. For adequate and capable manpower to sustain the tourism industry, the government is evolving a new manpower development programme tagged "National Hotel and Tourism Occupation Scheme" which is currently being established as an apex institution. The training of all levels of manpower in the industry shall be a joint effort with the private sector and training institutions.

The present National Tourism Development Corporation (NTDC) Act is pretty basic. Omitted from its text are various provisions which are salient to the development of a viable tourism industry and which ensure continuing sustenance of the present efforts. This is being addressed with the new Bill that has been drafted by the project team

The Presidential Council on Tourism which is chaired by His Excellency the President, Chief Olusegun Obasanjo, and the Tourism Steering Committee which is chaired by the Honourable Minister are very important in ensuring the implementation of the Master Plan and to the future of the industry in Nigeria.

The Federal Ministry for Culture and Tourism needs strengthening to fulfill its role in securing the necessary Federal investment, target setting and monitoring. There is need for economists, planners and personnel with statistics and industry experience.

The Nigerian Tourism Development Corporation (NTDC) is overstuffed. The staff lack appropriate training and experience. The organisation is badly equipped, lacking computers, with very poor office accommodation. Together with an inadequate budget the overall result is an ineffective organisation.

The commercial sector lacks a much needed strong single voice to articulate its needs to government. The overall state of the commercial sector of the tourist industry and the lack of government support and the multi taxation of the industry underline the need for a strong single industry voice

Despite the existence of a number of funding schemes targeting SME enterprises and available to applicants in the tourism sector, the conditions are currently too restrictive to effectively foster investment in the sector.

12. DRAFT NIGERIA TOURISM MASTER PLAN

The draft Nigeria Tourism master plan was designed to solve the following identified problems. If the master plans' identified problems are addressed, the sector will be highly developed. The identified problems are: -²¹

The collection and compilation of tourism statistics needs urgent improvement. The reliability of the current statistics is extremely low and no information was available on tourists spending and overall tourist revenue for the country. However, it would appear that the number of international visitors to Nigeria has remained static over the last 15 years.

The total number of international air visitors to Nigeria in 2004 (the benchmark year) is estimated at 190,000. The level of spending by international tourists in 2004 is estimated to be N 36 billion (US\$ 280million).²²To be effective and efficient in stimulating investment in development of the tourism clusters, the current conditions of the funding schemes for SME companies will need to be amended as they are too complicated and difficult for SMEs.

At the time of this report, no hotel or hospitality project had been successful in securing incentives for a proposed investment. The same applies to the mandated fund available through the Bank of Industry for lending to SME enterprise. This is a result of complicated application processes and the inability of people in the sector to prepare adequate business plans. The current marketing approach is very weak. The marketing of Nigeria as a tourist destina-

²¹ Olufemi Abifarin The law and practice of Hospitality and Tourism in Nigeria Achievers wisdom publication Ilorin 2000 p 72

²² The Importance of Air Transport to Nigeria. Available at <https://www.iata-repository/publications/economic-reports/nigeria-value-of-aviation/> . Accessed 8 November 2021

tion is underfunded and lacks a strategic marketing approach. The marketing collaterals are not up to international standards; while they are informative they are not customer friendly.

The adoption of a niche marketing approach will be critical to the success of any future marketing strategy and therefore the success (or otherwise) in developing tourism in the country. The potential market segments for development are likely to be leisure (new experience seekers; Nigeria's Diaspora; special interest; expatriate community; family holidays), conference and meetings, visiting friends and relatives (VFR), religious sports and other events. Air transport capacity (both external and internal) is satisfactory to meet the needs of tourism growth in the immediate future. The safety aspect of the internal air transport has recently become a matter of concern. The presidency has taken steps to address it.

The international airport's terminal buildings are satisfactory, however the runways in Lagos need upgrading and repairs. The domestic terminals are poor and need modernisation. The road network is generally adequate with some exceptions of the roads to tourist sites which are being addressed. City taxis need to be upgraded and fitted with meters. The rail network will not serve or have any impact on tourism in the near future.

The visa regime as it is currently operated is a very real barrier to tourism growth. It is punitive and does not serve the tourism interests of Nigeria. Applicants for visas must produce a letter of invitation from Nigeria and apply at the embassy or high commission in the country where they reside. Many of Nigeria's competitors have much more friendly visa regimes with some requiring no visa for nationals of the tourism generating countries. This issue needs to be addressed as a matter of priority.

The Slave Routes are a strategic element in Nigeria's cultural tourism product offer and need development and packaging as they are not well presented at the present time. Many of Nigeria's historic sites are in a dilapidated state, have no interpretation or signposting. The current deplorable state of the Nigerian natural environment is a strategic competitive disadvantage.

The range and number of festivals and events can be a highly marketable product but they require some strategic improvement to make them more marketable. Event management needs to be professional, spectator facilities; safety, access and parking need improvement. Internationally operated hotels are currently providing a high quality product to the business market. The spare capacity that currently exists at these properties should be offered to tour operators at favourable rates.

Private locally operated hotels are currently performing poorly but an opportunity exists for the development of more good quality professionally managed "boutique" hotels that are capable to develop niche markets. Government bodies must remove themselves from operating hotels as they are not providing an acceptable quality and such hotels would be best managed by the private sector. Accommodation and catering facilities need to be developed at the National Parks and the management of accommodation and catering at the National Parks should be privatized.

The conference facilities in Lagos and Abuja and in some other locations are good. There is a need to encourage private sector local conference management companies in Abuja to provide a professional conference service and organize social events for delegates and spouses. The public section is not equipped to provide the professionalism required.

The human resources capabilities of the tourism and hospitality sectors are lagging far behind in terms of quality, standards and skills delivery. There is a lack of balance between

management and supervisory training and craft skills training. The numbers receiving craft skills training need to be greatly increased

The National Institute for Hospitality and Tourism (NIHOTOUR) is grossly overstaffed and ineffective in its present role as a provider of educational services. The Institute has no credible on-site practice facilities nor has it any experience of delivering skilled personnel to the workforce.

The various education providers do not specify skills or programme outcomes. There is no way of ensuring consistent delivery of quality outcomes nor is there any way for auditing the quality of outcomes of the various training and education institutions. The conditions in the training institutes are very poor, dirty, ill equipped, badly maintained and are under-funded. The management and staff morale is poor and at a low level. A number of institutions train their course attendees in theoretical aspects but have no on-site practice training facilities.

There is a significant shortage of suitably qualified instructors, teachers and lecturers across the teaching faculty. They also lack industry experience and an international aspect. The consequence is that the teaching methods and course content are out of date.

The foregoing is an overview of the current situation in tourism and of the issues that currently exist and are discussed in full in the chapters of Volume I of the main report of the Tourism Master Plan. An overview of these key findings is as follows:²³

13. TOURISM POLICY, GOVERNANCE & ORGANISATION

- The existing legislation is weak. The proposed tourism bills and classification proposals should be put on hold until the master plan is in place.
- The presidential Council on Tourism and the Tourism Steering Committee on Tourism are unique and key to driving tourism growth.
- The Federal Ministry for Culture and Tourism needs strengthening and professional personnel.
- The NTDC is overstaffed, under resourced, lacks targets and action plans and consequently is in-effective.
- The commercial sector lacks a strong unified voice.
- The Public/Private relationships are non-existent.
- There is a lack of an enabling environment for the private sector involvement and investment in the tourism sector.
- The current marketing of Nigeria is inadequate.

14. COMMERCIAL AND ENVIRONMENTAL CONTROL OF HOSPITALITY AND TOURISM INDUSTRY

The Nigeria Tourism Board was set up in 1976 by a military Decree. The NTDC Decree was promulgated in 1992 which repealed the Tourism Board Decree. Presidential Council

²³ Olufemi Abifarin The law and practice of Hospitality and Tourism in Nigeria Achievers wisdom publication Ilorin 2000 p 41

on Tourism was set up and there was a ministry of Culture and Tourism. A new national Tourism policy was put in place in 2006 to replace that of 1990 and a national Tourism master plan was developed.

Tourism has become a major sector of many economies in developed and developing countries of the world. Apart from its contribution to the balance of payment, it also promotes employment. The impact of tourism on the economy lies in the tourist-community relationship in the receiving areas where the flow of money generated finds its way into the overall economy as the money is turned over and re spent. It is believed that Nigeria should not be left out of this global trend.²⁴

Marketing Nigeria as a tourist destination requires the provision of basic infrastructure, development of alluring tourist attraction, standard transportation, Sustainable accommodation and accessibility of these elements to the tourist. Nigeria is blessed with several tourist attractions which include beautiful beaches, traditional festivals, museum and monuments, waterfalls, caves, hills, valleys, warm springs, game reserves, etc. Nigeria can boast of tremendous development in the Hospitality Industry which Nigeria is now poised to move tourism forward.

However, there is need to convince the potential tourists that these attractions and hospitality establishments conform to set standards and are worth visiting. It is on this basis that Government embarked on registration, grading and classification of all tourism enterprises and hospitality establishments in the country as a first step towards standardization and customer satisfaction.

This section has been designed to explain why Government embarked on the registration, grading and classification exercise and acquaint operators, of tourism enterprises and hospitality establishments in the country with the procedure and mutual benefits of the exercise. This can be seen from the provisions of sections of the law.²⁵

The need to standardize the hospitality and Tourism Enterprises to make them responsive to tourist needs and enhance efficiency of their supply cannot be overemphasized.

15. REGISTRATION OF HOSPITALITY AND TOURISM ENTERPRISES

The National Registration exercise is an international accepted control mechanism evolved by the World Tourism Organization to standardize facilities and services of Hospitality and Tourism Enterprises for Optimum utilization by Tourists/visitors and Nationals. It is therefore mandatory that all Hospitality and Tourism Enterprises be registered.²⁶ The registration exercise also forms the basis for classification and grading scheme to be undertaken by NTDC.

In Nigeria, the authority to make regulations for the National Registration of Hospitality and Tourism Enterprises was conferred on the Honourable minister of Commerce and Tou-

²⁴ Olufemi Abifarin The law and practice of Hospitality and Tourism in Nigeria Achievers wisdom publication Ilorin 2000 p 81

²⁵ Section 4 NTDC Act Cap N137 LFN 2004

²⁶ Regulation 1 of Hospitality and Tourism Establishment (Registration, Grading and Classification) Regulations 1995

rism (now minister for Culture and Tourism) as contained in Section 20 of NTDC enabling Decree No. 81 of 1992. The Honourable minister is empowered to make regulations:

a. Providing for the registration by the corporation of any class of hotels and other similar establishments in Nigeria at which sleeping accommodation is provided by way of trade of business.

b. Requiring the classification of grading of Hotels, Restaurants and Night Clubs and prescribing standard for their upkeep.

c. Requiring Hotels and some other similar establishments to display information with respect to prices charged.

d. Providing for camping, fishing and hunting within Holiday Resorts.

Prescribing standards to be observed by Travel Guides²⁷

16. REGISTRATION REQUIREMENTS

The Bye-laws on the registration of Hospitality and Tourism Enterprises also provided that: -

The proprietor or operator of every Hospitality Tourism enterprises shall within sixty days of the commencement of the exercise or from opening-commissioning thereof apply to the corporation.²⁸The Corporation may upon such application grant to the applicant a certificate of registration to operate any premises or may refuse to grant a certificate, subject to such terms or conditions as it may deem fit to impose in the circumstance.

Every such certificate shall be in the prescribed form and shall expire on the 1st day of December, immediately following the date of issue. It shall thereafter be renewable from year to year on payment of such fees as may be prescribed by the Corporation.

17. CATEGORIES OF REGISTRABLE ENTERPRISES

In consonance with the provision of the Act, the Federal Government has approved the Registration of various categories and classes of Establishments by the 1997 Regulation as follows: -²⁹

i. Accommodation Establishments: hotels, Motels, Guest Houses, inns, Guest Apartments, Boarding houses and holiday camps.

ii. Food service Establishments: Restaurants, fast foods, Food Canteen, Cafes, Cafeteria, Coffee shops, Snack Bars and Bukaterias.

iii. Tourism/Tourism Related enterprises: Travel agencies, Tour Operators, Amusement/ Theme Parks Tourism Promoters and Consultants, Vehicle and Vessel Hire Services (Boats, Cars, Tourist, and Coaches etc): hand Craft/Souvenir Enterprises, Leisure and Recreation enterprises, Holiday Centres, Cinema and Commercial clubs.

²⁷ Section 7 of NTDC Act Cap N 137 LFN 2004

²⁸ Regulation 2 of 1995 Regulations

²⁹ Regulation 9 (ibid)

18. REGISTRATION FORMS AND FEES

In an attempt to develop an effective scheme in terms of control and needs in the Hospitality and Tourism Subsector, three types of Regulation Forms have been produced for specific categories of the Hospitality and Tourism Enterprises as follows:³⁰

- i. Registration Forms for accommodation Establishments
- ii. Registration Forms for food Service Establishments.
- iii. Registration Forms for Tourism Enterprises.

Each form has been designed to provide adequate documentation of relevant information on facilities and services rendered by similar or related Establishments. This arrangement will allow permanent assessment and coding of information provided on the forms.

Registration Forms are obtainable forms: Nigeria Tourism Development Corporation Head Office, Zonal Offices, State Ministers responsible for tourism Matters, State Tourism Boards and Local Government Tourism Committees.

18.1 Registration Fees:

A table of fees has been drawn up in accordance with the three specified categories of enterprises (Accommodation, Food Service and Tourism Enterprises) and location of such categories in cities, towns and Rural Areas. The registration Fees are renewable annually and subject to review from time to time. All payments for registration are to be made in certified Bank Draft, Addressed to the Nigerian Tourism Development Corporation.³¹

18.2 Exempted Establishments

The following types of Establishments and enterprises are exempted from registration:

- i. Premises used exclusively for accommodating or boarding of Persons in Religious, Educational or Charitable Institutions except those run on Commercial basis.
- ii. Private Houses: furnished apartments let for residential purposes for period exceeding one month.
- iii. Any rest House or lodge used exclusively by visiting Government and Public Officials, run on non-commercial basis.
- iv. Non-commercial Government owned Tourism Enterprises.
- v. All Enterprises for Handicapped Persons or Children's play grounds which are non-profit making.³²

19. BENEFITS OF HOSPITALITY AND TOURISM ENTERPRISES IN NIGERIA

The traditional heritage of Nigeria's hospitality expressed, through Social and Cultural Entertainment and the abundant tourism resources serve as important tonic to the growth

³⁰ Regulation 9 (ibid)

³¹ Regulation 9 (ibid)

³² Regulation 8 (ibid)

of the tourism industry in Nigeria. These rich potential can be harnessed through the standardization of hospitality and tourism facilities and services (Hotels, Food Services, Resort and Recreation Outfits, Tour and Travel services) to make them responsive to the tourism demands as well as be of benefit to the suppliers of such facilities and services.

Some of the benefits include³³:-

i. Recognition of the existence of the Hospitality and Tourism Enterprises in Nigeria and Abroad.

ii. Encouraging proprietors and managers of various establishments to improve their standards and range of services in order to gain more competitive advantage locally, nationally and internationally.

iii. Eliminating substandard Hospitality that could cause irreparable damage to the reputation of standard outfits.

iv. Provision of accurate information to protect customers and inform users of the scope of facilities and services available in these Establishments.

v. Benefiting from seminars, meetings, workshops and conferences organized by the Nigerian Tourism Development Corporation.

vi. Receiving copies of NTDC publications and other information materials to keep abreast of latest developments in the sector.

vii. Taking advantage of the advertisement opportunities provided in NTDC's official publications.

viii. Making use of statistical data from the registration exercise for planning, marketing, and research and development purposes.

ix. Obtaining training skills in operational disciplines from the National Institute for Hotels and Tourism Studies at Bagauda, Kano.

x. Receiving invitation to participate at National and International Trade/Trade fairs, Expositions, Seminars, Meetings, Conferences, Workshops and Training Courses.

xi. Using the available information to produce promotional materials such as video documentaries, brochures, maps, diaries, posters, handbooks, handbills, etc.

xii. The information obtained will be used to promote and market products of the registered and classified establishments and to expose them to higher capacity utilization.

20. CONDITIONS FOR THE GRANT OF CERTIFICATE

No certificate shall be granted by the corporation unless the applicant satisfies the following conditions³⁴:

i. The application is made in the prescribed form for registration.

ii. The applicant has paid the prescribed registration form fee.

iii. The applicant has paid the prescribed registration fee.

iv. The applicant has duly completed and filed all registration Documents at the registry of the Corporation or appointed offices.

³³ Olufemi Abifarin The law and practice of Hospitality and Tourism in Nigeria Achievers wisdom publication Ilorin 2000 p 72

³⁴ Regulation 2 of 1995 Regulation

- v. The applicant is of good character and capable of keeping or managing and Hotel or Catering Establishment or Tourism Business.
- vi. The premises in respect of which the applications are made is structurally adopted for use as an hotel or Catering Establishment or Tourism Business and are in all respects suitable for such use.
- vii. Proper provision has been made for the sanitation of the Business premises.
- viii. Proper provision has been made for light, water, fire fighting equipment and security.
- ix. Proper provision has been made for the storage, preparation, cooking and serving of food in the Hotel or Catering Establishment.
- x. The premise in respect of which the Application is made complies with the Health requirements for the time being in force in Nigeria and the prescribed minimum standard.
- xi. Every proprietor of a registered Tourism Enterprise involving risk to persons shall obtain a business guarantee bond in a sum not less than N500, 000.00 from a xii. reputable insurance Company against all liabilities of the Enterprise.
- xii. The Corporation may attach to any Certificate of Registration such additional conditions as (the Corporation) may in its discretion and having regard to all the circumstances of the case, deem expedient.
- xiii. No Tourism Enterprise, Hotel or Food Service Establishment shall be registered under a Name which in the opinion of the Corporation is undesirable, unsuitable or misleading.

21. CONDITIONS FOR COMPLIANCE

Pursuant to the provisions of the Act Establishing the Nigerian Tourism Development Corporation and the authority conferred on the Honourable Minister, the following rules and regulations are also applicable as contained in the Bye-laws to the Act³⁵

- i. Any Proprietor or Manager of an Hotel or Tourism Enterprise, who fails to apply for registration of his Food service, Hotel or Tourism Enterprise under the regulations within the time specified in the regulations shall be liable on conviction to a fine of Two Thousand Naira and in case of continuing failure to register an additional penalty of One Thousand Naira for every week after the first during which such Proprietor or Manager has persisted in the failure.
- ii. Any proprietor or Operator of Manager of an Hotel, Food Service, or Tourism Enterprise registered under the provisions of the Regulations who uses a “star” sign other than as classified and graded by the corporation shall be liable on conviction to a fine of Five Thousand Naira.
- iii. Any person who assaults or obstructs Registration Officer, inspector or any authorized person acting under these regulations shall be liable on conviction to a fine of Two Thousand Naira or six months’ imprisonment or both.
- iv. No suit, prosecution or other legal proceedings shall lie against the Federal Government, the Minister charged with Tourism, the Director-General of the Corporation or any inspector or authorized person acting under the orders and directives for the Corporation, any officers of the Corporation or Members of any Committee engaged in the Registration, Classification and grading of any Hotel or Catering Establishment in respect of anything

³⁵ Regulation 3of 1995 Regulation

done in good faith or intended to be done under the Regulations. (This Clause is unconstitutional in that it gives absolute immunity to the corporation and its officers in respect of judicial proceeding).

The Act came into being in order to regulate the ever growing hospitality and Tourism industry with a view to making their services and operations internationally acceptable by providing for the type of facilities each class of hotel must have and provision for regarding and reclassification is to promote vertical growth and generate revenue for the government. The Act also reinforced the interdependence of Hospitality, Tourism, Travel agencies, Car hire services etc.

22. HOTEL INSPECTORATE

The Act provides for establishments of Hotel Inspectorate Division to be charged with the responsibility of inspecting Hotels, restaurants etc. but the qualification of these inspectors are not stated. It is however presumed that all inspectors shall be holders of not less than HND certificate in Hotel and catering management from recognised institution by National Board for Technical Education. The Act failed to establish Tourism Enterprises Inspectorate for the purpose of inspecting Tourism sites with a view to making tourist sites accessible, comfortable and secure for potential tourists. This is a serious omission which future amendment should take care of. The should also provide that a holder of not less than HND certificate in Tourism studies shall be appointed as Tourism Enterprises inspector.³⁶

23. CLASSIFICATION OF HOTELS

The NTDC regulation of 1997 classified Hotels into one star, two stars, three stars, four stars and five stars Hotel. In the regulation

One star Hotel has 10 bedrooms

Two stars Hotels has 20 bedrooms

Three stars Hotels has 30 bedrooms

Four stars Hotels has 50 bedrooms³⁷

Five stars Hotel has 100 bedrooms among other conditions. See the schedule to the Regulation for other conditions of each class of hotel.³⁸

24. CLASSIFICATION OF RESTAURANTS

Restaurants are classified into three categories namely one crown restaurant, Two crown restaurant and three crown restaurant. However, the conditions and criteria for such classifi-

³⁶ Sections 14 & 15 of NTDC Act Cap N 137 LFN 2004

³⁷ Regulation 1 of Hotel Classification Regulation 1997

³⁸ Olufemi Abifarin The law and practice of Hospitality and Tourism in Nigeria Achievers wisdom publication Ilorin 2000 p 74

cation are not stated anywhere in the regulation or in the parent Act. It should be presumed that the corporation has the power to set out the criteria for classification of restaurants.³⁹The regulations cover operation of Travel Agencies, Car hire services and Tour Operators. This is to safe guard the lives and property of patrons of Hospitality and tourism Enterprises in Nigeria.⁴⁰

The establishment of the Nigeria Tourism Development Corporation in 1992 was the second major National and uniform attempt made to regulate the Hospitality and Tourism Industry in Nigeria. But in reality the impact of the corporation has not been felt by the Operators of the Industries and the Beneficiaries of the activities and Services of the industry. The Act that established the corporation gives the corporation the power to establish and operates states, zonal and local government offices is to ensure that all Hospitality and Tourism enterprises throughout the federation are not only registered but also to ensure that they operate within the minimum standard required by the law in order to ensure customer's safety, security and satisfaction apart from generation of revenue to the government.⁴¹

25. SECURITY REGULATION IN THE INDUSTRY

Tourism and hospitality enterprises have to provide safe environment for tourists and visitors. Therefore, both common law and statutory duties of occupiers are relevant here as we shall consider:

25.1 Occupiers Liability

The question of liabilities of occupiers of premises to person suffering injury thereon maybe regarded as a further aspect of negligence. The occupier is the person who has de facto control of the premises or the possession of them. It is a question of fact in each case and does not depend entirely on title. It should also be noted that the occupation may be shared between two or more persons as in **Wheat vs E.Lacon & Co. Ltd**⁴² where the manager of a public House was permitted by the owners, Lacon and Co. Ltd to take paying visitor was killed by a fall from a stair-case in the private part of the premises, Lacon & Co Ltd denied liability on the ground that they were not occupiers of the private part of the premises. The House of Lords held as follows:

- i. That the defendant retained occupation and control together with the manager.
 - ii. The deceased was a visitor to whom the defendants owed a duty of care;
 - iii. On the fact the stair-case though not lit, was not dangerous if used with proper care;
- Wheat's claim therefore failed because there was no breach of duty of care.

³⁹ ibid

⁴⁰ 1966 1 ALLER 582

⁴¹ 1974 ALLER 1016

⁴² 1997 1 NWLR

25.2 Vicarious Liability

The doctrine of vicarious liability is a convenient one in the sense that employers are, generally speaking, wealthier than their employees and are better able to pay damages, and it is often justified also on the grounds that the employer controls his employee. However, it must be mentioned that control is not in itself a ground for imposing vicarious liability e.g. parents are not vicariously liable for the torts of their children or husband for wife or vice versa, nor can a parent be held responsible for the crime of his/her son or vice versa. **ACB vs Mary Okonkwo**⁴³ it is said that vicarious liability is just because the employer profits from the employee's work and should therefore bear losses caused by the employee's tort.

An employer will be liable for the tort of his employee if:

- (1.) There is relationship of master and servant; and
- (2.) If the servant committed the tort while he was in the course of his employment.⁴⁴

The liability of the employer does not cover when the servant is on a frolic of his own or exceeded the authority given to him by his employer.⁴⁵ An occupier has common law duty of care to lawful visitors to premises.

25.3 Visitors

A visitor is anyone to whom the occupier has given or is deemed to have given, an invitation or permission to use the premises. He cannot cause injury to the visitor except where he can prove that the visitor is aware of risk of injury to his person and he consented to it.⁴⁶

25.4 TRESPASSERS

An occupier was not allowed to set traps for trespassers and it appeared that in respect of injuries caused to trespassers by some activities carried out on the land by the occupier there was a duty of care towards a trespasser whose presence was reasonably foreseeable.⁴⁷

25.5 Children on premises

Dealing with children always demands a high degree of care. The duty towards children is higher than the duty towards adults. The occupier must make reasonable attempt to prevent trespass e.g. by repairing his fences and if a child is injured by something on the land which was especially alluring or enticing to children e.g. turntables, escalators, bright and poisonous berries, then the occupier in general was liable even though the child was on the face of it a trespasser.⁴⁸

⁴ Ibid

⁴⁴ Ibid

⁴⁵ Ibid

⁴⁶ Ibid

⁴⁷ *Donogue v Steveson* 1932 AC 562

⁴⁸ Ibid

25.6 Negligence

In the ordinary language negligence may simply mean not done intentionally, e.g. negligent publication of a libel. But while negligence may be one factor or ingredient in another tort, it is also a specific and independent tort, with which we are now concerned. The tort of negligence has three ingredients and to succeed in an action for negligence the plaintiff must show: -

- i. The existence of a duty to take care which was owed to him by the defendant,
- ii. Breach of such duty by the defendant; and
- iii. Resulting damage to the plaintiff⁴⁹

25.6.1. Contributory Negligence

Sometime when an accident occurs, both parties have been negligent, this raises the doctrine of contributory negligence. At one time a plaintiff guilty of contributory negligence could not recover any damage unless the defendant could, with reasonable care have avoided the consequences of the plaintiff's contributory want to care. Thus the courts were often concerned to find out who had the last chance of avoiding the accident and this led to some unsatisfactory decisions. Contributory negligence is not also a defence but it can mitigate damages to be paid by the defendant.⁵⁰

26. THE CONCEPT OF SUSTAINABLE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT AS IT RELATES TO TOURISM

Sustainable development has been described as the development that meets the needs of the present without compromising the ability of the future generations to meet their own needs. A process of change in which exploitation of resources, the direction of investments, the orientation of technology development and institutional change are all in harmony and enhance both current and future potential to meet human needs and aspirations.⁵¹

Since Tourism operates within the environment and it affects the environment positively and negatively, Tourism promoters should be careful to operate within the matrix of people, profit and planet while developing a tourist site, the promoters should bear in mind the interest of the host communities by being socially responsible so as not to damage or degrade the environment or where there is collateral damage to the environment, efforts should be made to remediate as far as possible and be ready to carry out corporate social responsibility to compensate the host communities. Tourist promoters should also carry out Environmental Impact Assessment in accordance with the Environmental Impact Assess-

⁴⁹ B.O Adeleke Peace and Tourism in Nigeria. Available at <https://scholar.google.com/citations?user=T-7VRhogAAAAJ&hl=en> . Accessed 9 November 2021.

⁵⁰ Ibid

⁵¹ Olufemi Abifarin: The law and practice of Hospitality and Tourism in Nigeria Achievers wisdom publication Ilorin 2000 p 100

ment Act. They should also comply with NESREA Act 2007⁵² by keeping the environment clean and safe at all times.

Both the federal, state and local governments have the duty to protect the environment, under the 1999 constitution of Nigeria. This duty gave the government the courage to enact various laws to protect the environment, both tourism enterprises, tourists and tourism promoters have the duty to protect the environment by using the environment in a sustainable way. So whatever resources are deployed into tourism in order to boost the economy should not be allowed to jeopardize the future of the successive generations.

27. CHALLENGES MILITATING AGAINST THE SECTOR IN NIGERIA

In spite of the economic potentials of tourism there are certain inhibiting challenges that are militating against the growth and development of this sector.

These challenges range from the violent and insecure environment prevalent in every part of Nigeria now, poor infrastructural facilities, like roads to tourist sites, light and water, no good accommodation like standard hotels, Inns and guest houses when available, have no restaurants or facilities for food or snacks or drinks.

The other problem is the poverty that is prevalent in the land as a result of unemployment and underemployment, lack of education and information about tourism. The NTDC and the various State Tourism Boards are not creating awareness about tourism opportunity available in their states. This sector is not well funded by the government and private investors have not indicated interest in the sector. Inability of government to drive the national Tourism Development master plan in accordance with the national policy on Tourism.

28. RECOMMENDATION AND CONCLUSION

In order to generate the needed revenue from the tourism sector, the government must provide the necessary infrastructure in the tourism sector; the government must provide the necessary infrastructure in the tourist site and the tourist community. There must be tarred road to the tourist site, there must be light on a regular basis, water must be portable at tourist sites so that tourists and visitors could be treated promptly and cheaply. We must develop our health facilities to attract tourism.⁵³

The tourist site must be made attractive and worth visiting by both foreign and local tourists. Therefore, regular renovation and rehabilitation of the tourist site is necessary. After the government might have developed a site, it could be privatised for optimum yield of revenue, or a public private partnership arrangement could be explored. Management contract could be entered into with private investors; concessioning could be explored as other option. The site could also be leased out to a private investor who will pay Income Tax too. Other options could be build operate and transfer or Joint ownership with government,

⁵² National Environmental Standards and Regulations Enforcement Agency Act 2007 Cap 301LFN 2010

⁵³ B.O Adeleke Peace and Tourism in Nigeria. Available at <https://scholar.google.com/citations?user=T-7VRhogAAAAJ&hl=en>. Accessed 9 November 2021.

community and investors. Operators of this sector also need training and retraining on management, marketing and hospitality.

As part of the on-going globalization, Nigeria has no option but to develop her tourist potentials in order to boost her revenue so as to meet other development related challenges she is facing currently. The National Tourism policy should be directed towards making Nigeria a tourist trap or touristy. The current medical tourism to India, Europe and America should be stopped as a matter of policy. Nigeria should rather develop her health Sector so that it can compete globally, and attract all sorts of people from Europe, Asia and America. Tourism promoters should have regard for our environmental laws. The draft master plan on tourism should be approved by the government without delay, so that its implementation can commence in earnest.

Soft loan Tax Incentives, Grant Scheme, Pioneer Status, Duty free import of equipment, land at concessionary rate surety or guarantee of foreign loans by government and all existing disincentives to be removed from the Sector. The law on hospitality and Tourism should be streamlined in such a way that it will remain a residual matter for the State according to the 1999 Constitution of the federal Republic of Nigeria (as amended). Also, each State should have its own law, its policy and master plan in Tourism. Lastly, the political will should be generated by the States to develop on sustainable Tourism sector that will generate revenue, employment and economic activities within the States while multiple regulation of Industry should stop.

LITERATURE

- Amari A. C (2004) *The Nigerian Conservation Law* (Unique Concept Lagos)
- Abifarin S.O (2000) *The law and practice of Hospitality and Tourism in Nigeria Achievers* (Wisdom Publication Ilorin)
- Longman Dictionary of Contemporary English, 6th ed (Addison-Wesley Longman Ltd 2014)
- Adefalu L.L, Aderinoye-Abdulwahab S.A, Olabanji O.P and Tijani A. (2014) "Socioeconomic Characteristics of Tourists in University of Ibadan Zoo, Ibadan, Nigeria. *International Journal of Advances in Agricultural & Environmental Engg. Vol 1, (Issue 2)*
- Adejuwon F. Trends of Tourist demand in Africa *The Tourist Review* Vol 41 Issue 1 1986. Available at <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108eb057942/full/html>. retrieved November 8,2021
- United Nation Trade and Development Report 1998. Available at https://unctad.org/system/files/official-document/tdr1998_en.pdf. retrieved 8 November,2021
- Association of International Scientific Experts in Tourism Report 1982. Available at <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728758202000306>. retrieved November 10,2021
- Corbin Tourism and Convention Commission. Available at <https://www.kentuckytourism.com/corbin/visitor-services/local-tourism-offices/corbin-tourism-convention-commission>. retrieved November 9,2021
- Chris Pomeroy: Tourism in 2019 accounted for 1 in 10 jobs on the planet and until now it was resilient to all manner of crisis. Available at <http://www.media-marketing.com/>

- en/3-questions-for/chris-pomeroy-tourism-2019-accounted-1-10-jobs-planet-now-resilient-manner-crisis/ retrieved November 8,2021
- The Importance of Air Transport to Nigeria. Available at <https://www.iata-repository/publications/economic-reports/nigeria-value-of-aviation/> . retrieved November 8 2021
 - B.O Adeleke Peace and Tourism in Nigeria. Available at <https://scholar.google.com/citations?user=T7VRhogAAAAJ&hl=en>. retrieved November 9 2021.
 - Nigeria Tourism Development Corporation Act Cap N137 2004 (Laws of the Federation) Nigeria
 - National Environmental Standards and Regulations Enforcement Agency Act 2007 Cap 301 (Laws of the Federation) Nigeria
 - Hospitality and Tourism Establishment (Registration, Grading and Classification) Regulations 1995 Nigeria
 - Hotel Classification Regulation 1997 Nigeria
 - Attorney General of Lagos State v Attorney General of the Federation 2013 16 NWLR (part 1380) 383
 - Donogue v Steveson 1932 AC 562
 - ACB vs Mary Okonkwo 1997 1 NWLR
 - Wheat vs E. Lacon & Co. Ltd 1997 1 NWLR

Kehinde Adeola Olufunke
Olufemi Abifarin
Aderemi Oyebanji

338.486.027(669.1)
330.341.42
DOI: 10.5937/MegRev2203115A
Received 08.03.2022.
Approved 11.04.2022.
Review scientific paper

KORIŠĆENJE TURISTIČKOG POTENCIJALA NIGERIJE ZA ODRŽIV DRUŠTVENO-EKONOMSKI RAZVOJ: KONTEKST ZAKONA I POLITIKE

Abstract: *Ovaj rad razmatra turizam kao sektor koji može značajno da doprinese razvoju nigerijske privrede, posebno u ovoj eri kada svi pozivaju na diversifikaciju privrede, kontrolu resursa, restrukturiranje i federelizam. Opšte je poznato da naša zavisnost od nafte kao zemlje, nije više održiva zbog pada cene nafte na međunarodnom tržištu i domaćih problema kao što su krađa nafte, vandalizacije cevovoda i borbenost mladih u naftnim zajednicama. Nafta je bogatstvo koje se troši svaki dan, s toga je cilj ovog rada da se naš turistički sektor u Nigeriji razvije i dobro brendira. Nigerija može zaraditi veliki kapital od toga, poput Izraela, Saudijske Arabije i Ujedinjenih Arapskih Emirata. Metod istraživanja, korišten u ovom radu je doktrinarni metod istraživanja.*

Ključne reči: *turizam, Nigerija, rekreacija, hotel, održivi razvoj*

ECONOMY AND HAPPINESS - QUESTIONING RELATIONSHIPS

Abstract: *Happy and satisfied people should definitely be in the center of interest of every state. There is no doubt that even today, economists and politicians lightly associate people's happiness with macroeconomic outcomes. The logic is not unfounded, but it is too simplistic and even partly inaccurate for the simple reason that it is based on the belief that economic growth (gross domestic product, GDP) and macroeconomic stability (public finances, prices, exchange rates) bring an increase in income and decline unemployment, and that it is crucial for citizens to be satisfied. However, GDP growth in a country does not necessarily provide greater satisfaction or, more simply, the happiness of citizens, which confirms a large number of empirical studies (the well-known Easterlin paradox). Broadly (and more correctly), the degree of happiness depends on health (physical and mental), corruption, air pollution, education, crime rates and a sense of security, the quality of public services, social relations and the like. As scientific methods, a descriptive method was used to describe the problem, data and characteristics of the observed phenomena and processes, and a method of generalization for making general conclusions. Overall, the results showed once again why the Scandinavian countries are the happiest countries in the world, precisely because they are always best ranked according to all the most popular and most frequently used indicators that measure SWB globally.*

Key words: *economics of happiness, new economic paradigm, World Database of Happiness, happiness determinants*

* Doktor ekonomskih nauka, profesor strukovnih studija, Visoka škola strukovnih studija za kriminalistiku i bezbednost Niš, Srbija, E-mail: zdjoric82@gmail.com

1. INTRODUCTION

The living standard of the people and the prosperity of the country are determined not only by material factors, but also by the subjective feelings of satisfaction and happiness that are directly related to the quality of life. About that, since the end of the 20th century, a new, promising and relevant approach known as the economy of happiness has been actively developed at the junction of psychology and economics in the field of economics. The economy of happiness is an interdisciplinary field of economics that combines knowledge from economics with knowledge from other sciences, primarily psychology and then sociology. The economy of happiness explores which economic phenomena (apart from increasing income) contribute to an individual's happiness.

There are considered to be several main causes due to which today's economies fail to become economies of happiness, and these are: 1. Low awareness and insufficient education about the connection between the economy and sustainable development, 2. Errors in management policies, 3. Insist on short-term development instead of strategic long-term planning, 4. Inequality and unfair distribution of resources, 5. Human weaknesses, mostly greed. On the other hand, the economics of happiness as a new, relevant and promising trend within economics has been actively developing since the end of the 20th century and was created at the junction of psychology and economics.

The paper starts from the basic premise according to which happiness does not depend only on economic indicators and crucially on macroeconomic results, although happiness and economic prosperity can be significantly related. In other words, GDP growth in a country does not automatically provide greater satisfaction or, more simply, the happiness of citizens. The feeling of happiness is determined by health (physical and mental), level of corruption, air pollution, education, crime rate and sense of security, quality of public services, social relations, etc.

The paper argues that happiness has always prevailed in society as a positive emotion and a reflection of our satisfaction with a particular area of our lives. In a broad sense, happiness is associated with something good, with the quality of life and well-being of society, so to justify this in the work it consists of three main parts, in which the validity of the claim will be checked and proven. The paper is dealing with considering the relationship between economics and happiness and it is structured to consist of three parts. The first part discusses and explains in more detail the economy of happiness, which aims to measure the subjective quality of life. In the second part, the subject of interest is the framework, thoughts, implications and recommendations of the new economic paradigm, which, among other things, is brought into close connection with the concept of happiness. The third part summarizes some of the most important and most popular indices within the SWB at the world level, which looked at the not very praiseworthy position of our country.

2. ECONOMY OF HAPPINESS - THE PLACE OF HAPPINESS IN ECONOMIC THEORY AND CONCEPT ANALYSIS

In society, happiness is an emotion that is characterized by pleasure and in a broad sense means something good, while referring equally to individual and social well-being. In general, happiness can mean a positive mood, a global assessment of life satisfaction, living a

good life, or causes that make people happy, with an interpretation that depends on the context. The world base of happiness¹ defines happiness as a subjective pleasure in life as a whole, how much someone likes the life they lead, ie the degree to which an individual judges the overall quality of life as favorable. Happiness in the narrow sense represents individual subjective enjoyment and satisfaction with life, that is, the degree to which an individual his whole life perceives favorable, pleasant.

In the center of interest of the economy of happiness is the measurement of people's happiness, ie. subjective well-being, from which it follows that happiness = SWB. Overall, subjective well-being can be modeled in microeconomic happiness function as follow:²

$$W_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_{it}. \quad (1)$$

And while well-being is a latent variable, $X = x_1, x_2, \dots, x_n$ they can be considered as well-known variables and refer to the individual i at time t , and may concern social, environmental, economic and institutional conditions, as well as sociodemography and socioeconomic characteristics. Among economists, the standard approach to public policy is to think of social welfare (W) as an additive aggregate of individual happiness, H_i , perhaps with diminishing marginal social welfare attaching to increments of individual happiness³:

$$W = \sum_i f(H_i) \quad (f' > 0, f'' \leq 0), \quad (2)$$

where H_i is an empirically measurable value, but $f(\)$ reflects the ethical perspective of whoever uses these data in public debate. There are two extreme versions of the $f(\)$ function. In the Benthamite version, we just add up everyone's happiness:

$$W = \sum_i H_i, \quad (3)$$

and in the Rawlsian version, we just look at the happiness of the least happy person:

$$W = \text{Maximin}(H_i). \quad (4)$$

¹ Veenhoven Ruut (2009): "World Database of Happiness - Tool for Dealing With the "Data-Deluge." Psychological Topics, vol. 18, br. 2, 2009, 221-246

² See: Frey Bruno, Stutzer Alois (2004): "Happiness Research: State and Prospects." Center for Research in Economics, Management and the Arts, Working Paper No. 2004 - 10, CREMA, Gellertstrasse 24 CH - 4052 Basel. (2004)

³ See: Well-Being Measurement and Public Policy, Richard Layard, URL: <http://www.nber.org/chapters/c5058>

Economy of happiness,⁴ offers a systematic and comprehensive overview of the postulates of usefulness and well-being, including economic behavior. Among the most important authors in the field of the economy of happiness who deal with subjective well-being are: Bernard van Praag, Richard Easterlin, Nic Marks, Benjamin Radcliff, Bruno Frey, Med Jones, Jan-Emmanuel De Neve, Andrew Oswald, Ruut Veenhoven, Richard Layard, and others. Richard Easterlin was the first modern economist to revisit the concept of happiness, beginning in the early 1970s. It is well known “Easterlin paradox” which indicates that, although all data show that richer people show greater satisfaction with life, there are also marginal indicators that prove that people’s perception of their own well-being depends not only on their income in absolute terms, but also on their relative position in relation to income distribution.

There are two key reasons for economists’ interest in studying happiness:⁵

1. economic policy - For some individuals, social action also means higher costs, which makes it difficult to reach a universal solution in terms of Pareto improvement, which emphasizes the need to evaluate the net effects in terms of individual utilities. Therefore, a compromise is needed between unemployment and inflation when it comes to priority areas of economic policy;

2. the fact that the well-being of the individual is strongly determined by the quality of institutional capacities, which primarily refers to the size of social capital and the quality of governance performance.

Research within the economy of happiness sheds light on the hitherto neglected processes within the discipline and concern:⁶

(1) Additional satisfaction that is initially provided by additional material goods and services is of a transitory nature and is lost with continuous consumption which, in circumstances of constant or repeated stimulus, relativizes the hedonistic effects - the so-called hedonic adaptation.

⁴ See, for example: Layard Richard (2006): “Happiness and Public Policy: A Challenge to the Profession.” *The Economic Journal*, 116(510), C24–C33, DOI: 10.1111/j.1468-0297.2006.01073.x; Easterlin Richard et.al. (2010): “The happiness–income paradox revisited.” *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(52), 22463–22468; Frey Bruno, Stutzer, Alois (2002): “The Economics of Happiness.” *WORLD ECONOMICS*, Vol. 3, No. 1, January–March 2002, 1-17; Mahadea Darma (2012): “On The Economics of Happiness: The Influence Of Income And Non-Income Factors On Happiness.” *SAJEMS NS*, 16 (2013) No 1, 39-51; Layard Richard (2005): *Happiness: Lessons from a New Science*, New York: Penguin Press; Ralašić Tina, Bogdan Željko (2018): “Sreća i ekonomska aktivnost.” [Happiness and economic activity]. *Ekonomski pregled*, 69(4), 350-395; Frey Bruno, Stutzer Alois (2010): “Happiness: A New Approach In Economics.” Happiness and Economic Policy, CESifo DICE Report 4/2010, 3-7; Graham Carol (2005): “The Economics of Happiness - Insights on globalization from a novel approach.” *WORLD ECONOMICS*, Vol. 6, No. 3, July–September 2005, 41 - 55; Stutzer Alois, Frey Bruno (2012): “Recent Developments in the Economics of Happiness: A Selective Overview.” DISCUSSION PAPER SERIES, IZA DP No. 7078, December 2012, Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor; Nikolova Milena, Graham Carol. (2020): “The Economics of Happiness.” GLO Discussion Paper, No. 640, Global Labor Organization (GLO), Essen.

⁵ Frey Bruno, Stutzer, Alois (2002): “The Economics of Happiness.” *WORLD ECONOMICS*, Vol. 3, No. 1, January–March 2002, 3.

⁶ Frey Bruno, Stutzer Alois (2010): “Happiness: A New Approach In Economics.” Happiness and Economic Policy, CESifo DICE Report 4/2010, 4.

(2) People compare their own position with relevant others where it is believed that people with a higher level of income by definition have a higher level of relative income and consumption, and consequently, a stronger status in society.

3. WELL-BEING AND HAPPINESS: DEFINING A NEW ECONOMIC PARADIGM

There is no doubt that GDP is the official barometer of business cycles, an essential measure of living standards and an unavoidable measure of government performance. However, also, more recently, it is believed that GDP is a specialized tool for measuring market activity rather than national welfare and GDP actually tends to rise with societal problems such as crime, pollution, household, debt, commuting time, and family breakdown. The scatterplot 1 clearly show that people in richer countries tend to report higher life satisfaction than people in poorer countries.

If we talk about the effectiveness of future policies, the depth of the economic downturn, in addition to the different trajectories of the COVID-19 virus, will be strongly determined by the quality, speed, precision and effectiveness of economic policy measures in terms of preventing short-circuit negative demand spirals and corporate insolvency, and stabilization of the financial market, as well as strengthening and expanding health care capacities. An effective policy that takes care of the aforementioned measures, after the abolition of “social distancing”, it is more likely that contraction and recovery will take a V-shape, or possibly a U-shape if the bottom of the contraction is drawn out. In the case of inefficient and inadequate policies, however, the trajectory of economic output is more likely to take the shape of the letter L in the time to come.⁷

The New Economic Foundation (NEF) has offered a global manifesto for a happier planet whose proclaimed goals are as follows:⁸

1) *Eradicating extreme poverty and hunger* [There is an urgent need to redesign global systems in terms of a more equal distribution of things that people rely on in their own daily lives (for example, income and access to land, food and other resources)]

2) *Improving healthcare* [The happiness of people in a society is closely related to the high life expectancy, which, in turn, is a consequence of favorable living conditions and strong health care. The following global challenges are inevitable: halt the rise in diseases such as HIV/AIDS and malaria, increase access to clean water, and reduce child and maternal mortality]

3) *Relieving debt* [Ensuring a basic standard of living at the expense of raising the level of financial debt can be considered as one of the essential features of developing countries. When designing sustainable debt paths, the level of revenue that the government can achieve without deepening poverty or compromising future development should be taken into account]

⁷ World Economic Forum (2020): *Emerging Priorities and Principles for Managing the Global Economic Impact of COVID-19*. Chief Economists Outlook, April 2020, World Economic Forum, 91–93 route de la Capite, CH-1223 Cologny/Geneva, Switzerland.

⁸ New economics foundation (2006). *The Happy Planet Index, An index of human well-being and environmental impact*. This report was produced with the support of Friends of the Earth England, Wales and Northern Ireland and the AIM Foundation, available at: www.happyplanetindex.org, 5, 43-44

4) *Shifting values away from individualism and material consumption, and towards social interaction* [Wherever possible, the government should instead of encouraging the promotion of materialist values, show a higher level of sensitivity for local community initiatives, sports teams, arts projects and so on.]

5) *Providing support for a meaningful life by respecting the thespians of civic, cultural and social life, as well as achieving an optimal balance between private and business life.* [Governments must adequately value and reward the sacrifice and contribution of each individual to the overall economic, social, cultural, and civic life and provide adequate compensation for the efforts made and unpaid work. As far as employers are concerned, their priority should be to provide their employees with the opportunity to reconcile private and business life, for overall personal and professional development at work, and for flexible working hours].

6) *Empowering citizens and promoting open and good governance.* [It starts from the fact that the active participation of citizens in democratic processes results in a more vibrant and dynamic society, and consequently happier citizens. Promoting inclusive, resilient and efficient public governance is invaluable for achieving long-term prosperity, which essentially means eliminating systemic corruption at all levels, strengthening the rule of law and optimizing institutional performance.]

7) *Working towards one-planet living by consuming within our environmental limits* [Prolonged environmental degradation can be caused when the ecological footprint, as a measure of the earth's biocapacity, is stretched too much. The official policy of the government around the world must be the protection of the environment and its preservation for future generations, and the dominant doctrine is the so-called One-planet living, with an adequate and timely policy and time schedule in order to translate the mentioned doctrine into practice.]

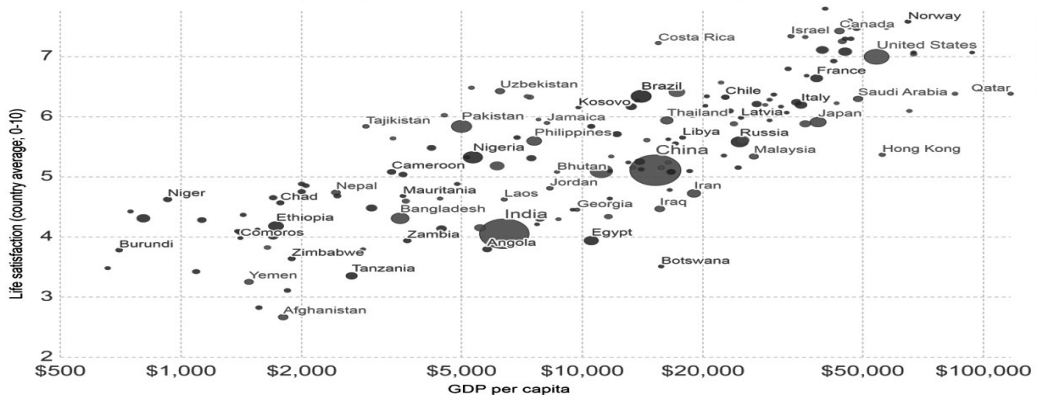
8) *Designing systems for sustainable consumption and production.* [It is necessary to stop the plunder of natural resources, ensure the conservation of our ecosystems and integrate the approach of sustainable development into the global community. In order for the price of goods to calculate the full environmental costs and encourage a change in behavior, environmental taxation could serve as a suitable instrument.]

9) *Working to tackle climate change.*

Scatterplot 1. Self-reported Life Satisfaction vs GDP per capita, 2017

Self-reported Life Satisfaction vs GDP per capita, 2017

The vertical axis shows the national average of the self-reported life satisfaction on a scale ranging from 0-10, where 10 is the highest possible life satisfaction. The horizontal axis shows GDP per capita adjusted for inflation and cross-country price differences.



Source: World Happiness Report (2019), World Bank

OurWorldInData.org/happiness-and-life-satis

Source: <https://ourworldindata.org/happiness-and-life-satisfaction>

As we have witnessed, the pandemic of COVID-19 has laid bare the fragile economic, social, and environmental underpinnings of our world today. The SDGs provide an invaluable framework to map out possible short-term and longer-term government responses to Covid-19 and to build back better - well known as - *The six SDG Transformations*⁹ (see Table 1) - which can be implemented in every country to help address trade-offs and synergies across the SDGs. The six Transformations provide an action agenda for government ministries, businesses, and civil society to frame actionable strategies to achieve the SDGs and thereby make our societies more prosperous, inclusive, and sustainable, and thus happier.

Table 1. An SDG framework to map out possible short-term and longer-term government responses to Covid-19

Transformation 1: Education, Gender, and Inequality

- Expand and strengthen public social security systems best suited to address the consequences of disruptive events
- Further investments in STEM education, digital skills, equity, and lifelong learning
- Further streamline basic health prevention measures in school programs (e.g., hand-washing) and provide adequate supplies for good hygiene
- Place women's needs and leadership at the heart of the response to the health and economic crises
- Whole-of-government response (transversal)
- Increased role of government in key sectors (economy, health, food, social security)
- Re-think global supply chains and dependence for strategic equipment and materials
- Strengthen development cooperation to support recovery plans in countries most hit and in least developed countries
- Strengthen statistical capacity, and the availability of timely data
- Strengthen government capacities to anticipate and manage unforeseen disruptive events
- Strengthen international platforms, exchanges and transparency among scientists/researchers (open science)

Transformation 2: Health, Wellbeing, and Demography

- Strengthen the role of public health and disease prevention and surveillance (for both communicable and chronic diseases).
- Increase the role of public authorities in the research for treatment and vaccines, and in providing access to treatment and vaccines
- Accelerate efforts to achieve universal health care
- Strengthen public health emergency preparedness (including building stocks of essential equipment and increasing flexibility to mobilize staff to respond to emergencies)
- Reduce dependence on other countries for key health supplies and equipment

- Expand digital health solutions (e.g., telehealth) to reduce the burden on hospitals and increase access to care
- Increase the quality and timeliness of health statistics
- Increase the resilience of health systems to respond to shocks/crises (e.g., increase capacity to build hospitals and other infrastructures in record time)

Transformation 3: Energy Decarbonization and Sustainable Industry

- Use the Paris Climate Agreement as the vision for long-term change and to inform investment plans and bailouts
- Build on positive short-term prospects due to plummeting industrial output and further the roll out of digital services and e-commerce to accelerate the transition to climate neutrality
- Reduce international dependence for key industries and sectors in case of major disruptive events (e.g. protective masks, food supply)
- Pursue efforts to enforce environmental treaties and national regulations despite the lockdown and economic turmoil

Transformation 4: Sustainable Food, Land, Water and Oceans

- Strengthen food security and hygiene, including the reduction of risks of zoonotic diseases
- Emphasize the resilience and sustainability of food systems
- Accelerate efforts to provide universal access to water and sanitation, and increase focus on hygiene and handwashing to help curb transmission of oral-fecal diseases
- Pursue efforts to reduce negative impacts on biodiversity and ecosystems to prevent future pandemics

Transformation 5: Sustainable Cities and Communities

- Address immediate threats to vulnerable groups in urban settlements (homeless, refugees), to avoid a deep worsening of their living conditions and to make confinement measures more effective
- Strengthen the territorial distribution of doctors and availability of care, including in rural areas
- Further integrate vulnerable groups in urban settlements, including homeless people, refugees, and migrants
- Adapt public transportation systems to the need for physical distancing and hygiene, and to changing patterns in working and commuting habits
- Develop integrated territorial strategies to address the impact of travel restrictions on business, exports, and tourism activities

Transformation 6: Harnessing the Digital Revolution for Sustainable Development

- Further expand digital health solutions to reduce the burden on hospitals and increase access
- Develop and use online education tools
- Further development of other digital government services and e-commerce
- Further investments in STEMS, digital skills, equity, and lifelong learning
- Accelerate the adoption of measures that support a fair transition for workers affected by the digital and technological revolution

Source: Sachs Jeffrey *et. al.* (2020), 10-11

4. THE STATE OF HAPPINESS GLOBALLY AND IN SERBIA - FACTS AND VIEWS

Measuring the quality of life (and even happiness) is carried out by several world institutions and organizations, and among the indicators of quality of life we single out: *World Database of Happiness (WDoH)*, *Misery index*, *World Happiness Report* and *Legatum Prosperity Index*.

The *World Database of Happiness*¹⁰ (*WDoH*) refers to the research of the subjective enjoyment of citizens in life as a whole. The archive includes:

(1) distributional findings (how happy people are in particular times and places, which is estimated on the basis of two aggregate statistics (mean and standard deviation) and the 95% confidence interval around these)

(2) correlational findings (what things go together with more or less happiness).

In the mentioned database, the ranking of nations is done according to the following parameters: a) Average Happiness (see: Table 2); b) Happy LifeYears; c) Inequality of Happiness and d) Inequality adjusted Happiness.

Table 2. Average Happiness in 162 Nations 2010-2018

¹⁰ See: <https://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/>

How much people enjoy their life-as-a-whole on scale 0 to 10

	Code	Nation	Satisfaction with life (scale 0 - 10)	Number of surveys
1	AF	Afghanistan	4.0	6
2	AL	Albania	5.3	7
3	DZ	Algeria	5.9	1
4	AO	Angola	4.6	4
5	AR	Argentina	7.2	1
6	AM	Armenia	4.7	1
7	AU	Australia	6.9	1
8	AT	Austria	7.7	4
9	AZ	Azerbaijan	6.3	1
10	BH	Bahrein	6.3	7
11	BD	Bangladesh	5.0	7
12	BY	Belarus	5.3	1
13	BE	Belgium	7.5	4
14	BZ	Belize	6.1	2
15	BJ	Benin	3.7	6
16	BT	Bhutan	5.6	3
17	BO	Bolivia	6.3	8
18	BA	Bosnia Herzegovina	5.2	5
19	BW	Botswana	4.0	6
20	BR	Brazil	7.4	7
21	BG	Bulgaria	4.7	3
22	BF	Burkina Faso	4.2	7
23	BI	Burundi	3.8	1
24	KH	Cambodia	4.2	7
25	CM	Cameroon	4.8	7
26	CA	Canada	7.9	4
27	CF	Central African Rep	3.4	3
28	TD	Chad	4.1	7
29	CL	Chile	7.0	1
30	CN	China	6.5	1
31	CO	Colombia	8.2	1
32	KM	Comoros	4.0	4
33	CG	Congo (Brazzaville)	4.5	5
34	CD	Congo (Kinshasa),	4.6	6
35	CR	Costa Rica	7.8	7
36	CI	Cote d Ivoire	4.1	3
37	HR	Croatia	6.3	1
38	CY	Cyprus	6.6	3
39	CZ	Czech Republic	6.7	5
40	DK	Denmark	8.3	4
41	DJ	Djibouti	4.6	1
42	DO	Dominican Republic	5.5	6
43	EC	Ecuador	7.7	1
44	EG	Egypt	4.3	1

	Code	Nation	Satisfaction with life (scale 0 - 10)	Number of surveys
45	SV	El Salvador	6.4	7
46	EE	Estonia	6.4	6
47	ET	Ethiopia	4.7	5
48	FI	Finland	8.0	4
49	FR	France	6.7	4
50	GA	Gabon	4.5	7
51	GE	Georgia	4.5	6
52	DE	Germany	7.3	8
53	GH	Ghana	5.7	1
54	GR	Greece	6.0	2
55	GT	Guatemala	6.7	7
56	GN	Guinea	4.1	7
57	GY	Guyana	6.4	2
58	HT	Haiti	4.3	6
59	HN	Honduras	5.5	6
60	HK	Hong Kong	6.9	1
61	HU	Hungary	6.1	4
62	IS	Iceland	8.0	3
63	IN	India	4.8	7
64	ID	Indonesia	5.6	7
65	IR	Iran	5.1	5
66	IQ	Iraq	5.5	1
67	IE	Ireland	7.0	5
68	IL	Israel	7.6	4
69	IT	Italy	7.1	5
70	JM	Jamaica	5.7	2
71	JP	Japan	6.1	2
72	JO	Jordan	6.2	1
73	KZ	Kazakhstan	6.9	1
74	KE	Kenya	4.6	6
75	KR	Korea (South)	5.9	2
76	KO	Kosovo	6.2	1
77	KW	Kuwait	6.9	1
78	KG	Kyrgyzstan	6.6	1
79	LA	Laos	5.1	2
80	LV	Latvia	6.5	1
81	LB	Lebanon	6.1	1
82	LS	Lesotho	4.6	2
83	LR	Liberia	4.5	3
84	LY	Libya	5.8	4
85	LT	Lithuania	6.0	4
86	LU	Luxembourg	7.5	1
87	MK	Macedonia	5.2	6
88	MG	Madagascar	3.9	6
89	MW	Malawi	4.2	6
90	MY	Malaysia	6.8	1
91	ML	Mali	4.3	7
92	MT	Malta	7.1	1

	Code	Nation	Satisfaction with life (scale 0 - 10)	Number of surveys
93	MR	Mauritania	4.7	6
94	MU	Mauritius	5.9	2
95	MX	Mexico	8.3	1
96	MD	Moldova	6.3	7
97	MN	Mongolia	5.2	6
98	ME	Montenegro	5.6	7
99	MA	Morocco	5.5	1
100	MZ	Mozambique	5.3	1
101	MM	Myanmar	4.8	6
102	NA	Namibia	5.2	1
103	NP	Nepal	5.0	5
104	NL	Netherlands	7.6	11
105	NZ	New Zealand	7.4	1
106	NI	Nicaragua	6.2	7
107	NE	Niger	4.2	7
108	NG	Nigeria	5.8	1
109	NO	Norway	8.0	5
110	OM	Oman	7.5	1
111	PK	Pakistan	7.3	1
112	PS	Palestina	5.1	1
113	PA	Panama	7.4	7
114	PY	Paraguay	6.1	8
115	PE	Peru	6.8	1
116	PH	Philippines	7.0	1
117	PL	Poland	7.0	6
118	PT	Portugal	6.0	4
119	PR	Puerto Rico	7.4	2
120	QA	Qatar	7.8	1
121	RO	Romania	6.8	2
122	RU	Russia	5.7	4
123	RW	Rwanda	6.1	1
124	SA	Saudi Arabia	7.0	7
125	SN	Senegal	4.3	7
126	RS	Serbia	4.9	1
127	SL	Sierra Leone	4.8	5
128	SG	Singapore	6.6	1
129	SK	Slovakia	6.9	2
130	SI	Slovenia	6.9	5
131	SO	Somalia	5.4	6
132	ZA	South Africa	6.0	2
133	SS	South Sudan	3.4	2
134	ES	Spain	7.0	6
135	LK	Sri Lanka	4.5	6
136	SD	Sudan	4.6	2
137	SR	Surinam	6.7	2
138	SZ	Swaziland	5.2	1
139	SE	Sweden	7.8	6
140	CH	Switzerland	8.1	6

	Code	Nation	Satisfaction with life (scale 0 - 10)	Number of surveys
141	SY	Syria	3.7	5
142	TW	Taiwan	6.6	1
143	TJ	Tajikistan	5.1	6
144	TZ	Tanzania	3.7	4
145	TH	Thailand	7.3	1
146	TG	Togo	3.4	4
147	TT	Trinidad and Tobago	7.2	1
148	TN	Tunisia	5.2	6
149	TR	Turkey	6.2	2
150	TM	Turkmenistan	6.1	6
151	UG	Uganda	4.3	5
152	UA	Ukraine	5.1	2
153	AE	United Arab Emirate	7.5	7
154	GB	United Kingdom	7.3	6
155	US	United States of Am	7.1	1
156	UY	Uruguay	7.3	1
157	UZ	Uzbekistan	6.2	6
158	VE	Venezuela	6.8	7
159	VN	Viet Nam	5.6	5
160	YE	Yemen	4.0	7
161	ZM	Zambia	5.2	4
162	ZW	Zimbabwe	5.3	1

Source: Veenhoven, R., *Average happiness in 162 nations 2010-2018*. World Database of Happiness.

Rank report Average Happiness, available: worlddatabaseofhappiness.eur.nl/hap_nat/findingreports/RankReport_AverageHappiness.php

Table 3 and 4. shows the Distributional Findings on Happiness in Serbia (RS), according to the World Database of Happiness, which refer to our country as a not very happy nation, while the trends in the level of happiness for the observed periods are not very promising and optimistic. This situation in our country, as well as in other transition countries, is explained by the existence of the so-called “Transition happiness gap”.¹¹ According to many economists this phenomenon can be explain by the dissatisfaction with their governments and their legal systems, the great macroeconomic instability of early transition, by a substantial decrease in the quality and accessibility of public goods, by the major increase in inequality, income volatility, stagnating labor market conditions, changing norms, and by the rapid depreciation of pre-transition human capital stock accumulated under central planning: skills acquired before transition turned out to be less useful in the market economy. It is to be expected that transition economies (including our country) can complete the transformation process and reach a level of quality of life comparable to that in the West by continuing

¹¹ For detail see: Guriev Sergei, Melnikov Nikita (2017): “*Happiness convergence in transition countries.*”, Working Paper No. 204, Prepared in September 2017, EBRD, 1-2

with the continuous improvement of institutions (proxied by the rule of law) and macroeconomic performance of the country.¹²

Table 3. Distributional findings on happiness in Serbia (RS)

4-step verbal Happiness				
<i>Taking all things together, would you say you are?</i>				
- very happy				
- quite happy				
- not very happy				
- not at all happy				
very = 4 not at all = 1				
Year	On original range 1 - 4		On range 0 - 10	
	Mean	SD	Mean	SD
1996	2.80	0.73	6.35	2.16
2001	2.83	0.68	6.47	2.02
2006	2.69	0.73	6.01	2.21
Average	2.77	0.71	6.27	2.13

11-step numeral Happiness				
<i>Generally speaking, how happy do you feel?</i>				
10 - extremely happy				
0 - extremely unhappy				
Year	On original range 0 - 10		On range 0 - 10	
	Mean	SD	Mean	SD
2018	6.99	2.47		
Average	6.99	2.47		

10 item Yesterday Affect Balance				
<i>Did you feel yesterday (yes/no)</i>				
- well-rested				
- treated with respect				
- smile and laugh a lot				
- learn or do something interesting				
- enjoyment				
- physical pain				
- worry				
- sadness				
- stress				
- anger				
Rated:				
0:no				
1:yes				
<i>Computation: (A+B+C+D+E) - (F+G+H+I+J)</i>				

¹² For detail see: Nikolova Milena (2015): "Minding the Happiness Gap: Political Institutions and Perceived Quality of Life in Transition." DISCUSSION PAPER SERIES, IZA DP No. 9484, November 2015, Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor, 2015

Year	On original range -100 - 100		On range 0 - 10	
	Mean	SD	Mean	SD
2006	28.00		6.40	
2009	14.00		5.70	
2010	16.00		5.80	
2011	16.00		5.80	
2012	17.00		5.90	
2013	17.00		5.90	
2014	23.00		6.20	
2015	24.00		6.20	
2016	30.00		6.50	
Average	20.56		6.04	

11-step numeral Best-Worst possible Life

Suppose the top of the ladder represents the best possible life for you and the bottom of the ladder the worst possible life. Where on this ladder do you feel you personally stand at the present time?

- 10
- 0

Year	On original range 0 - 10		On range 0 - 10	
	Mean	SD	Mean	SD
2006	4.75	2.04	4.75	2.04
2007	4.75		4.75	
2009	4.38	2.05	4.38	2.05
2010	4.46	2.00	4.46	2.00
2011	4.81	2.21	4.81	2.21
2012	5.15	2.45	5.15	2.45
2013	5.10		5.10	
2014	5.11		5.11	
2015	5.30		5.30	
2016	5.80		5.80	
Average	4.96	2.15	4.96	2.15

3-step Feel Happy

Do you feel...?

- happy
- fairly happy
- unhappy

Year	On original range 1 - 3		On range 0 - 10	
	Mean	SD	Mean	SD
2011	2.08	0.71	5.15	1.51
2016	2.38	0.66	5.77	1.36
Average	2.23	0.68	5.46	1.44

Source: R. Veenhoven, *Distributional findings on Happiness in Serbia (RS)*, World Database of Happiness, Erasmus University Rotterdam, The Netherlands.

Viewed on 2020-10-22 at worlddatabaseofhappiness.eur.nl.

Table 4. Happiness in Serbia (RS) - Current Happiness: place on rank lists of happiness in nations 2010-2018

HAPPINESS	AVERAGE HAPPINESS	HAPPY LIFE YEARS	INEQUALITY OF HAPPINESS	INEQUALITY ADJUSTED HAPPINESS
<i>Possible ranges</i>	0-10	0-100	0-3.5	0-100
<i>Highest score</i>	8.3. Mexico	66.8 Switzerland	1.41 Netherlands	73 Denmark
Serbia	4.9	36.3	0.00	0
<i>Lowest score</i>	3.4 Central African Republic	18.8 Central African Republic	3.16 Egypt	26 Egypt

Source: Veenhoven, R., *Happiness in Serbia (RS)*, World Database of Happiness, Erasmus University Rotterdam, The Netherlands

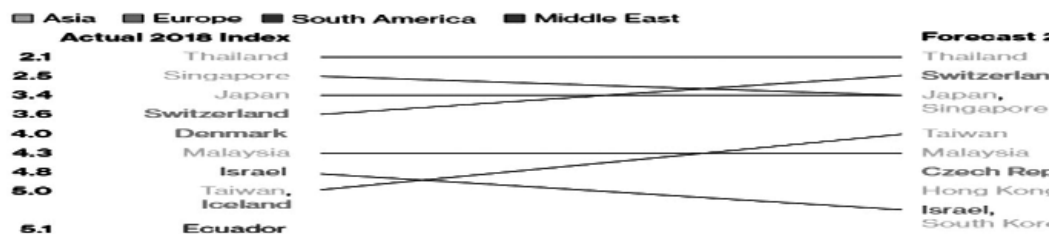
In the sphere of economics, misery tends to flow from high inflation, steep borrowing costs and unemployment. All other things being equal, a high level of happiness in society is a direct consequence of strong economic growth, low interest rates and inflation, and the creation of new jobs. The **Misery index** (for world rankings see Table 5 and Figure 1) is calculated by adding the seasonally adjusted unemployment rate to the annual inflation rate. As such, it reflects the average economic position of the citizens of a country where it is believed that rising unemployment and strengthening inflationary tendencies result in rising social and economic costs for a given country. According to Table 5, we see that two Latin American countries are ranked at the top according to the Misery Index: 1. Venezuela (turmoil in this country has been further fueled by skyrocketing hyperinflation, with citizens struggling to afford basic items such as food, toiletries, and medicine) and 2. Argentina (in this country volatility is generated by the monetary crisis due to the serious devaluation of the peso in 2018). What the two countries with the lowest misery index (Figure 1) have in common are extremely low unemployment rates, which in Thailand are the result of: (1) a strong “informal sector” —such as street vendors or taxi drivers — that accept unemployed citizens in the public sector, and (2) high levels of public investment, private and foreign direct investment, and strengthening tourism and the country’s export performance.

Table 5. The Highest Misery Index Scores, 2019

RANK	COUNTRY	CONTRIBUTING FACTOR	MISERY INDEX SCORE
1	Venezuela	Inflation	1,746,439.1
2	Argentina	Inflation	105.6
3	Iran	Inflation	75.7
4	Brazil	Lending Rates	53.6
5	Turkey	Unemployment	53.3
6	Nigeria	Unemployment	43.0
7	South Africa	Unemployment	42.0
8	Bosnia and Herzegovina	Unemployment	38.2
9	Egypt	Lending Rates	36.8
10	Ukraine	Lending Rates	34.3

Source: <https://propertyupdate.com.au/these-are-the-most-miserable-countries-in-the-world-in-fographic/>

Figure 1. Happy Place - Top 10 nations with the lowest Misery index score in 2019

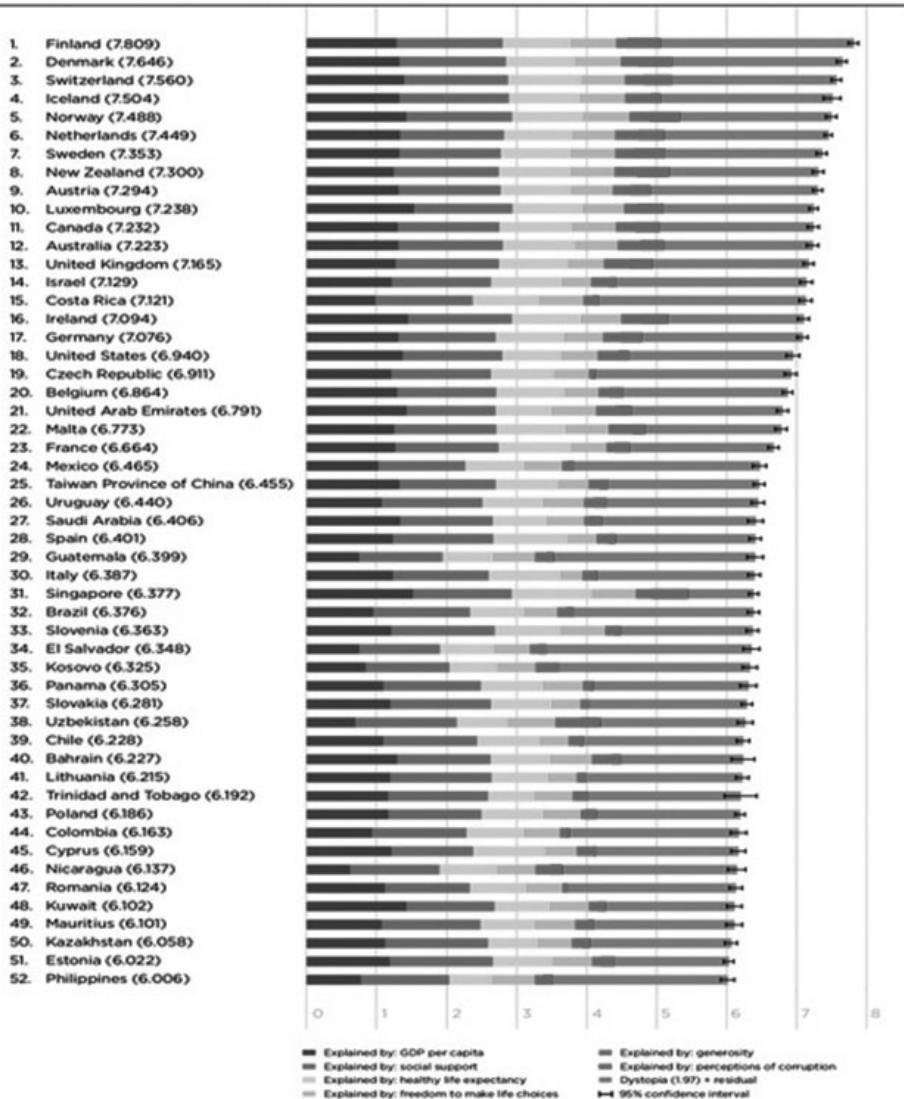


Source: <https://propertyupdate.com.au/these-are-the-most-miserable-countries-in-the-world-in-fographic/>

The World Happiness Report is a landmark survey of the state of global happiness. In the *World Happiness Report*¹³ for 2020 covering the 2017-2019 period to show how six key variables (GDP per capita, social support, healthy life expectancy, freedom, generosity, and absence of corruption) affect on happiness rankings of countries in the world. On Figure 2 we can see country rankings regarding to life evaluations (answers to the Cantril ladder question) for each country, averaged over the years 2017-2019, where horizontal lines showing the 95% confidence intervals.

Figure 2. Ranking of Happiness 2017-2019

Figure 2.1: Ranking of Happiness 2017-2019 (Part 1)



¹³ See: Helliwell John *et. al.*, eds. (2020) *World Happiness Report 2020*. New York: Sustainable Development Solutions Network, available at: <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2020/WHR20.pdf>, 2020.

Figure 2.1: Ranking of Happiness 2017-2019 (Part 2)

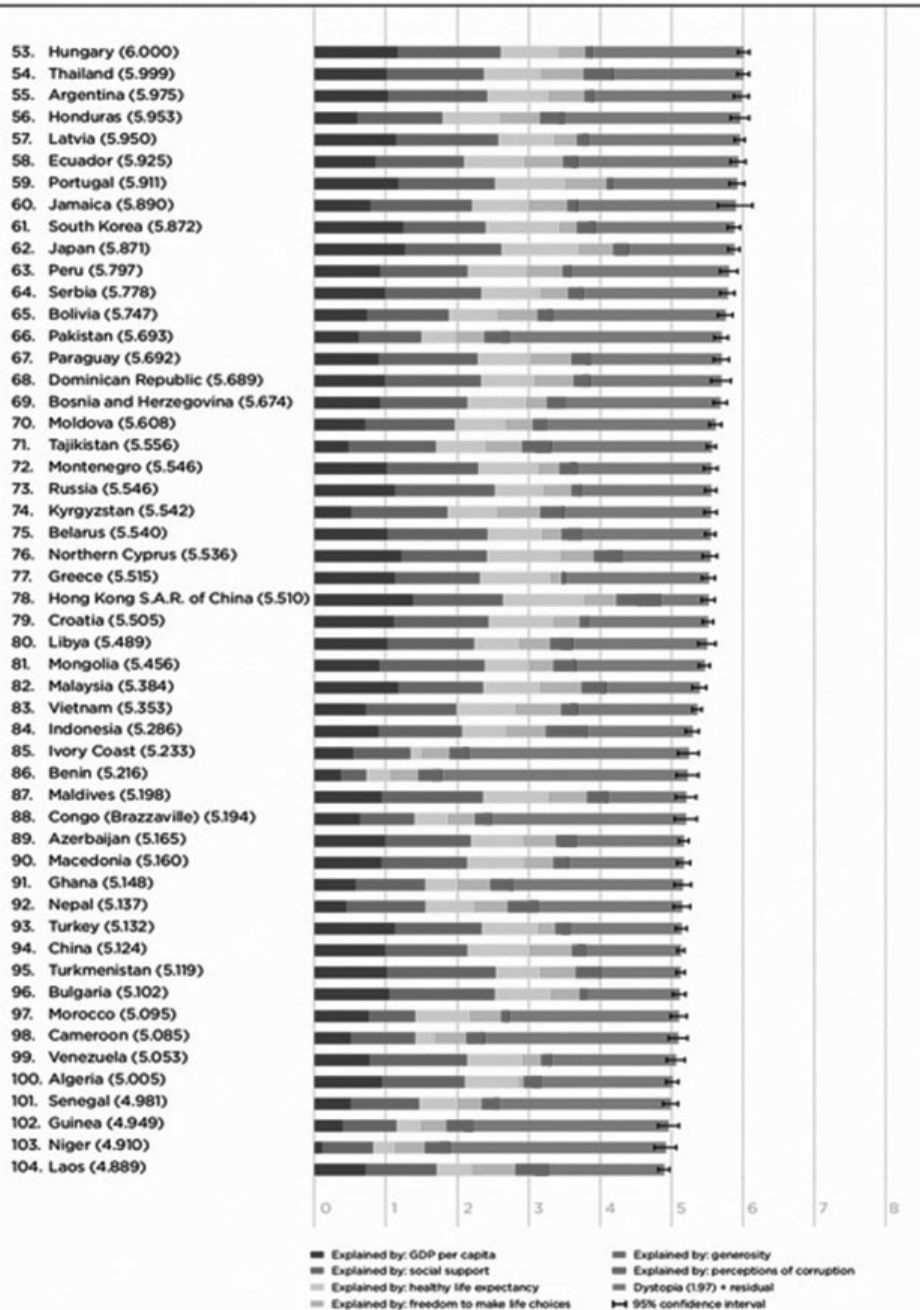
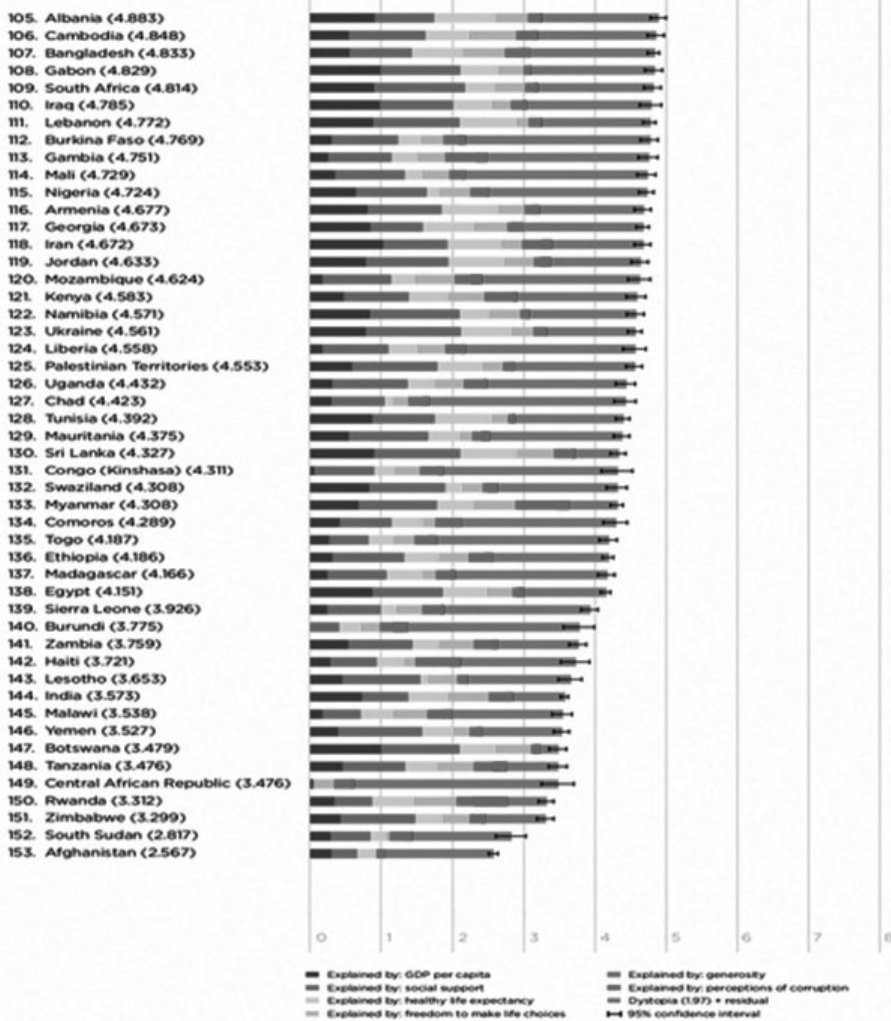


Figure 2.1: Ranking of Happiness 2017–2019 (Part 3)



Source: Helliwell John *et. al.*, eds. (2020)

According to the mentioned multiple indicators, among the Top 10 happiest nations in the world there are Scandinavian countries - Norway, Denmark, Sweden, Finland and Iceland. The happiest country in the world is Finland and this country is ranks particularly high in areas like GDP per capita, social support and freedom to make life choices. The determinants that explain Nordic excellence in terms of a consistently high level of happiness are:¹⁴

(1) Welfare state generosity (with extensive social benefits, income security in case of unemployment and the labor market which is regulated to avoid employee exploitation) -

¹⁴ Helliwell John *et. al.*, eds. (2020) *World Happiness Report 2020*. New York: Sustainable Development Solutions Network, available at: <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2020/WHR20.pdf>, 2020, 132-133.

Unemployment benefits are in some cases above the basic minimum wage in the economies of these countries. An important feature of all Nordic countries is the presence of retirement schemes where the amount of pension depends upon the time the citizen has lived in the country, the wage or salary earned by him during his working tenure, the number of dependents a retiree has and whether he or she has earned special pension from other insurance schemes;

(2) Institutional quality (quality of government, effective and a highly democratic governance system based on political consensus and social arrangements) that promote continuity and stabilizing people's expectations - refers to a. democratic quality (access to power including factors such as the ability to participate in selecting the government, freedom of expression, freedom of association, and political stability) and b. delivery quality (it is about the exercise of power, including the rule of law, control of corruption, regulatory quality, and government effectiveness);

(3) Low levels of income inequality (egalitarian and equal societies with only small differences);

(4) Autonomy and the freedom to make life choices (liberated from material necessity, political oppression, and cultural intolerance) - the Nordic countries constitute the leading example of maximizing prosperity, successful modernization, political and personal freedom and social solidarity. Gender equality is higher than anywhere else in the world, and a high level of happiness is also present at the regional level;

(5) High level of social capital - Trust in other people (feeling connected to others, trusting them, and caring about them) and social cohesion;

(6) Other explanations - for example, economic insecurity and vulnerability to economic losses. In addition, people often form subjective perceptions regarding social comparison, ie in assessing how good their life is, people often compare their own lives with the lives of those around them, where the above is not relevant for the Nordic countries precisely because of the dominance of the ethos of equality, manifested in universal public services that reduce social and economic risks.

The key mission of the Legatum Institute is the transformation from poverty to global prosperity, with more prosperous nations in which institutions function efficiently and impartially, where the economy is open and empowered people are healthy, educated, and safe. *The Prosperity Index* was created by the mentioned institution and consists of 12 pillars of prosperity which are clustered into three domains with essential foundations of prosperity - 1. Inclusive Societies - captures the relationship structures that exist within a society, between individuals and between individuals and broader institutions, and the degree they either enable or obstruct societal cohesion and collective development; 2. Open Economies - captures the extent to which an economy is open to competition, encourages innovation and investment, promotes business and trade, and facilitates inclusive growth.; 3. Empowered People - captures the quality of people's lived experience and the associated aspects that enable individuals to reach their full potential through autonomy and self-determination. Table 6 gives the ranking of the 10 most successful countries, as well as the position of our country at the global level according to the previously mentioned index, which clearly leads to the conclusion that the Nordic countries are the most prosperous countries in the world. According to the Prosperity Index, Serbia ranked 52nd, which is an improvement of 9 places

compared to 2009. Serbia records the best results in the field of Safety & Security, and the weakest performance in the Natural Environment.

Source: adapted from: Legatum Institute Foundation (2019)

How to improve the state of happiness on a global level? Policy recommendations are:¹⁵

Measurement - it would be useful to introduce national accounts of well-being that would be a pandam of national economic accounts. The advantage of such accounts is that it makes prosperity in a society more visible for both citizens and leaders, which enables more adequate personal and governmental decisions in this field.

Experimentation - One of the promising approaches is the experimental application of policies and programs and the collection of relevant data on possible outcomes related to the level of happiness in society, in order to assess them in a specific context and for a given culture. In order to achieve a certain level of monitoring and reach other methodologically rigorous aspects of evaluation, it is necessary to involve behavioral scientists in the whole process.

Ministry of Well-Being aim specifically to advance the agenda for quality of life - It is desirable to have a post or office in the government devoted specifically to well-being, whose function would be to offer recommendations to the government for specific interventions at the national and local levels.

Urban Design based on well-being evidence should be especially valued - Urban design and mixed-use zoning that allows for walkability to shops, recreation, and even workplaces can help the environment, reduce traffic congestion and wasted time commuting, and increase social connectedness.

Greenery, Parks, and Attractive Public Spaces - Green spaces and attractive urban environments, especially where people can relax, meet, or engage in recreational or social activities, increase well-being and social connections.

Community Activities - As an important feature of well-being, neighborhood cohesion can be encouraged through a number of activities such as those related to volunteerism, community festivals and neighborhood Watch programs.

Protective Housing - Inexpensive but decent housing ought to be available to all citizens, including effective shelter from the weather.

Reducing Corruption - Reducing the level of corruption (through draconian penalties, through transparency laws and building strong norms and values for helping neighbors and society, including strangers) would lubricate the level of trust in society as an important component of the efficient functioning of society as a whole.

Encouraging Prosocial Behavior. In order to reduce the hostile atmosphere in society and make citizens more cooperative and positive, and ready to help others, it would be important to encourage public service campaigns, media programming and various reward programs, which can increase the feelings of well-being of both people.

¹⁵ The Global Happiness Council (2018): *Global Happiness Policy Report 2018*, New York: Sustainable Development Solutions Network, 152-153

Table 6. The Legatum Prosperity Index™ Ranks Top 10 and Serbia, 2019

2009 Rank	2018 Rank	2019 Rank	Country	Safety and Security	Personal Freedom	Governmentance	Social Capital	Investment Environment	Enterprise Conditions	Market Access and Infrastructure	Economic Quality	Living Conditions	Health	Education	Natural Environment
1	2	1	Denmark	5	2	3	2	6	7	8	8	1	8	3	10
3	1	2	Norway	2	1	1	1	2	9	15	12	7	5	11	7
4	3	3	Switzerland	1	12	7	8	13	3	7	2	4	3	12	5
2	4	4	Sweden	11	4	6	9	10	13	5	4	3	15	17	1
5	5	5	Finland	17	3	2	4	7	8	10	21	6	26	6	2
6	6	6	Netherlands	12	5	4	6	12	8	4	6	2	9	8	54
10	7	7	New Zealand	13	10	5	7	3	14	21	19	26	22	10	6
8	9	8	Germany	21	13	9	13	15	4	11	5	5	12	21	17
7	8	9	Luxembourg	3	8	8	21	22	16	2	7	9	19	33	9
9	11	10	Iceland	6	6	13	3	25	30	12	16	20	7	13	8

Note: A higher rank indicates a better state performance for each element or pillar.

Stronger Close Relationships - Economic policies that punish marriage and family life and discourage strong family ties must not be implemented. In addition, special programs for parental and marital education would be helpful for those starting or transitioning to new stages of life.

Public Health - It is often pointed out that the importance of strong social interactions for overall health and productivity outweighs the very importance of exercising and avoiding obesity, as well as smoking and protection against infectious diseases. In other words, prosocial behavior can be a generator of higher levels of well-being and can reduce health care costs in the long run, making life more satisfying for all citizens at the same time.

5. CONCLUSION

The main focus of the happiness economy is to understand the interdependence between economic performance and the resulting happiness of economic actors. In other words, it seeks to identify the link between objective and resulting subjective well-being, with the aim of determining, measuring and analyzing the progress of a given society. The list of indices that include the measurement of subjective well-being (SWB) worldwide is long. The paper reviews several of the most popular and commonly used measures of happiness in the world: World Database of Happiness (WDoH), Misery index, World Happiness Report and Legatum Prosperity Index.

We note that according to numerous measurement indices in various areas, such as happiness and well-being, the fight against corruption and freedom of the press, equality, economic competitiveness, innovation, the environment and numerous welfare lists, leading Scandinavian countries (Denmark, Sweden, Finland, Norway and Iceland), which are regularly the happiest, and continuously high ranking is often interpreted as the so-called. Nordic model. One of the key and rational explanations why this region ranks high in almost all relevant indexes is short effective public governance (which contributes to greater equality and a more egalitarian society), as well as extremely low levels of corruption and high social capital - all of these factors regularly contribute to strong economic competitiveness of countries, and probably increased prosperity and consequently a happier population. Nordic countries enjoy low levels of corruption in the public sector, significant press freedom, a well-functioning (rooted) democracy and a well-regulated private business sector. The Nordic model is, above all, characterized by an extremely well-developed social policy through high benefit transfer (income redistribution), active participation of citizens in creating a common identity, job security and a developed, dynamic and vibrant civil society. Also, the data obtained in the paper do not refer to Serbs as a particularly happy and prosperous nation.

REFERENCES

- Easterlin Richard *et.al.* (2010): "The happiness-income paradox revisited.", *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(52), 22463–22468

- Frey Bruno, Stutzer Alois (2004): “*Happiness Research: State and Prospects.*” Center for Research in Economics, Management and the Arts, Working Paper No. 2004 - 10, CRE-MA, Gellertstrasse 24 CH - 4052 Basel. (2004)
- Frey Bruno, Stutzer Alois (2010): “*Happiness: A New Approach In Economics.*” Happiness and Economic Policy, CESifo DICE Report 4/2010, 3-7
- Frey Bruno, Stutzer, Alois (2002): “The Economics of Happiness.”, *WORLD ECONOMICS*, Vol. 3, No. 1, January–March 2002, 1-17
- Graham Carol (2005): “The Economics of Happiness - Insights on globalization from a novel approach.”, *WORLD ECONOMICS*, Vol. 6, No. 3, July–September 2005, 41 - 55
- Guriev Sergei, Melnikov Nikita (2017): “*Happiness convergence in transition countries.*”, Working Paper No. 204, Prepared in September 2017, EBRD
- Helliwell John *et. al.*, eds. (2020) *World Happiness Report 2020*. New York: Sustainable Development Solutions Network, available at: <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2020/WHR20.pdf>, 2020.
- <https://ourworldindata.org/happiness-and-life-satisfaction>
- <https://propertyupdate.com.au/these-are-the-most-miserable-countries-in-the-world-infographic/>
- <https://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/>
- Layard Richard (2006): “Happiness and Public Policy: A Challenge to the Profession.” *The Economic Journal*, 116(510), C24–C33, DOI: 10.1111/j.1468-0297.2006.01073.x.
- Layard Richard (2005): *Happiness: Lessons from a New Science*, New York: Penguin Press
- Legatum Institute Foundation (2019). *The Legatum Prosperity Index™ 2019 - A tool for transformation*, THIRTEENTH EDITION, www.prosperity.com.
- Mahadea Darma (2012): “On The Economics of Happiness: The Influence Of Income And Non-Income Factors On Happiness.”, *SAJEMS NS*, 16 (2013) No 1, 39-51
- New economics foundation (2006). *The Happy Planet Index, An index of human well-being and environmental impact*. This report was produced with the support of Friends of the Earth England, Wales and Northern Ireland and the AIM Foundation, available at: www.happyplanetindex.org
- Nikolova Milena (2015): “*Minding the Happiness Gap: Political Institutions and Perceived Quality of Life in Transition.*” DISCUSSION PAPER SERIES, IZA DP No. 9484, November 2015, Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor, 2015
- Nikolova Milena, Graham Carol. (2020): “*The Economics of Happiness.*”, GLO Discussion Paper, No. 640, Global Labor Organization (GLO), Essen.
- Ralašić Tina, Bogdan Željko (2018): “Sreća i ekonomska aktivnost.” [Happiness and economic activity]. *Ekonomski pregled*, 69(4), 350-395
- Sachs Jeffrey *et. al.* (2020): *The Sustainable Development Goals and COVID-19*. Sustainable Development Report 2020. Cambridge: Cambridge University Press, 2020.
- Stutzer Alois, Frey Bruno (2012): “*Recent Developments in the Economics of Happiness: A Selective Overview.*” DISCUSSION PAPER SERIES, IZA DP No. 7078, December 2012, Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor.
- The Global Happiness Council (2018): *Global Happiness Policy Report 2018*, New York: Sustainable Development Solutions Network.

- Veenhoven Ruut. *Distributional findings on Happiness in Serbia (RS)*, World Database of Happiness, Erasmus University Rotterdam, The Netherlands. Viewed on 2020-10-22 at worlddatabaseofhappiness.eur.nl
- Veenhoven Ruut (2009): “*World Database of Happiness - Tool for Dealing With the “Data-Deluge.”* Psychological Topics, vol. 18, br. 2, 2009, 221-246
- Veenhoven Ruut., *Average happiness in 162 nations 2010-2018*. World Database of Happiness. Rank report Average Happiness, available at: worlddatabaseofhappiness.eur.nl/hap_nat/findingreports/RankReport_AverageHappiness.php
- Veenhoven Ruut., *Happiness in Serbia (RS)*, World Database of Happiness, Erasmus University Rotterdam, The Netherlands
- Well-Being Measurement and Public Policy, Richard Layard, URL: <http://www.nber.org/chapters/c5058>
- World Economic Forum (2020): *Emerging Priorities and Principles for Managing the Global Economic Impact of COVID-19*. Chief Economists Outlook, April 2020, World Economic Forum, 91–93 route de la Capite, CH-1223 Cologny/Geneva, Switzerland.

EKONOMIJA I SREĆA - PROPITIVANJE ODNOSA

Rezime: *Srećni i zadovoljni ljudi trebali bi svakako biti u centru interesa svake države. Nema sumnje da i danas ekonomisti i političari olako povezuju sreću ljudi sa makroekonomskim ishodima. Logika nije neutemeljena, ali je previše pojednostavljena iz prostog razloga što se zasniva na uverenju da ekonomski rast (bruto domaći proizvod - BDP) i makroekonomska stabilnost (javne finansije, cene, kursevi) donose povećanje dohotka i pad nezaposlenosti, te da je presudno za građane da budu zadovoljni. Međutim, rast BDP-a u zemlji ne mora nužno pružiti već zadovoljstvo, ili jednostavnije, sreću građana što potvrđuje veliki broj empirijskih studija (poznat je Esterlinov paradoks). Uopšteno govoreći (i tačnije), stepen sreće zavisi od zdravlja (fizičkog i mentalnog), korupcije, zagađenja vazduha, obrazovanja, stope kriminala i osećaja sigurnosti, kvaliteta javnih usluga, socijalnih odnosa i sl. Kao naučne metode, korišćena je deskriptivna metoda za opisivanje problema, podataka i karakteristika posmatranih pojava i procesa, kao i metoda generalizacije za donošenje opštih zaključaka. Sve u svemu, rezultati su jasno pokazali još jednom zašto su skandinavske zemlje najsrećnije države na svetu, upravo zato što us uvek najbolje rangirane prema najpopularnijim i najčešće korišćenim pokazateljima koji SWB mere globalno.*

Ključne reči: *ekonomija sreće, nova ekonomska paradigma, Svetska baza podataka o sreći, odrednice sreće.*

Sanja Filipović *
Jelena Ignjatović **

338.1(497-15)
339.923(4-672EU:497-15)
DOI: 10.5937/MegRev2203167S
Pregledni naučni članak
Primljen 25.07.2022.
Odobren 05.09.2022

EKONOMSKI RAZVOJ ZAPADNOG BALKANA: ŠANSE I OGRANIČENJA ZA ZELENU TRANZICIJU

Sažetak: *Zemlje Zapadnog Balkana imaju za cilj da postanu deo Evropske unije i u skladu sa tim su u poslednje tri decenije sprovele privredno-sistemske reforme. Kako su zemlje regiona i potpisnice Ugovora o energetske zajednici, one su se obavezale na harmonizaciju zakonodavstva, definisanje i sprovođenje nacionalnih planova koji imaju za cilj smanjenje emisije ugljenika, unapređenje energetske efikasnosti i veću primenu obnovljivih izvora energije. Imajući u vidu opredeljenost zemalja regiona, cilj rada je da utvrdi napredak u procesu ekonomskog razvoja, odnosno da definiše šanse i ograničenja da sprovedu proces energetske tranzicije. Rezultati istraživanja pokazuju da je uprkos započetim reformskim procesima i napretku u Indeksu humanog razvoja, COVID-19 kriza usporila razvoj regiona i dovela ne samo do recesije i pada životnog standarda, nego i do rasta nezaposlenosti. Pored toga, veliki izazov za region predstavlja smanjenje energetske i karbonske intenzivnosti jer u strukturi elektroprivrede dominiraju termoelektrane na ugalj koje su zastarele i neefikasne. Regionu nedostaju investicije i doslednost u sprovođenju započetih reformi. Zelena agenda za Zapadni Balkan, predstavlja šansu za region jer preko Instrumenta prekogranične saradnje, podstiče investicije u projekte koji ne samo da omogućavaju energetske tranzicije, nego i razvoj drugih sektora industrije i poljoprivrede.*

Ključne reči: *razvoj, tranzicija, reforme, Zapadni Balkan.*

* Prof. Dr Sanja Filipović, Naučni savetnik, Institut društvenih nauka i Redovni profesor, Univerzitet Singidunum, Beograd, Srbija, sfilipovic@idn.org.rs

** Dr Jelena Ignjatović, Predavač, Akademija strukovnih studija; Odsek za poljoprivredno-poslovne studije i turizam, Šabac, Srbija; jignjatovic985@gmail.com

1. UVOD

Kako su narodi Balkana imali nekoliko međusobnih ratova i česta prekrajanja granica država, u novijoj istoriji pojavio se i pojam "balkanizam" koji ima negativnu konotaciju u smislu da se odnosi na podeljenost i netrepeljivost. Otuda se za region sve češće koristi pojam Jugoistočna Evropa, a u poslednje dve decenije je široko rasprostranjen termin Zapadni Balkan.¹ Zapadni Balkan je termin koji se odnosi na političku opredeljenost zemalja regiona da postanu članice Evropske unije (EU), a uključuje Albaniju, Bosnu i Hercegovinu (BiH), Severnu Makedoniju, Crnu Goru, Srbiju i Kosovo*.²

Nakon Samita o stabilizaciji i pridruživanju EU, koji se održao 2003. godine u Solunu, sve zemlje su se obavezale da će započeti ispunjavanje obaveza u procesu stabilizacije i pridruživanja³. Proces stabilizacije i pridruživanja smatra se doradenom verzijom politike pristupanja, kao osnovni politički okvir odnosa regiona Zapadnog Balkana i EU, usvojen 1999. godine, sa ciljem stabilizacije nakon sukoba na Kosovu*, uspostavljanja slobodne trgovine, regionalne saradnje i pružanja evropske perspektive regiona.⁴ Do sada su status kandidata za prijem EU stekle Severna Makedonija (2005), Crna Gora (2010), Srbija (2012), Albanija (2014), dok su BiH i Kosovo*, zemlje potencijalni kandidati.⁵

Albanija je 12. juna 2006. godine potpisala Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju (SSP), dok je zahtev za članstvo u EU podnela aprila 2009. godine. Ipak, usled nesprovođenja političkih kriterijuma iz Kopenhagena u vezi sa upravljanjem i vladavinom prava, kao i drugih propusta koji su sprečavali zahtevane reforme, status kandidata je dobijen tek u julu 2014. godine.⁶

Severna Makedonija je aprila 2001. godine potpisala SSP, dok je status kandidata za članstvo dobila u decembru 2005. godine. Evropski savet je identifikovao osam ključnih prioriteta: primena svih obaveza preuzetih u okviru sporazuma, dijalog između političkih stranaka, sprovođenje zakona o policiji, sprovođenje antikorupcijskog zakonodavstva, reforma pravosuđa, reforma javne uprave, definisanje mera za politiku zapošljavanja i unapređenje poslovnog okruženja⁷. Međutim, pregovori nisu započeti zbog spora sa Grčkom oko imena, te je znanični naziv zemlje i nakon sticanja nezavisnosti godinama bio Bivša Jugoslovenska

¹ Bideleux Robert, Jeffries Ian (2007): *A history of Eastern Europe*, Taylor & Francis - London, 52, fn 1,

² Kosovo, bilo da se radi o teritoriji, institucijama ili stanovništvu, u ovom tekstu će se razumeti u potpunom skladu sa Rezolucijom 1244 Saveta bezbednosti Ujedinjenih nacija.

³ Filipović Sanja (2013): The economic prospectus of the Western Balkans region, *Crossroads-The Macedonian Foreign Policy Journal* 1/2013, 53-67.

⁴ Trapara Vladimir, Nedeljković-Pravdić Marija (2014): „Uključivanje Kosova u proces stabilizacije i pridruživanja“ U: Medjunarodna konferencija Instituta za međunarodnu politiku i privredu -Evropska unija i Zapadni Balkan – izazovi i perspective, 244-254.

⁵ European Commission (2022): "Candidate Countries and Potential Candidates", European commission, [https://ec.europa.eu/environment/enlarg/candidates.htm#:~:text=Albania%2C%20the%20Republic%20of%20North,possible%20request%20for%20transition%20periods.\(28.05.2022.\)](https://ec.europa.eu/environment/enlarg/candidates.htm#:~:text=Albania%2C%20the%20Republic%20of%20North,possible%20request%20for%20transition%20periods.(28.05.2022.))

⁶ Tošković Jelena (2016): *Preispitivanje neoliberalnog koncepta ekonomije na primeru zemalja Zapadnog Balkana*, Edukons Univerzitet - Sremska Kamenica: 912, fn 6.

⁷ EBRD (2013): "Transition report 2010: Recovery and Reform", <https://www.ebrd.com/downloads/research/transition/tr10.pdf> (10.02.2022)

Republika Makedonija. Tek kada je u februaru 2019. godine rešen spor, prihvaćen je naziv Severna Makedonija i započeti su pregovori.

Crna Gora je oktobra 2007. godine potpisala SSP, dok je status kandidata za EU stekla oktobra 2010. godine. Evropska komisija je oktobra 2011. godine dala preporuku otvaranja pregovora o pristupanju, da bi početak pregovora bio definisan u junu 2012. godine.

Srbija je u aprilu 2008. godine potpisala SSP koji je stupio na snagu u septembru 2013. godine. Zahtev za prijem u članstvo, Srbija je podnela u decembru 2009. godine, dok je u martu 2012. godine dobila zvaničan status kandidata. Evropska komisija je insistirala da pregovori o pristupanju EU budu otvoreni kad se ostvari normalizacija odnosa sa Kosovom*, što je postignuto nakon deset rundi dijaloga u aprilu 2013. godine.⁸ Početak pregovora za pristupanje EU Srbija je dobila 28. juna 2013. godine, dok je u januaru 2014. godine održana prva Međuvladina konferencija.

BiH i Kosovo* još uvek nisu stekle status kandidata za prijem u članstvo EU. Evropska komisija ističe ograničen napredak u pogledu ekonomskih reformi u BiH, zahteva stabilizaciju političke situacije i dogovor o ustavnim reformama. Tranzicija u ovoj zemlji predstavlja krizni model međunarodnog upravljanja koji je izgrađen na proširenju uloge međunarodnog krivičnog prava i usklađivanju politike sa projektom pristupanja EU.⁹ BiH je SSP bazirala na primeni pravnih, ekonomskih, institucionalnih i administrativnih reformi i on je potpisan u junu 2008. godine, ali je na snagu stupio tek u junu 2015. godine. U februaru 2016. godine, BiH je podnela zahtev za članstvo u EU. Građani BiH, za razliku od građana Kosova*, imaju pravo na Šengen vizu¹⁰ koja omogućava kratak boravak, odnosno tranzit kroz zemlje potpisnice u trajanju od 90 dana u periodu do 180 dana.

Kosovu* je Rezolucijom 1244 Saveta bezbednosti Ujedinjenih nacija iz 1999. godine, određen politički status pod privremenom upravom Ujedinjenih nacija-UNMIK.¹¹ SSP je potpisan u oktobru 2015. godine,¹² a u decembru 2021. godine je započela druga faza implementacije političkih prioriteta u okviru Evropske reformske agende (ERA).¹³ Iako su

⁸ Međak Vladimir, Budimir Branko (2013): „Vodič kroz pristupanje Srbije Evropskoj Uniji“ ,ISAC Fond.,http://eupregovori.bos.rs/progovori-o-pregovorima/uploaded/EU_VODIC.pdf (25.02.2022).

⁹ Humphrey Caroline (2012): “Favors and “Normal Heroes””, *HAU Journal of Ethnographic Theory* 2(2), 22-41.

¹⁰ Šengenski sporazum potpisan je 1985. godine u Luksemburgu, sa ciljem ukidanja granične kontrole na međusobnim granicama i vođenja zajedničke vizne politike za 26 zemalja potpisnica. Danas broji 22 članice EU, dok su se Bugarska, Hrvatska, Kipar i Rumunija obavezale na pridruživanje u budućnosti. Irska kao članica EU vodi nacionalnu viznu politiku, dok su Island, Lihtenštajn, Norveška i Švajcarska potpisnice sporazuma iako nisu članice EU.

¹¹ Filipović Sanja, Ignjatović Jelena (2017): *Neoliberalni koncept privrede u zemljama Zapadnog Balkana*, Ekonomski institut – Beograd, 105, fn 11.

¹² Vijeće EU (2015): „Potpisan Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju (SSP) između Evropske unije i Kosova“ Evropsko vijeće, <https://www.consilium.europa.eu/hr/press/press-releases/2015/10/27/kosovo-eu-stabilisation-association-agreement/> (10.02.2022)

¹³ Jakupi Zylfie Adem (2021): „U Briselu održan četvrti sastanak Saveta za stabilizaciju i pridruživanje EU-Kosovo“, Anadoly Agency, <https://www.aa.com.tr/ba/balkan/u-briselu-odr%C5%BEan-%C4%8Detvrti-sastanak-saveta-za-stabilizaciju-i-pridru%C5%BEivanje-eu-kosovo/2441401#> (13.02.2022)

njeni tehnički uslovi, Visa sporazum¹⁴ još uvek nije potpisan, tako da je za zemlje Šengena neophodna viza.¹⁵

Imajući u vidu napore regiona Zapadnog Balkana da postane deo integrisanog prostora EU, cilj ovog rada je da utvrdi njegove potencijale da sprovede proces dekarbonizacije koji je definisan dugoročnom strategijom razvoja EU i posebnom Zelenom agendom za Zapadni Balkan. Prvi deo rada baziran je na proceni ekonomskog razvoja regiona Zapadnog Balkana gde su analizirani realan rast BDP, BDP po glavi stanovnika, nezaposlenost i Indeks humanog razvoja (HDI). Drugi deo rada procenjuje energetske i karbonske intenzivnosti regiona i ispunjavanje obaveza o podizanju udela obnovljivih resursa u proizvodnji električne energije. Treći deo rada analizira razvojne šanse i ograničenja sa kojima se zemlje regiona susreću. Na kraju su data zaključna razmatranja.

2. EKONOMSKI RAZVOJ REGIONA ZAPADNOG BALKANA

Ekonomski razvoj uključuje tehnološke, organizacione i strukturne promene u privredi i smatra se širim pojmom od ekonomskog rasta.¹⁶ Nivo ekonomskog razvoja zavisi od brojnih faktora¹⁷, a proces privredno-sistemskih reformi, proces liberalizacije i integracije,¹⁸ uz jačanje tržišne ekonomije i uloge građana u društvu¹⁹ imaju pozitivan razvojni efekat.²⁰ Uprkos započetim reformskim procesima, COVID-19 kriza je usporila razvoj regiona²¹, tako da je region u 2020. godini ušao u recesiju od 7,7%. Najviši realan pad BDP je zabeležila Crna Gora (-15,31%), a slede Kosovo* (-5,34%), Severna Makedonija (-5,21%), Albanija (-3,96%) i BiH (-3,2%). Srbija je imala recesiju od svega -0,94%, što je niže i od proseka EU (-5,96%)²² (Grafikon 1). Takvi rezultati se mogu komentarisati, pre svega, iz ugla strukture privrede, jer je evidentno da su zemlje u kojima turizam ima značajno učešće u formiranju BDP bile više pogođene usled zatvaranja zemlje. U 2021. godini, region je doživeo brz oporavak, pa se predviđa se da će rast BDP-a iznositi 5,9%, dok se 2022. godine predviđa 4,1%, a 2023. godi-

¹⁴ Dimitar (2021): „Zapadni Balkan odustaje od snova o Evropskoj uniji”, ALJZEERA, <https://balkans.aljazeera.net/opinions/2021/10/26/zapadni-balkan-odustaje-od-snova-o-evropskoj-uniji> (14.02.2022)

¹⁵ Loxha Zajneli Amra (2019): „Kosovo sve teže do Šengena”, Radio slobodna Evropa, <https://www.slobodnaevropa.org/a/29882136.html> (15.04.2019)

¹⁶ Industrijska ekologija (2022): *Ekonomski rast i ekonomski razvoj*, Ekonomski fakultet- Niš.5, fn 16.

¹⁷ Drucker F.Peter (1996): *Landmarks of Tomorrow: A Report on the New “Post-Modern” World*; Transaction Publisher: Piscataway - NJ.

¹⁸ Grigorescu Adriana, Marioara Jordan, Octavian Alexandru Badea (2012): Regional Development Policy in the EU and Romania – State-of-the-art and Future Developments, *Ovidius University Annals* 0(2), 272-278.

¹⁹ Feruni Nerajda et al. (2020): The Impact of Corruption, Economic Freedom, and Urbanization on Economic Development: Western Balkans versus EU-27, *Sustainability* 12, 1-22.

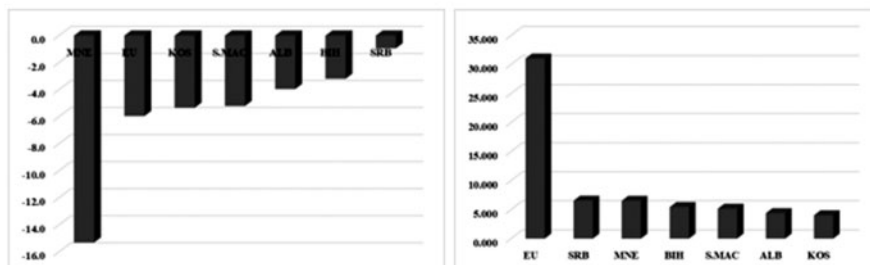
²⁰ Pavlović Ž. Radica (2021): Efekti ekonomske politike na spoljnotrgovinsku razmenu Republike Srbije: Trgovinskopravni i ekonomski aspekt-budućnost i perspective, *Megatrend revija*, 18(4), 147-168.

²¹ Kisin Jovana, Mihić Svetlana, Ignjatović Jelena (2021): Ekonomski aspekti pandemije COVID-19: Slučaj Republike Srbije, *Ecologica* 28(103), 369-377.

²² World Bank (2022): „Data indicator”, World Bank, <https://data.worldbank.org/indicator> (05.02., 2022)

ne 3,8%.²³ Nivo životnog standarda regiona je gotovo šest puta niži od proseka EU, 5.336 u odnosu na 31.008 USD po glavi stanovnika. Najviši životni standard je u Srbiji (6.540 USD), a slede Crna Gora (6.512 USD), BiH (5.433 USD), Severna Makedonija (5.115 USD), Albanija (4.390 USD) i na kraju Kosovo* (4.024),²⁴ (Grafikon 2).

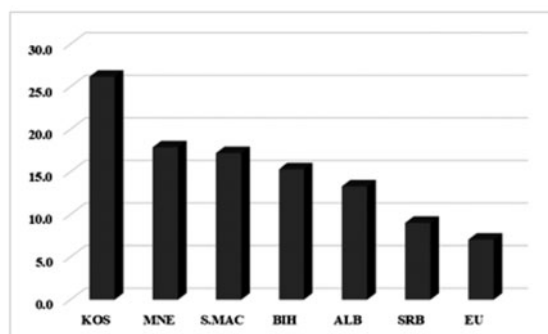
Grafikoni 1 i 2. Realan rast BDP (%) i BDP po glavi stanovnika (USD), 2020. godine.



Izvor: <https://data.worldbank.org/indicator>

COVID kriza je dovela ne samo do recesije i pada životnog standarda, nego i do rasta nezaposlenosti. U 2020. godini nivo nezaposlenosti na nivou regiona je iznosio 16,2%, a najviši nivo nezaposlenosti je zabeležen na Kosovu* (26,2%) i Crnoj Gori (17,9%), a slede Severna Makedonija (17,2%), BiH (15,3%) i Albanija (13,3%). Srbija je tokom prethodne godine uspešno uspela da redukuje stopu nezaposlenosti tako da ona iznosi 9%, dok je prosek EU 7%²⁵ (Grafikon 3).

Grafikon 3. Nezaposlenost (%), 2020. godine



Izvor: <https://data.worldbank.org/indicator>

Indeks humanog razvoja (HDI), kao mera kvaliteta života i blagostanja,²⁶ predstavljen je kao sumarna mera prosečnog postignuća u tri ključne dimenzije ljudskog razvoja: dug i

²³ World Bank (2021): “Western Balkans Regular Economic Report: Fall 2021”, World Bank, <https://www.worldbank.org/en/region/eca/publication/western-balkans-regular-economic-report> (20.02.2022.)

²⁴ World Bank (2022).

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Engineer Merwan, King Ian Paul, Roy Nilanjana (2008): The human development index as a criterion for optimal planning, *Indian Growth and Development Review* 1(2), 172–192

zdrav život, obrazovanje i pristojan životni standard.²⁷ Kategorizuje se kao vrlo visok humani razvoj, visok, srednji i nizak humani razvoj.²⁸ Crna Gora i Srbija se rangiraju kao zemlje sa veoma visokim humanim razvojem, dok Albanija, BiH i Severna Makedonija imaju visok nivo humanog razvoja (Tabela 1). Prema poslednjem Indeksu humanog razvoja objavljenom 2020. godine, Crna Gora je ostvarila najviši rang zauzevši 48 mesto, prate je Srbija (64), Albanija (69), BiH (73), dok je najlošije rangirana Severna Makedonija (82).²⁹ U periodu 2014-2019. godine, BiH i Severna Makedonija su napredovale za 8 mesta, Srbija za 3, Crna Gora za 2 mesta, dok je Albanija nazadovala za 4 mesta. Ukoliko se ovakav trend nastavi, može se očekivati da će se za 10-15 godina Albanija, BiH i Severna Makedonija naći u grupi zemalja veoma visokog humanog razvoja.³⁰ Najveći prosečan godišnji rast HDI ostvaren je u BiH (0,88%), a najniži u Crnoj Gori (0,37%). Obzirom da su problem regiona Zapadnog Balkana smanjen natalitet i životni standard, učinjen je određeni napredak, ali ne u meri kao kod EU zemalja.

Tabela 1 HDI u regionu Zapadnog Balkana, 2020. godine

Zemlja	Indeks humanog razvoja (HDI)						HDI rang	HDI rang 2014-2019	HDI (%)
	2010	2014	2015	2017	2018	2019			
ALB	0,745	0,787	0,788	0,790	0,792	0,792	69	-4	0,72
BIH	0,721	0,758	0,761	0,774	0,777	0,780	73	8	0,88
S.MAC	0,743	0,755	0,761	0,767	0,770	0,774	82	8	0,46
CG	0,802	0,813	0,818	0,822	0,826	0,829	48	2	0,37
SRB	0,766	0,784	0,789	0,798	0,833	0,806	64	3	0,57
KOS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
EU I CEN. AZIJA	0,739	0,772	0,775	0,785	0,787	0,791			0,76

Izvor: <https://hdr.undp.org/en/composite/trends>

3. POTREBA ZA ENERGETSKOM TRANZICIJOM

Klimatske promene i pitanje očuvanja životne sredine postavile su nove izazove za ekonomski razvoj, a pred energetske sektorom (kao najvećim emiterom karbon dioksida) su najveća očekivanja³¹. Energetska tranzicija se smatra novom industrijskom revolucijom³²

²⁷ United Nations Development Programme-UNDP (2016): „Risk-Proof ing the Western Balkans: Empowering People to Prevent Disasters” UNDP, https://hdr.undp.org/sites/default/files/risk_proofing_the_western_balkans.pdf (15.01.2022.)

²⁸ United Nations Development Programme (2020): „Human development reports: Human Development Index Trends 1990-2019.” UNDP, <https://hdr.undp.org/en/composite/trends> (12.01.2022.9)

²⁹ Podaci za Kosovo nisu dostupni.

³⁰ Dašić Boban *et al.* (2020): Human development index in a context of human development: Review on the western Balkans countries, *Brain and Behavior*, 10(9), 1-12.

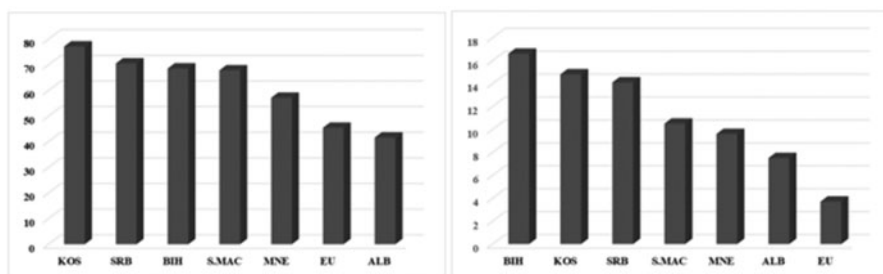
³¹ Vitošević Jovana, Lukinović Mario, Škvareninová Lucia (2021): Energy security: The impact of environmental policies on energy security, *Megatrend revija* 18(4), 41-56.

³² Spasić Vladimir (2021): „Energetska tranzicija nije pretnja za Zapadni Balkan, nego razvojna šansa”, *Balkan green energy news*, <https://balkangreenenergynews.com/rs/energetska-tranzicija-nije-pretnja-za-zapadni-balkan-nego-razvojna-sansa/> (27.10. 2021).

i podrazumeva smanjenje fosilnih goriva, odnosno smanjenje emisije ugljenika.³³ Proces energetske tranzicije u regionu³⁴ se odnosi na transformaciju energetskog sektora koji emituje oko 60% gasova staklene bašte (GH) i industrije koja je energetski intenzivnija u odnosu na EU.^{35,36}

Emisija CO₂ od sagorevanja goriva (CO₂/TEC) je 2019. godine u EU iznosila 45,5 tCO₂/Tj, što je znatno manje nego u zemljama regiona gde prednjače Kosovo* (77,1) i Srbija (70,5), a slede ih BiH (68,5), Severna Makedonija (67,8), Crna Gora (57,1) i Albanija (41,6) (Grafikon 4). Prema podacima ukupnog snabdevanja energijom po jedinici BDP (TES/BDP, izraženo u GJ/hiljadu 2015 USD), najveću energetska intenzivnost, 2019. godine, je imala BiH (16,6), a slede je Kosovo* (14,8), Srbija (14,1), Severna Makedonija (10,5), Crna Gora (9,6) i na kraju Albanija (7,5). EU je beležila 3,7 GJ/hiljadu 2015 USD (Grafikon 5).

Grafikoni 4 i 5. CO₂/TES (t CO₂/Tj) i TES/BDP (GJ/hiljadu 2015 USD), 2019. godine



Izvor: <https://www.iea.org>

Razlog visoke emisije CO₂ energetskog sektora je posledica strukture elektroprivrede u kojoj dominiraju termoelektrane na uglj. Izuzetak predstavlja jedino Albanija koja proizvodnju električne energije bazira na hidroelektranama (Grafikon 6). Ukupan broj termoelektrana na uglj je 15 (5 u BiH, 2 u Severnoj Makedoniji, 1 u Crnoj Gori i Kosovu* i 6 u Srbiji), a ukupni kapacitet termoelektrana je 8,706 MW (BiH 2,008, Kosovo* 1,288, Severna Makedonija 824, Crna Gora 210 i Srbija 4,376). U termoelektranama ukupno radi oko 7,728 zaposlenih (BiH 2.466, Severna Makedonija 678, Crna Gora 710, Kosovo* 1.482 i Srbija 2.931). Većina postojećih proizvodnih kapaciteta izgrađena je pre oko četiri decenije, a čak 92% hidro kapaciteta je izgrađeno u periodu 1955-1990. godine. Većina termoelektrana je zastarela sa visokim procentom emisije GH gasova,³⁷ tako da su neophodne značajne inve-

³³ International Renewable Energy Agency (IRENA) (2022): “Energy Transition”, IRENA, <https://www.irena.org/energytransition> (28.01. 2022).

³⁴ EU u Srbiji (2022): „Zapadni Balkan u energetskej tranziciji”, EU u Srbiji, <https://europa.rs/zapadni-balkan-u-energetskej-tranziciji/> (26.01. 2022).

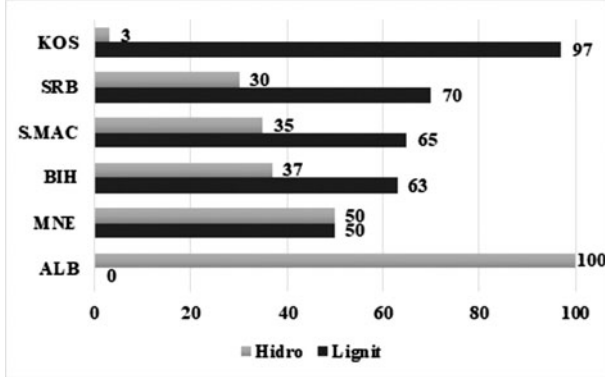
³⁵ Heinrich Böll Stiftung (2022): Out of pace or out of the race? Status and prospects of energy transition in the Western Balkans, 5p.

³⁶ Verbič Miroslav, Filipović Sanja, Radovanović Mirjana (2017): Electricity prices and energy intensity in Europe, *Utilities Policy* 47, 58-68.

³⁷ European Commission (2021): “Recent trends in coal and peat regions in Western Balkans and Ukraine”, European Commission, [https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/805def66-315a-11ec-bd8e-01aa75ed71a1\(14.07.2021.\)](https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/805def66-315a-11ec-bd8e-01aa75ed71a1(14.07.2021.))

sticije za ugradnju savremenih filtera.³⁸ EU insistira na zakonskim obavezama za smanjenje emisije iz termoelektrana ispod nivoa definisanog u Nacionalnim planovima za smanjenje emisije.

Grafikon 6. Struktura elektroprivrede (%), 2018. godine

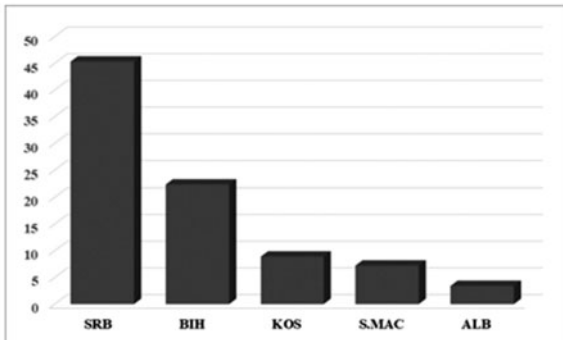


Izvor: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/201391544823541838/pdf/Western-Balkans-Energy-Directions-Paper.pdf>

Kosovo* 3.249, Severna Makedonija 2.980, Crna Gora 750).

Ukupan broj zaposlenih u rudnicima uglja i termoelektranama je 41.510 (BiH 16.938, Srbija 15.262, Severna Makedonija 3.658, Crna Gora 921), a rizična radna mesta u eksploataciji uglja iznose oko 5.400-8.100 u BiH, 3.000 u Severnoj Makedoniji Srbiji, 1.500 na Kosovu* i do 750 u Crnoj Gori. Direktna rizična radna mesta u sektoru uglja ukupno imaju između 6.000-9.300 u Bosni i Hercegovini, oko 3.600 u Severnoj Makedoniji i Srbiji, 2.300 na

Grafikon 7. Emisija CO₂ (Mt), 2020. godine



Izvor: <https://www.iea.org>

U regionu postoji 18 rudnika uglja (11 u Bosni i Hercegovini, 3 u Severnoj Makedoniji i Kosovu* 1 u Crnoj Gori i 2 u Srbiji), ukupnog kapaciteta 65,43 Mt od čega su proizvodni kapaciteti Srbije najveći (36,98 Mt).³⁹ Ukupna produktivnost rudnika uglja iznosi 13,704 (t/FTE), pri čemu najveću produktivnost ima Srbija (6,778), a slede je BiH (2,762), Kosovo* (2,358), Severna Makedonija (1,677) i na kraju Crna Gora (128). U rudnicima je ukupno zaposleno oko 33.782 radnika (BiH 14.472, Srbija 12.331,

Kosovu* i do 900 u Crnoj Gori. Imajući u vidu broj radnih mesta, očigledno je da će energetska tranzicija imati značajne socio-ekonomske posledice.

Posmatrajući emisiju CO₂ u Mt, najveći emiter gasova 2020. godine je Srbija (45,3), a slede BiH (22,4), Kosovo* (8,9), Severna Makedonija (7,2), Albanija (3,4)⁴⁰ (Grafikon 7).

Emisija CO₂ po jedinici BDP, bilo da se posmatra u realnim vrednostima ili paritetu kupovne moći, je najviša u BiH, a slede Srbija, Severna Makedonija, Crna Gora i Albanija⁴¹.

³⁸ Radunović Milan (2021): „Termoelektrane na ugalj, da ili ne“, Energija Balkana, <https://energijabalkana.net/termoelektrane-na-ugalj-da-ili-ne/> (27.02.2022)

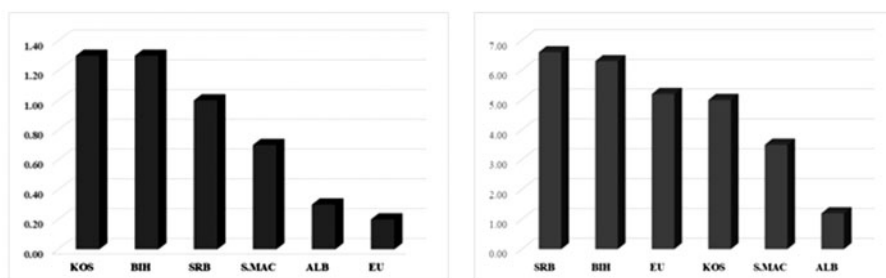
³⁹ European Commission. (2021).

⁴⁰ Podaci za Crnu Goru nisu dostupni.

⁴¹ International Energy Agency (IEA). (2022).

U odnosu na EU koja je 2020. godine emitovala tek 0,2 CO₂/2015 USD, zemlje regiona su višestruko nadmašile emisiju CO₂ po jedinici BDP - BiH i Kosovo* (1,30), Srbija (1,00), Severna Makedonije (0,7) i Albanija (0,3)⁴² (Grafikon 8). Ukoliko se posmatra emisija CO₂ per capita 2020. godine, prosek EU je 5,20 t CO₂/capita, dok je Srbija emitovala 6,60, BiH 6,30, Kosovo* 5, Severna Makedonija 3,5 i Albanija 1,20 (Grafikon 9).

Grafikon 8 i 9. CO₂/BDP (CO₂/2015 USD) i CO₂ per capita (t CO₂/per capita), 2020. godine.



Izvor:www.iea.org

4. RAZVOJNE ŠANSE I OGRANIČENJA REGIONA U PROCESU ZELENE TRANZICIJE

Energetska zajednica zemalja Jugoistočne Evrope⁴³, nastala je potpisivanjem Ugovora o energetske zajednici⁴⁴ oktobra 2005. godine u Atini, kao inicijativa za približavanje regiona evropskim energetske standardima. Pored toga što podstiče aktivnosti država u procesu pristupanja EU⁴⁵, Ugovorom je definisano energetske tržište električne energije i gasa, čime je stvoren regulatorni oblik prekogranične trgovine energijom⁴⁶, unapređenje životne sredine kroz energetske efikasnost, podsticanje veće upotrebe obnovljivih izvora energije (OIE) i održivost energetske sistema.⁴⁷ Zemlje regiona su preuzele određene obaveze usklađiva-

⁴² Podaci za Crnu Goru nisu dostupni.

⁴³ Zemlje Jugoistočne Evrope su Srbija, Crna Gora, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Severna Makedonija, Bugarska, Rumunija, Albanija i Kosovo*.

⁴⁴ Energetske zajednica je međunarodna organizacija osnovana potpisivanjem „Ugovora o osnivanju Energetske zajednice“ 25. oktobra 2005. godine u Atini. Cilj je proširenje energetske tržišta EU na region Jugoistočne Evrope i region Crnog mora.

⁴⁵ Dašić Miloš (2014): Energetske bezbednost zemalja Jugoistočne Evrope kao faktor regionalnog razvoja, *Oditor* 7, 8-12.

⁴⁶ Ministarstvo za evropske integracije Republike Srbije (2022): „Sporazum o energetske zajednici za jugoistočnu Evropu“, Ministarstvo za evropske integracije Republike Srbije, <https://www.mei.gov.rs/srl/dokumenta/sporazumi-sa-eu/sporazum-o-energetske-zajednici-za-jugoistocnu-evropu> (16.03.2022)

⁴⁷ Beogradska otvorena Škola-BOŠ (2022): „Energetika, klima i životna sredina: Energetske zajednica i životna sredina“, BOŠ, https://www.bos.rs/ekz/intervju-i-stavovi/1052/7648/intervju_-peter-vaajda---energetske-zajednica-i-zivotna-sredina.html (15.03.2022).

nja nacionalnog zakonodavstva, njihove dosledne primene i postizanja određenih ciljeva.⁴⁸ Mada je primetan pomak u harmonizaciji zakonodavstva, još uvek postoje velika kašnjenja u primeni regulative što se odražava na funkcionisanje integrisanog regionalnog energetskog tržišta. Što se tiče postavljanja određenih ciljeva, zemlje regiona su obavezne da usvoje Nacionalne akcione planove energetske efikasnosti (National Energy Efficiency Action Plan, NEEAP) i Nacionalne akcione planove za energiju i klimu (National Renewable Energy Action Plan, NREAP).

NEEAP se definiše na svake tri godine sa obavezom izveštavanja o postignutim rezultatima. Implementacija prvog NEEAP-a bila je u periodu 2010-2012. godine, a drugog 2012-2015. godine. Većina zemalja je delimično postigla definisane ciljeve. Albanija je ostvarila uštedu u sektoru transporta, BiH u stambenom sektoru, dok su Severna Makedonija i Srbija ostvarile uštede u industrijskom sektoru.⁴⁹ Sve zemlje regiona (osim BiH) su usvojile Zakon o energetskej efikasnosti i podzakonske akte, dok su samo Srbija i Crna Gora postigle napredak u transponovanju Evropske direktive o energetskim performansama zgrada. Obzirom da se NEEAP pokazao kao koristan alat za postizanje mera politike, implementacija trećeg NEEAP-a bila je planirana za period 2017-2020. godine, ali on je usvojen samo u Srbiji i Crnoj Gori (januara 2017. godine), dok je Severna Makedonija predstavila nacrt.

NREAP je detaljan izveštaj zemalja o ispunjenju obaveza i inicijativa za razvoj OIE. Plan pruža detaljnu mapu puta o tome kako države, prema Direktivi OIE 2009/28/EC, očekuju da postignu svoje pravno obavezujuće ciljeve do 2030. godine za udeo OIE u ukupnoj potrošnji energije. Svaka država je postavila sektorske (transport, električna energija i sektori grejanja i hlađenja) i tehnološke ciljeve, putanju koju će slediti, kao i mere i reforme koje će preduzeti da bi se prevazišle prepreke razvoju OIE. U zemaljama regiona su do 2016. godine svi NREAP izveštaji odobreni, sve zemlje su se opredelile za instrument podrške u vidu tzv. feed in tarifa za vremenski period u rasponu od 10 (Kosovo*) do 15 godina (Albanija).

Zemlje regiona su se obavezale da će do 2020. godine povećati učešće OIE u proizvodnji električne energije. U regionu se najviše od OIE koristi hidroenergija i biomasa, dok su ostali oblici manje zastupljeni. Učešće OIE u ukupnoj potrošnji energije (TFEC) je u EU, prema podacima Svetske banke 2015 godine, iznosilo 17%, dok je target za 2020. godinu 20%.⁵⁰ Zemlje regiona nisu ispunile postavljene ciljeve⁵¹ za rast učešća OIE u svojim nacionalnim planovima, iako imaju neiskorišćene potencijale⁵² (Grafikon 10).

⁴⁸ Filipovic Sanja, Tanić, Gordan (2012). *The characteristics of regional electricity market and position of Serbia*, Institute of international politics and economics - Belgrade, 190, fn 48..

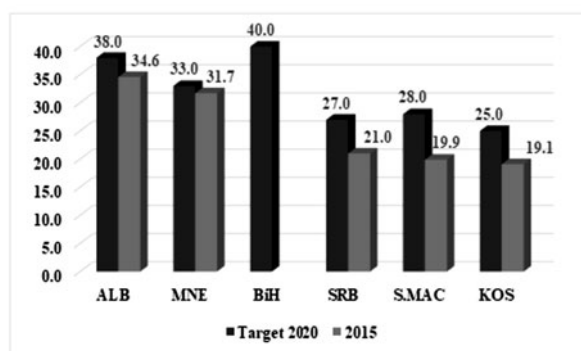
⁴⁹ World Bank. (2020): "Western Balkans Regular Economic Report No.18 - An Uncertain Recovery", World Bank, <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34644> (08.02.2022)

⁵⁰ Eurostat (2018): „European commission database“, Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (15.01.2022).

⁵¹ World Bank. (2018): "Western Balkans: Directions for the Energy Sector", World Bank final report, <https://documents1.worldbank.org/curated/en/201391544823541838/text/Western-Balkans-Energy-Directions-Paper.txt> (12.01.2022.)

⁵² Đurašković Jovan, Konatar Milena, Radović Milivoje (2021): Renewable energy in the Western Balkans: Policies, developments and perspectives, *Energy reports* 7/2021, 481-490.

Grafikon 10. Učešće OIE u ukupnoj potrošnji energije, 2015. godine.



Izvor: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

Energetska zajednica prvenstveno zahteva ukidanje subvencija za ugalj, podstiče uvođenje takse na emisiju ugljen-dioksida (jedino ih ima Crna Gora) i razvoj tržišnih modela za korišćenje OIE. Svetska banka je procenila da je neophodno investirati oko 15 mlrd EUR u modernizaciju nacionalne i regionalne energetske infrastrukture. Šira primena OIE suočava region sa značajnim regulatornim i političkim preprekama, dok planovi ulaganja u kapacitete za ugalj nisu usklađeni sa EU ili Pariskim sporazumom, što ugrožava pregovore o pristupanju EU. Pored toga, postoji nizak nivo znanja o mogućnosti energetske tranzicije, kao i slaba spremnost ključnih aktera za preduzimanje akcija.

Ipak, region Zapadnog Balkana poseduje potencijal za povećanje energetske efikasnosti, veću primenu OIE i unapređenje kvaliteta vazduha.^{53,54} Zelena agenda za Zapadni Balkan⁵⁵, predstavlja veliku razvojnu šansu za region jer potencira zaokret od tradicionalnih ekonomskih modela ka održivoj ekonomiji. Dakle, Zelena agenda pruža razvojne šanse za proces zelene tranzicije koje prevazilaze okvire samo energetske tranzicije. Agenda podrazumeva širi koncept razvoja koji se odnosi i na druge sektore privrede koji u svoje poslovanje mogu da integrišu koncept dekarbonizacije i cirkularne ekonomije (industrija, poljoprivreda, usluge, itd.).

Zelena agenda je potpisana decembra 2020. godine u Sofiji, u okviru Berlinskog procesa, kao inicijative za proširenjem EU, sa ciljem pomoći zemljama regiona u vidu pripreme za pristupanje EU, a kroz usklađivanje standarda i definisanje razvojnih prioriteta.⁵⁶ Zelena agenda ima pet prioriternih područja: dekarbonizacija, cirkularna ekonomija, smanjenje загаđenja, održiva poljoprivreda i biodiverzitet. Za primenu Zelene agende predviđen je in-

⁵³ Esser Sandra et al. (2018): "Energy sector trends in the Western Balkans", JSTOR, <https://www.jstor.org/stable/pdf/resrep21858.7.pdf> (04.03.2022.)

⁵⁴ Filipovic Sanja, Ignjatovic Jelena (2021): Chinese investment in Central Eastern Europe and the Western Balkans, *Culture of Polis* 18 (45), 73-86.

⁵⁵ Evropski Zeleni dogovor je strategija koju je Evropska komisija usvojila decembra 2019. godine sa ciljem da Evropa do 2050. godine redukuje svoje emisije gasova za 55% u odnosu na nivo iz 1990. godine i postane prvi klimatski neutralan kontinent. Prioritet je prelazak na čistu energiju i održivo korišćenje resursa, u cilju stvaranja mogućnosti za inovacije, investicije i otvaranja novih radnih mesta. U okviru Evropskog Zelenog dogovora predviđen razvoj Zelene Agende za Zapadni Balkan.

⁵⁶ Вучинић, Александра (2019): Зелена агенда за Западни Балкан. *Савремена управа-Часопис за практична и теоријска питања јавне управе* 1, 18-24.

vesticioni plan od 9 mlrd EUR za period 2021-2027. godine koji će se koristiti preko Instrument prepristupne pomoći (IPA)⁵⁷, od čega je 30% predviđeno za energetska tranziciju. Cilj je da se omogući podrška dugoročnom zelenom društveno-ekonomskom oporavku regiona kroz uvođenje evropskih standarda i definisanje razvojnih prioriteta. Kako bi se odgovorilo na sve izazove koje energetska tranzicija zahteva, Vlade ovih zemalja će morati da donesu odluke koje će se sprovesti dugoročno, a koje će imati ekonomski uticaj kako na nacionalnom tako i na regionalnom nivou. Ograničenja za primenu strategije predstavljaju nedovoljno razumevanje suštine Zelene agende, nedostatak kapaciteta za dugoročno planiranje i pisanje projekata za finansiranje iz IPA sredstava, pogrešno predstavljanje zahteva Zelenog dogovora kao prinude EU, kao i loše upravljanje javnim finansijama u smeru finansiranja ekoloških projekata.

5. ZAKLJUČAK

Zemlje regiona Zapadnog Balkana su se nakon Samita o stabilizaciji i pridruživanju EU, 2003. godine u Solunu, obavezale na ispunjavanje predloženih obaveza sa ciljem stabilizacije regiona, uspostavljanja slobodne trgovine, regionalne saradnje i pružanja evropske perspektive. Sve zemlje su, na osnovu ciljeva EU, prihvatile reforme stvaranja tržišne ekonomije i jačanja uloge građana u društvu, koje su garancija za mir, stabilnost, prosperitet i slobodu. Aktuelna pandemija COVID-19 ugrozila je ekonomski rast i celokupni ekonomski razvoj regiona, što je rezultiralo padom ukupne ekonomske aktivnosti. Pandemija nije dovela samo do recesije i pada životnog standarda, nego i do rasta nezaposlenosti. Međutim, i pored toga Indeks humanog razvoja, kao mera kvaliteta života, dostigao je veoma visok nivo u Crnoj Gori i Srbiji. Obzirom da su promene HDI ranga ostvarile sve zemlje, nastavkom ovakvog trenda može se očekivati još veći napredak humanog razvoja.

Proces energetske tranzicije u regionu podrazumeva smanjenje upotrebe fosilnih goriva, odnosno smanjenje emisije ugljenika. Veliku prepreku na tom putu predstavlja činjenica da zemlje regiona karakteriše visok nivo energetske i karbonske intenzivnosti. Termoelektrane na uglj (uglavnom lignit), predstavljaju najveće emitere u regionu. Izuzetak je Albanija u čijoj strukturi dominiraju hidroelektrane. Većina termoelektrana je zastarela sa visokim procentom emisije tako da su neophodne značajne investicije za ugradnju savremenih filtera.

S druge strane, sve zemlje regiona imaju potencijale u obnovljivim izvorima energije. Štaviše, zemlje regiona su se obavezale na postizanje određenih ciljeva za rast učešća OIE u proizvodnji električne energije do 2020. godine, ali ih nisu realizovale. Unapređenje energetske efikasnosti i napuštanje linearnog modela ekonomije ne treba posmatrati kao nametnutu obavezu, nego kao veliku razvojnu šansu za region. Zelena agenda za Zapadni Balkan je dokument koji promovise novi koncept razvoja koji podrazumeva uvođenje principa cirkularne ekonomije, dekarbonizacije i zaštite biodiverziteta. Investicije u ove projekte treba da omoguće ne samo transformaciju energetike i industrije, nego i zdraviju životnu sredinu, privredni rast i nova radna mesta. Da bi primena Agende zaživela, neophodno je da zemlje razviju nacionalni plan aktivnosti koji bi omogućio sinhronizovanu i dobro koordiniranu

⁵⁷ Mustata Alexandru, Shevchuk Victoria (2021): „Osam koraka ka pravednoj energetska tranziciji na Zapadnom Balkanu“, CEE Bankwatch Network, <https://bankwatch.org/wp-content/uploads/2021/05/BA-Osam-koraka-ka-pravednoj-energetska-tranziciji-na-Zapadnom-Balkanu.pdf> (20.01.2022.)

listu projekata u pet oblasti koje su definisane agendom (dekarbonizacija, cirkularna ekonomija, smanjenje zagađenja, održiva poljoprivreda i očuvanje biodiverziteta).

LITERATURA

- Bechev Dimitar (2021): „Zapadni Balkan odustaje od snova o Evropskoj uniji”, ALJ-ZEERA, <https://balkans.aljazeera.net/opinions/2021/10/26/zapadni-balkan-odustaje-od-snova-o-evropskoj-uniji> (14.02.2022)
- Beogradska otvorena Škola-BOŠ (2022): „Energija, klima i životna sredina: Energetska zajednica i životna sredina“, BOŠ, https://www.bos.rs/ekz/intervju-i-stavovi/1052/7648/intervju_-_peter-vajda---energetska-zajednica-i-zivotna-sredina.html (15.03.2022).
- Bideleux Robert, Jeffries Ian (2007): *A history of Eastern Europe*, Taylor & Francis – London.
- Dašić Boban, Dević Željko, Denić Nebojša, Zlatković Dragan, Ilić D. Ivana, Cao Yan, Jermsittiparsert Kittisak, Van Le Hiep (2020): *Human development index in a context of human development: Review on the western Balkans countries*, *Brain and Behavior*, 10(9), 1-12.
- Dašić Miloš (2014): *Energetska bezbednost zemalja Jugoistočne Evrope kao faktor regionalnog razvoja*, *Oditor* 7, 8-12.
- Drucker F. Peter (1996): *Landmarks of Tomorrow: A Report on the New “Post-Modern” World*; Transaction Publisher: Piscataway - NJ.
- Engineer Merwan, King Ian Paul, Roy Nilanjana (2008): *The human development index as a criterion for optimal planning*, *Indian Growth and Development Review* 1(2), 172–192.
- Esser Sandra, Schulz Sabrina, Amon Ada, Littlecott Chris, Reitzenstein Alexander (2018): “Energy sector trends in the Western Balkans”, JSTOR, <https://www.jstor.org/stable/pdf/resrep21858.7.pdf> (04.03.2022.)
- European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) (2013): “Transition report 2010: Recovery and Reform”, <https://www.ebrd.com/downloads/research/transition/tr10.pdf> (10.02.2022)
- EU u Srbiji (2022): „Zapadni Balkan u energetske tranziciji”, EU u Srbiji, <https://europa.rs/zapadni-balkan-u-energetske-tranziciji/> (26.01.2022).
- Eurostat (2022): „European commission database“, Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (15.01.2022).
- Eurostat (2018): „Archive: Statistički podaci o obnovljivoj energiji“, Eurostat, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Statisti%C4%8Dki_podaci_o_obnovljivoj_energiji&oldid=401183 (18.01.2022.)
- European commission (2022): “Candidate Countries and Potential Candidates“, European commission, <https://ec.europa.eu/environment/enlarg/candidates.htm#:~:text=Albania%2C%20the%20Republic%20of%20North,possible%20request%20for%20transition%20periods.> (28.05.2022.)
- European Commission (2021): “Recent trends in coal and peat regions in Western Balkans and Ukraine”, European Commission, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/805def66-315a-11ec-bd8e-01aa75ed71a1> (14.07.2021.)

- Feruni Nerajda, Hysa Eglantina, Panait Mirela, Radulescu Irina Gabriela, Brezoi Alina (2020): The Impact of Corruption, Economic Freedom, and Urbanization on Economic Development: Western Balkans versus EU-27, *Sustainability* 12, 1-22.
- Filipovic Sanja, Ignjatovic Jelena (2021): Chinese investment in Central Eastern Europe and the Western Balkans, *Culture of Polis* 18 (45), 73-86.
- Filipović Sanja, Ignjatović Jelena (2017): Neoliberalni koncept privrede u zemljama Zapadnog Balkana, *Ekonomski institut – Beograd*.
- Filipović Sanja (2013): The economic prospectus of the Western Balkans region, *Crossroads-The Macedonian Foreign Policy Journal* 1/2013, 53-67.
- Filipovic Sanja, Tanić, Gordan (2012). The characteristics of regional electricity market and position of Serbia, *Institute of international politics and economics - Belgrade*, 190, fn 48.
- Heinrich Böll Stiftung (2022): Out of pace or out of the race? Status and prospects of energy transition in the Western Balkans, 5p.
- Industrijska ekologija (2022): Ekonomski rast i ekonomski razvoj, *Ekonomski fakultet-Niš*.
- International Energy Agency-IEA (2022): „Global Energy Review 2021: CO2 emissions” IEA, <https://www.iea.org/> (14.01.2022).
- International Renewable Energy Agency (IRENA) (2022): “Energy Transition”, IRENA, <https://www.irena.org/energytransition> (28.01. 2022).
- Grigorescu Adriana, Marioara Jordan, Octavian Alexandru Badea (2012): Regional Development Policy in the EU and Romania – State-of-the-art and Future Developments, *Ovidius University Annals* 0(2), 272-278.
- Humphrey Caroline (2012): “Favors and “Normal Heroes””, *HAU Journal of Ethnographic Theory* 2(2), 22-41.
- Jakupi Zylfie Adem (2021): „U Briselu održan četvrti sastanak Saveta za stabilizaciju i pridruživanje EU-Kosovo”, *Anadolu Agency*, <https://www.aa.com.tr/ba/balkan/u-briselu-odr%C5%BEan-%C4%8Detvrti-sastanak-saveta-za-stabilizaciju-i-pridru%C5%BEi- vanje-eu-kosovo/2441401#> (13.02.2022).
- Kisin Jovana, Mihić Svetlana, Ignjatović Jelena (2021): Ekonomski aspekti pandemije COVID-19: Slučaj Republike Srbije, *Ecologica* 28(103), 369-377.
- Loxha Zajneli Amra (2019): „Kosovo sve teže do Šengena”, *Radio slobodna Evropa*, <https://www.slobodnaevropa.org/a/29882136.html> (15.04.2019)
- Međak Vladimir, Budimir Branko (2013): „Vodič kroz pristupanje Srbije Evropskoj Uniji“, *ISAC Fond*.
- http://eupregovori.bos.rs/progovori-o-pregovorima/uploaded/EU_VODIC.pdf (25.02.2022).
- Ministarstvo za evropske integracije Republike Srbije (2022): “Sporazum o energetske zajednici za jugoistočnu Evropu”, *Ministarstvo za evropske integracije Republike Srbije*, <https://www.mei.gov.rs/srl/dokumenta/sporazumi-sa-eu/sporazum-o-energetskej-za- zajednici-za-jugoistocnu-evropu> (16.03.2022)
- Mustata Alexandru, Shevchuk Victoria (2021): „Osam koraka ka pravednoj energetskej tranziciji na Zapadnom Balkanu“, *CEE Bankwatch Network*, <https://bankwatch.org/wp-content/uploads/2021/05/BA-Osam-koraka-ka-pravednoj-energetskej-tranziciji-na-Zapadnom-Balkanu.pdf> (20.01.2022.)

- Pavlović Ž. Radica (2021): Efekti ekonomske politike na spoljnotrgovinsku razmenu Republike Srbije: Trgovinskopravni i ekonomski aspect-budućnost i perspective, *Megatrend revija*, 18(4), 147-168.
- Radunović Milan (2021): „Termoelektrane na ugalj, da ili ne“, *Energija Balkana*, <https://energijabalkana.net/termoelektrane-na-ugalj-da-ili-ne/> (27.02.2022)
- Spasić Vladimir (2021): „Energetska tranzicija nije pretnja za Zapadni Balkan, nego razvojna šansa“, *Balkan green energy news*,
- <https://balkangreenenergynews.com/rs/energetska-tranzicija-nije-pretnja-za-zapadni-balkan-nego-razvojna-sansa/> (27.10. 2021).
- Tošković Jelena (2016): Preispitivanje neoliberalnog koncepta ekonomije na primeru zemalja Zapadnog Balkana, *Edukons Univerzitet - Sremska Kamenica*.
- Trapara Vladimir, Nedeljković-Pravdić Marija (2014): „Uključivanje Kosova u proces stabilizacije i pridruživanja“ U: *Međunarodna konferencija Instituta za međunarodnu politiku i privredu - Evropska unija i Zapadni Balkan – izazovi i perspective*, 244-254.
- Verbić Miroslav, Filipović Sanja, Radovanović Mirjana (2017): *Electricity prices and energy intensity in Europe*, *Utilities Policy* 47, 58-68.
- Vitošević Jovana, Lukinović Mario, Škvareninová Lucia (2021): *Energy security: The impact of environmental policies on energy security*, *Megatrend revija* 18(4), 41-56.
- Vijeće EU (2015): „Potpisan Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju (SSP) između Evropske unije i Kosova“ *Evropsko vijeće*, <https://www.consilium.europa.eu/hr/press/press-releases/2015/10/27/kosovo-eu-stabilisation-association-agreement/> (10.02.2022)
- Вучинић, Александра (2019): Зелена агенда за Западни Балкан. *Савремена управа-Часопис за практична и теоријска питања јавне управе* 1, 18-24.
- United Nations Development Programme (2020): „Human development reports: Human Development Index Trends 1990-2019.“, UNDP, <https://hdr.undp.org/en/composite/trends> (12.01.2022.9)
- United Nations Development Programme-UNDP (2016): „Risk-Proof ing the Western Balkans: Empowering People to Prevent Disasters“, UNDP, https://hdr.undp.org/sites/default/files/risk_proofing_the_western_balkans.pdf (15.01.2022.)
- World Bank (2022): „Data indicator“, World Bank, <https://data.worldbank.org/indicator> (05.02., 2022)
- World Bank (2021): “Western Balkans Regular Economic Report: Fall 2021”, World Bank, <https://www.worldbank.org/en/region/eca/publication/western-balkans-regular-economic-report> (20.02.2022.)
- World Bank (2020): ”Western Balkans Regular Economic Report No.18 - An Uncertain Recovery”, World Bank, <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34644> (08.02.2022)
- World Bank (2018): ”Western Balkans: Directions for the Energy Sector”, World Bank Final report, <https://documents1.worldbank.org/curated/en/201391544823541838/text/Western-Balkans-Energy-Directions-Paper.txt> (12.01.2022.)
- Đurašković Jovan, Konatar Milena, Radović Milivoje (2021): *Renewable energy in the Western Balkans: Policies, developments and perspectives*, *Energy reports* 7(2021), 481-490.

Sanja Filipovic
Jelena Ignjatovic

338.1(497-15)
339.923(4-672EU:497-15)
DOI: 10.5937/MegRev2203167S
Pregledni naučni članak
Primljen 25.07.2022.
Odobren 05.09.2022

ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE WESTERN BALKANS: OPPORTUNITIES AND LIMITATIONS FOR GREEN TRANSITION

Summary: *The Western Balkans countries have the aim to become part of the European Union. According to that aim, they have implemented economic and systemic reforms in the last three decades. As countries in the region are signatories to the Energy Community Treaty, they have committed themselves to harmonize legislation, define and implement national plans aimed at reducing carbon emissions, improving energy efficiency and increasing the use of renewable energy sources. Having in mind their commitment, the aim of this paper is to determine the progress in the process of economic development, i.e. to define the chances and limitations to implement the process of energy transition. The results of the research show that despite the started reform processes and the progress in the Human Development Index, the COVID-19 crisis slowed down the development of the region and led not only to recession and falling living standards, but also to rising unemployment. In addition, a great challenge for the region is the reduction of energy and carbon intensity because the structure of the power industry is dominated by coal-fired power plants that are outdated and inefficient. The region lacks investment and consistency in implementing ongoing reforms. The Green Agenda for the Western Balkans represents a chance for the region, because through the Instruments of Cross-Border Cooperation, it encourages investments in projects that not only enable energy transition, but also the development of other sectors of industry and agriculture.*

Key Words: *development, transition, reforms, Western Balkans.*

Miloš Dimitrijević*
Milica Vujičić**
Lela Ristić***

001.895:338.43.02
502.131.1:631
DOI: 10.5937/MegRev2203183D
Primljen 22.7.2022.
Odobren 20.10.2022.
Pregledni naučni rad

INOVATIVNI PRISTUPI U RAZVOJU AGRARA

Apstrakt: *Savremeni pristupi i usvajanje inovacija u agraru predstavljaju vrlo važne pokretače rasta produktivnosti i postizanja održivosti razvoja agrarnog sektora. Pritom, brojni interni i eksterni faktori dodatno nameću potrebu za uvođenjem inovativnih pristupa u poljoprivrednu proizvodnju, što zahteva modele razvoja bazirane na znanju, standardima kvaliteta, informaciono-komunikacionim tehnologijama i drugim inovacijama prihvatljivim u ekonomskom, ekološkom i širem društvenom kontekstu. U ovom radu je izvršena detaljna analiza najaktuelnijih savremenih pristupa i inovacija u razvoju agrara, sa ciljem da se ukaže na to koji su od njih najzastupljeniji i najuspešniji u svetu i zašto je to tako. Rezultati istraživanja ukazuju koji se savremeni pristupi i inovacije najviše potenciraju u poljoprivrednoj praksi, globalno posmatrano, uz prateću analizu koja objašnjava prednosti i nedostatke svih navedenih pristupa i inovacija u ovoj oblasti.*

Ključne reči: *inovacije, savremeni pristupi, poljoprivreda, održivi razvoj.*

* Naučni saradnik, Univerzitet u Kragujevcu – Ekonomski fakultet, Republika Srbija; mdimitrijevic@kg.ac.rs

** Redovni profesor u penziji, Državni univerzitet u Novom Pazaru – Departman za ekonomske nauke, Republika Srbija; vujicmilica@yahoo.com

*** Redovni profesor, Univerzitet u Kragujevcu – Ekonomski fakultet, Republika Srbija; lristic@kg.ac.rs

1. UVOD

U savremenom društvu se nijedan privredni sektor ne može uspešno razvijati ukoliko kontinuirano ne uvodi inovacije, nove pristupe i ne unapređuje svoju poslovnu aktivnost. Pritom, ekonomske benefite danas nije prihvatljivo ostvarivati uz narušavanje kvaliteta životne sredine i zdravlja ljudi. Naprotiv, inovacije koje se uvode, treba da budu u skladu sa svim savremenim zahtevima za održivi razvoj, odnosno, da ispunjavaju ekonomske, ekološke i šire društvene zahteve. U tom kontekstu, zakonska regulativa, kao i ostali prateći institucionalni mehanizmi, moraju biti važna podrška ovom procesu.

U agrarnom sektoru je neophodno što racionalnije koristiti raspoložive inpute, pre svega, prirodne resurse, kao i adekvatno primeniti inovacije. U cilju zaštite životne sredine, ali i povećanja prinosa i produktivnosti poljoprivrede, razvijali su se, istorijski posmatrano, različiti poljoprivredni sistemi. I pored toga, na početku dvadeset prvog veka, javljaju se i dalje dileme na koji vid poljoprivrede se treba fokusirati. Niska produktivnost u poljoprivredi manje razvijenih zemalja je posebno važno pitanje, a javlja se kao rezultat nedovoljnog korišćenja savremenih inputa i delovanja niza drugih negativnih faktora. Shodno tome, ovim zemljama su potrebne odgovarajuće tehnološke inovacije, prilagođenije specifičnostima svakog područja, koje će podsticati modernizaciju poljoprivrede, uz očuvanje tradicionalnih vrednosti. Pritom treba imati u vidu da se poljoprivredni sistem danas može smatrati održivim i dugoročno uspešnim, samo ukoliko istovremeno poboljšava ljudsko zdravlje, štiti životnu sredinu i proizvodi dovoljno hrane, uz prihvatljiv prihod za poljoprivrednike.

Imajući u vidu navedeno, predmet istraživanja u okviru ovog rada jesu savremeni pristupi u razvoju agrara (zelena ekonomija, bioekonomija i cirkularni model poljoprivrede, organska poljoprivreda i integralna proizvodnja, digitalizacija poljoprivrede - precizna poljoprivreda i sl.), a cilj je utvrditi koji su od ovih pristupa najaktuelniji i najuspešniji u svetu, a da su istovremeno i u skladu sa principima održivog razvoja.

U radu se polazi od sledeće hipoteze: Ukoliko se uvode adekvatni savremeni pristupi u razvoj agrara, može se ostvariti pozitivan uticaj na održivi razvoj.

U istraživanju se koriste: istorijski metod, metod deskripcije, komparacije, analize i sin-teze, uz tabelarne, grafičke i šematske prikaze relevantnih aspekata razvoja agrara.

2. KONVENCIONALNA POLJOPRIVREDA

Konvencionalna poljoprivreda je najzastupljeniji vid poljoprivrede u svetu, jer je veoma isplativa i stoga vrlo prihvatljiva u ekonomskom smislu, naročito kada je u pitanju veći obim proizvodnje, a pritom je dozvoljeno korišćenje hemijskih sredstava, naravno, u skladu sa zakonskom regulativom.

Konvencionalna poljoprivreda se u literaturi često opisuje kao kapitalno intenzivna, mehanizovana i profitabilna, sa širokom upotrebom mineralnih đubriva, herbicida i pesticida, uz intenzivnu biljnu i stočarsku proizvodnju (Comer et al., 1999).

Pojedini aspekti konvencionalne poljoprivrede, kao što je upotreba đubriva i zaštitnih sredstava hemijskog porekla, imaju brojne negativne posledice po životnu sredinu i zdravlje ljudi. Upotreba pesticida u konvencionalnoj poljoprivredi je dovela do niza problema u

životnoj sredini i zdravlju ljudi, zbog čega su se razvile mnoge alternative konvencionalnoj poljoprivredi, koje su smanjile upotrebu pesticida bez značajnijeg smanjenja prinosa. Prinosi useva i ekonomičnost organskih sistema proizvodnje, na primer, u poređenju sa konvencionalnim sistemima, ipak, znatno su manji. Razlike postoje, svakako, u zavisnosti od vrste useva, karakteristika regiona i primenjenih tehnologija. Međutim, u konvencionalnoj poljoprivredi je isplativost i profitabilnost gotovo uvek veća. Koristi za životnu sredinu koje se pripisuju smanjenom unosu hemikalija, manjoj eroziji zemljišta, očuvanju vode i poboljšanju organske materije i biodiverziteta u zemljištu, znatno su veće u organskim, nego u konvencionalnim sistemima proizvodnje. I pored niza nedostataka, konvencionalna poljoprivreda je još uvek zastupljenija, jer je atraktivnija u ekonomsko-finansijskom smislu. Konvencionalna poljoprivreda, sa svim svojim nedostacima u pogledu neadekvatnog odnosa prema prirodnoj sredini i zdravlju ljudi, ipak, u savremenim uslovima može biti održivija i ekološki prihvatljivija, usvajanjem pojedinih metoda organske proizvodnje, koje se uspešno mogu primeniti i u konvencionalnoj proizvodnji (Pimentel et al., 2005).

Te Pas & Rees (2014) su došli do određenih zaključaka, istražujući prinose u sistemima organskih i konvencionalnih useva. Naime, utvrdili su da je u razvijenim zemljama organska poljoprivreda, uglavnom, znatno manje profitabilna u odnosu na konvencionalnu i da su prosečni prinosi u organskoj proizvodnji dosta niži nego u konvencionalnoj. U srednje razvijenim zemljama organska poljoprivreda je u nešto boljem položaju, a u najmanje razvijenim zemljama proizvodni i prihodni efekat organske poljoprivrede je, vrlo često, čak i znatno veći od konvencionalne poljoprivrede, jer su u okviru organske poljoprivrede, u ovim zemljama, troškovi radne snage uglavnom manji i organski stajnjak je jeftiniji.

U teoriji i praksi se često ističe da je organska poljoprivreda ekološki veoma prihvatljiva opcija, dok je konvencionalna poljoprivreda ekonomski prihvatljivija. Ipak, sugeriše se da ne treba biti isključiv, već treba stremiti zadovoljenju ekonomskih i ekoloških ciljeva, uz uvažavanje širih društvenih interesa, kroz inovativnije pristupe u konvencionalnoj poljoprivredi, koji neće potpuno zabranjivati, ali će značajnije ograničavati upotrebu hemijskih sredstava i veštačkih đubriva, kao i drugih sintetičkih materija u biljnoj i stočarskoj proizvodnji u agraru.

3. POLJOPRIVREDA U OKVIRU KONCEPTA ODRŽIVOG RAZVOJA I ZELENE EKONOMIJE

Održivi razvoj obuhvata ekonomsku, ekološku i socijalnu komponentu razvoja, pri čemu je institucionalni okvir izuzetno važan oslonac za ovakav pristup razvoju.

Ideja o održivom razvoju i ekološki orijentisanoj ekonomiji pojavila se još u drugoj polovini 20. veka. Stoga se kraj 20. i početak 21. veka označavaju kao period pojave i intenziviranja globalnih istraživanja, foruma i sličnih inicijativa koje potenciraju ovu temu.

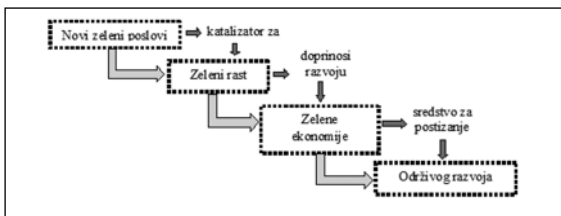
Koncept zelene ekonomije je u skladu sa konceptom održivog razvoja. Pristalice koncepta zelene ekonomije ističu da je ekonomski sistem koji u svetu prevladava nesavršen, iako je doneo brojne rezultate u poboljšanju životnog standarda mnogih ljudi. Naime, rezultirao je i brojnim ekološkim problemima (klimatske promene, gubitak biodiverziteta i dr.), iscrpljivanjem prirodnih resursa, siromaštvom velikih razmera, nedostatkom sveže vode, hrane, energije, nejednakošću ljudi i privrednog razvoja zemalja. Zato sugerišu da opstanak

i razvoj čovečanstva zahteva prelazak na zelenu ekonomiju. Pritom je opisuju kao sistem ekonomskih aktivnosti koje će dugoročno voditi do povećanja društvenog blagostanja, bez izlaganja budućih generacija većim ekološkim rizicima (Lavrinenko et al., 2019).

Jedna od značajnijih, Konferencija UN o održivom razvoju u Riu de Žaneiru, 2012. (Rio + 20), održana je u vreme brojnih drugih problema svetske ekonomije. Pritom je zelena ekonomija dodatno dobila na značaju (Bina, 2013). Na Konferenciji je usvojeno više dokumenata, a najznačajniji su Deklaracija o životnoj sredini i razvoju (Rio deklaracija) i Agenda 21 za održivi razvoj.

Zeleni rast i zelena ekonomija se povezuju sa zaštitom životne sredine i racionalnijim korišćenjem prirodnih resursa. Upotreba pojma zeleni rast se značajno proširila (Slika 1).

Slika 1. Razvoj koncepta zelene ekonomije i održivog razvoja



Izvor: Georgeson et al., 2017.

2006). Doprinos održivom razvoju agrara i ruralnih područja može dati odgovarajuća interakcija primarnog sa sekundarnim i tercijarnim sektorom, koja se kroz različite forme može odvijati. Pritom su, osim neizostavne podrške države, lokalne inicijative, takođe, od izuzetne važnosti (Vujičić et al., 2012).

4. BIOEKONOMIJA I CIRKULARNI MODEL POLJOPRIVREDE

Bioekonomija podrazumeva korišćenje obnovljivih bioloških resursa, u procesu proizvodnje hrane, neprehrambenih bioloških proizvoda i zelene energije. Zastupljena je u poljoprivredi, šumarstvu, ribarstvu, prehrambenoj industriji, proizvodnji celuloze i papira, u nekim segmentima hemijske industrije, u biotehnologiji, energetici itd. (Ronzon et al., 2017). OECD (2006) navodi da bioekonomija potencira biološke proizvode i procese, kako bi se ostvarila dobrobit za stanovništvo i državu.

U kontekstu razvoja bioekonomije, treba istaći da glavni izvor biomase za dobijanje energije jesu poljoprivreda, šume i određeni biološki otpad, a glavne vrste biogoriva jesu tečna biogoriva, poput biodizela i bio-ulja, kao i čvrsta biogoriva, kao što su granulirana i torefikovana biomasa. Biomasa iz poljoprivreda, svakako, uključuje tečna goriva, proizvodnju bio-ulja iz drvene biomase i pelet od biomase. Globalno posmatrano, baza za biogoriva i generalno za energiju bio-porekla, kao alternativa fosilnim gorivima, relativno je velika, što je značajno za sveukupni i održivi razvoj poljoprivrede (Mathews, 2009).

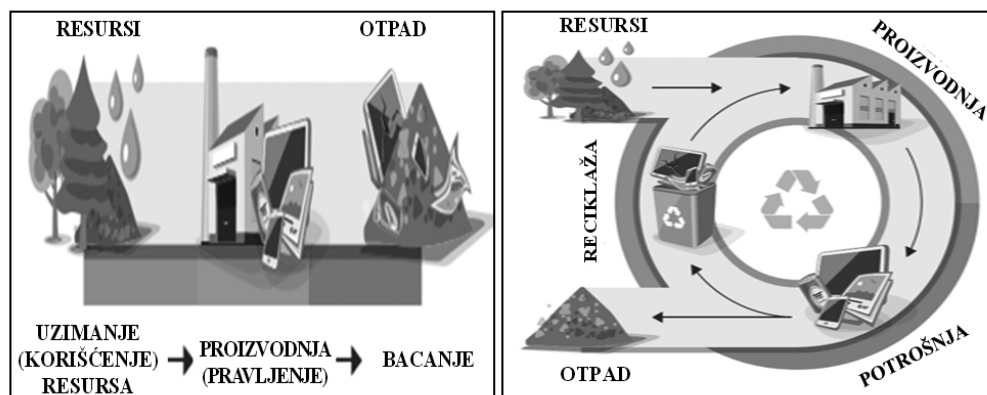
Poljoprivreda, kao primarni izvor hrane, očigledno je i veoma važan sektor u bioekonomiji, jer utiče na očuvanje biodiverziteta, posebno kada se uzme u obzir da je, zbog upotrebe

pesticida, herbicida i đubriva, u okviru konvencionalne poljoprivrede, biodiverzitet ugrožen. Bioekonomija je, pak, održiva i podrazumeva inovativnu upotrebu biomase i biotehnoških znanja, obezbeđujući pritom hranu, industrijske proizvode, energiju, ekološke i druge usluge. Kao takva, ona ima zadatak da obezbedi dovoljno proizvoda odgovarajućeg kvaliteta, a pre svega, da omogući dovoljnost hrane, kao i obnovljive energije, uz održivo korišćenje raspoloživih prirodnih resursa (Lewandowski et al., 2018).

Pored koncepta zelene ekonomije, koncept koji je, takođe, veoma povezan sa bioekonomijom jeste koncept cirkularne ekonomije. Odnosi se na usvajanje obrazaca poslovanja u okviru kojih je cilj da se poveća efikasnost korišćenja resursa, stavljajući akcenat na adekvatno upravljanje otpadom. U literaturi se navodi da je pojam cirkularne ekonomije uži od pojma zelene ekonomije i bioekonomije (Birner, 2018). U svakom slučaju, zelena ekonomija, bioekonomija i cirkularna ekonomija predstavljaju pravce razvoja koji su povezani i u skladu su sa principima održivog razvoja poljoprivrede i privrede u celini.

Cirkularna ekonomija, u novije vreme, dobija sve veću pažnju, širom sveta, kao način da se prevaziđe prisutan model proizvodnje i potrošnje zasnovan na kontinuiranom ekonomskom rastu i povećanoj upotrebi resursa. Promovisanje tzv. zatvorenog obrasca poslovanja ima za cilj povećanje efikasnosti korišćenja resursa, sa posebnim fokusom na bolje upravljanje otpadom, da bi se postigao sklad između ekonomije, životne sredine i ostalih društvenih vrednosti (Ghisellini et al., 2016). Cilj cirkularne ekonomije jeste da otvorene proizvodne sisteme, zasnovane na linearnom modelu potrošnje (Slika 2), gde se sirovine ekstrahuju, prerađuju u gotove proizvode i postaju otpad nakon što se potroše, zameni zatvorenim sistemima koji ponovo koriste resurse i štede energiju (Urbinati et al., 2017).

Slika 2. Linearna i cirkularna ekonomija



Izvor: Arhus centar, 2018.

U kontekstu poljoprivredno-prehrambenog lanca, cirkularna ekonomija ima za cilj smanjenje otpada, uz istovremeno bolje korišćenje otpada. Jedan od savremenih izazova za razvoj cirkularne ekonomije predstavlja primena inovativnih tehnologija i profitabilne poslovne prakse u korišćenju poljoprivrednog otpada, nusproizvoda i koprodukata. Naravno, u procesu razvoja cirkularne agroprivrede, bitno je inicijalno izvršiti integralnu analizu i analizu svih sastavnih elemenata poljoprivredno-prehrambenog lanca, uključujući primarnu proizvodnju, prerađivanje hrane i maloprodaju (Toop et al., 2017).

Savremena poljoprivreda može relativno brzo povećati produktivnost, što je posebno slučaj u razvijenim zemljama, ali savremena poljoprivreda istovremeno vrlo često plaća i visoku cenu zbog prekomerne potrošnje prirodnih resursa i energije, odnosno, zbog štete po okruženje. Cirkularna ekonomija se zato navodi kao alternativa i efikasan put ka održivom razvoju poljoprivrede.

Za razliku od linearne ekonomije (“*take-make-use-dispose*” - “uzmi-napravi-iskoristi-odbaci”), cirkularna ekonomija (“*grow-make-use-restore*” - “raste-napravi-iskoristi-obnovi”) ima za cilj da utiče na tokove materijala, energije i otpada, kako bi povećala ekološke benefite (Barros et al., 2020). Prelazak sa linearne na cirkularnu ekonomiju u poljoprivredno-prehrambenom domenu zahteva inovativne poslovne modele i relevantne prateće mehanizme na makro i mikro nivou, u funkciji održivog razvoja.

5. ORGANSKA POLJOPRIVREDA

Organska poljoprivreda se može definisati kao vid poljoprivrede u okviru kojeg je zabranjena upotreba pesticida, herbicida i veštačkih đubriva (Bengtsson et al., 2005). U mnogim zemljama, uključujući Srbiju, pojam organske proizvodnje i organskih proizvoda je i pravno definisan, u okviru zakonske regulative koja se odnosi na ovu oblasti.

Sistem organske proizvodnje je od svog nastanka prošao više faza u razvoju, počev od početne vizije organske poljoprivrede, do uvođenja savremenog marketing pristupa u ovoj oblasti sa ciljem jačanja organskog sektora na globalnom nivou.

Tabela 1. *Organska poljoprivreda u svetu*

Region	Organsko poljoprivredno zemljište (u ha)	Udeo regiona u ukupnom organskom poljoprivrednom zemljištu u svetu	Udeo organskog u ukupnom poljoprivrednom zemljištu svakog regiona	Broj organskih poljoprivrednih proizvođača
Afrika	2086858	2,8%	0,2%	833986
Azija	6146235	8,2%	0,4%	1808464
Evropa	17098134	22,8%	3,4%	417977
Latinska Amerika	9949461	13,3%	1,4%	270472
Severna Amerika	3744163	5,0%	0,8%	22448
Okeanija	35908876	47,9%	9,7%	15930
Svet - ukupno	74933727	100,0%	1,6%	3369277

Izvor: na osnovu Willer, H., Trávníček, J., Meier, C. & Schlatter, B., 2022.

Organska poljoprivreda je vrlo često osporavana u teoriji i praksi, jer su je mnogi smatrali ekonomski neefikasnom. Protivnici ovog vida poljoprivrede ističu da organska poljoprivreda zahteva više zemljišta za proizvodnju iste količine hrane nego konvencionalna poljoprivreda i da bi usvajanje organske poljoprivrede u prevelikim razmerama moglo potencijalno ugroziti svetske šume, močvare, travnjake itd. Takođe, navode da sistemi organske poljoprivrede daju manje prinose u poređenju sa konvencionalnom poljoprivredom. Među-

tim, pobornici organske proizvodnje ukazuju da ovi sistemi mogu biti profitabilni, ekološki i zdravstveno su potpuno prihvatljivi, a pritom mogu isporučivati hranu sa više hranljivih sastojaka, koja sigurno ne sadrži ostatke pesticida, za razliku od konvencionalne poljoprivrede. Osim toga, brojne poslovne prakse ukazuju da organski poljoprivredno-prehrambeni sistemi pružaju veće koristi ekosistemu, kao i šire društvene koristi, poput zdravlja ljudi, prihoda i dr. (Reganold & Wachter, 2016).

Organski sektor u svetu ima rastući trend (Tabela 1). Organska poljoprivredna proizvodnja je registrovana u 190 zemalja sveta, na površini od oko 74,9 miliona hektara (podatak za 2020. godinu), što je veliki rast u odnosu na 1999. godinu, kada je bilo samo 11 miliona hektara. Zemlje sa najvećim rastom površina pod organskom poljoprivredom jesu Argentina, Urugvaj i Indija. Pritom se, ipak, najviše površina pod organskom proizvodnjom odnosi na Australiju (35,7 miliona hektara), zatim Argentinu (4,5 miliona hektara) i Urugvaj (2,7 miliona hektara). Najviše organskih površina u svetu je pod žitaricama, zatim krmnim biljem, uljaricama, mahunarkama, organskim biljem za tekstilnu industriju, povrćem, lekovitim biljem itd. Najveći broj organskih proizvođača je na području Azije, a posmatrano po zemljama, u: Indiji (1599010), zatim Etiopiji (219566) i Tanzaniji (148607), dok najveće tržište organskih proizvoda predstavljaju SAD (49,5 milijardi evra), Nemačka (15 milijardi evra) i Francuska (12,7 milijardi evra). Najveću potrošnju organskih proizvoda po stanovniku imaju Švajcarska, Danska i Luksemburg (Willer, et al., 2022).

Da li će organska poljoprivreda ubuduće biti, u ekonomskom smislu, konkurentna konvencionalnoj poljoprivredi, zavisi od produktivnosti organske poljoprivrede, potražnje za njenim proizvodima i u kojoj će meri potrošačke cene odražavati troškove eksternalija, uključujući ekološke i zdravstvene troškove. Istraživanja pokazuju da prinosi mnogih organskih useva dostižu oko 80% konvencionalnih prinosa, pri čemu su pojedini prinosi u organskoj proizvodnji, ipak, znatno manji (De Ponti et al., 2012). Međutim, organska proizvodnja ima veoma važne prednosti koje nisu ekonomske prirode, poput potpune ekološke prihvatljivosti i pogodnosti za očuvanje i unapređenje zdravlja ljudi, što organskim proizvodima dodatno mnogo daje na značaju.

Često se ističe da je organska poljoprivreda sinonim za održivu poljoprivredu, iako su u pitanju dva različita pojma koja samo imaju niz sličnosti. Naime, širi ciljevi održive poljoprivrede ravnopravno uključuju ekonomsku isplativost, upravljanje životnom sredinom, vitalnost ljudi i njihovih zajednica, dok su organski proizvodni sistemi, pre svega, u funkciji zaštite životne sredine i zdravlja ljudi.

6. ATRAKTIVNOST INTEGRALNE POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE

Za razliku od konvencionalne poljoprivrede, koja je danas najdominantniji sistem proizvodnje, u organskoj poljoprivredi je upotreba hemijskih sredstava (đubriva, pesticida i sl.) isključena, dok je kod integralne poljoprivrede upotreba hemijskih sredstava ograničena, iako nije strogo zabranjena. U integralnoj proizvodnji se preporučuje što je moguće manje korišćenje sintetičkih supstanci i nastoje se koristiti proizvodni metodi sa što manjim negativnim uticajem na životnu sredinu. Pritom, minimalna upotreba hemijskih sredstava zahteva usvajanje alternativnih proizvodnih tehnika, koje će omogućiti pozitivne efekte na životnu sredinu, uz određene ekonomske koristi. Integralna poljoprivreda, zajedno sa or-

ganskim sistemima upravljanja poljoprivrednim gazdinstvima, danas je među najatraktivnijim oblicima održive poljoprivrede, u mnogim zemljama (Genghini et al., 2006).

Ciljevi integralne poljoprivrede usmereni su na nesmetano odvijanje poljoprivredne proizvodnje, ostvarenje prihvatljivog nivoa prihoda na farmama, zaštitu životne sredine, racionalno korišćenje resursa, kao i na što bolji odgovor na zabrinutost potrošača zbog pitanja kvaliteta hrane. Integralni poljoprivredni sistem predstavlja tzv. "srednji tok" između konvencionalne i organske poljoprivrede, te ima mogućnost da postigne optimalni rezultat, iz ekonomske i ekološke perspektive. Integralna proizvodnja nije toliko rigorozna kao organska proizvodnja, a s druge strane, nije ni toliko otvorena za korišćenje veštačkih materija, pa se često opisuje kao određeni "miks organske i konvencionalne poljoprivrede".

Integralna poljoprivreda može nadmašiti klasične konvencionalne poljoprivredne sisteme, u pogledu obezbeđenja sigurnosti i kvaliteta hrane, zaštite životne sredine, ekonomskih i širih društvenih pozitivnih efekata. Niski prinosi, a visoki početni troškovi u organskoj poljoprivredi mogu umnogome motivisati poljoprivrednike da pređu na integralnu poljoprivredu. Pritom, diverzifikacija useva i integralno korišćenje resursa, značajno mogu doprineti povećanju produktivnosti na farmama, kao i očuvanju životne sredine (Tipraqsa et al., 2007).

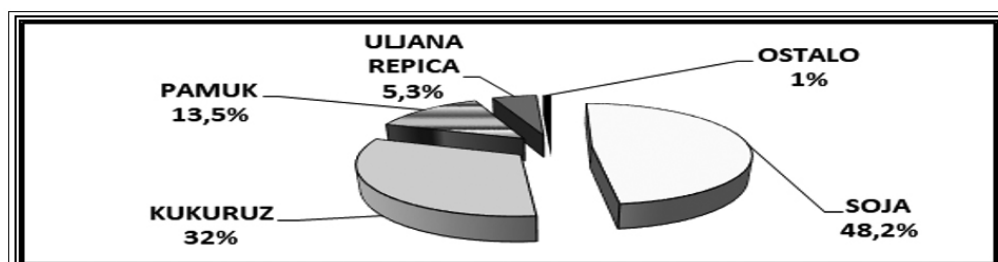
U savremenim uslovima, mnogo je izazova sa kojima se suočava integralna poljoprivreda, naročito kada je u pitanju upravljanje. Naime, aktuelni trendovi, razvoj tehnologije, izmena propisa, dostupnost radne snage i energije, rast cena, potražnja za hranom i uslugama ekosistema, snažno utiču na atraktivnost i usvajanje ovog vida poljoprivrede.

Proizvodni sistemi u okviru integralne poljoprivrede se navode kao moguće rešenje za kontinuirano povećanje potražnje za hranom, obezbeđenje kvalitetne hrane, održivog razvoja, stabilnih prihoda, naročito malih gazdinstava sa ograničenim resursima itd. (Dar et al., 2018). Integralna poljoprivreda nema rigorozne standarde kao organska, a ipak ima strožije zahteve nego konvencionalna poljoprivreda, u čemu i jeste njena važna prednost.

7. KONTROVERZE U POGLEDU PRIMENE GMO U POLJOPRIVREDI

Uprkos sve izraženijoj tendenciji primene genetskog inženjeringa u poljoprivredi, od same pojave GM (genetički modifikovanih) useva, u mnogim delovima sveta su pokrenuta javna i naučna pitanja u vezi sa ekološkim, zdravstvenim aspektima i drugim relevantnim pitanjima bezbednosti GM useva i hrane. S jedne strane, tehnologija rekombinantne DNK se smatra moćnim alatom za povećanje produktivnosti useva i kvaliteta hrane. Naime, pristalice GMO (genetički modifikovanih organizama - *genetically modified organisms* - GMOs) ističu da se GMO proizvodnja mora smatrati ključnom za promociju održive poljoprivrede, jer može smanjiti upotrebu pesticida i negativan uticaj poljoprivrede na životnu sredinu, omogućiti uštedu fosilnih goriva, smanjiti emisiju CO₂ i uticati na očuvanje zemljišta. Pristalice GMO, takođe, smatraju da su GM usevi nezamenljivi u suočavanju sa globalnim problemima sigurnosti hrane. S druge strane, protivnici GMO tvrde da su efekti u pogledu uticaja na životnu sredinu i ljudsko zdravlje još uvek, u velikoj meri, nepoznati i da su GM usevi dobijeni na osnovu konvencionalnog semena, što bi moglo imati indirektan veoma negativan efekat na sigurnost hrane (Buiatti et al., 2012). Zagovornici GMO smatraju da upotreba genetske tehnologije i GMO u poljoprivredi ima veliki potencijal za poboljšanje

Grafikon 1. Najzastupljeniji GM usevi u svetu

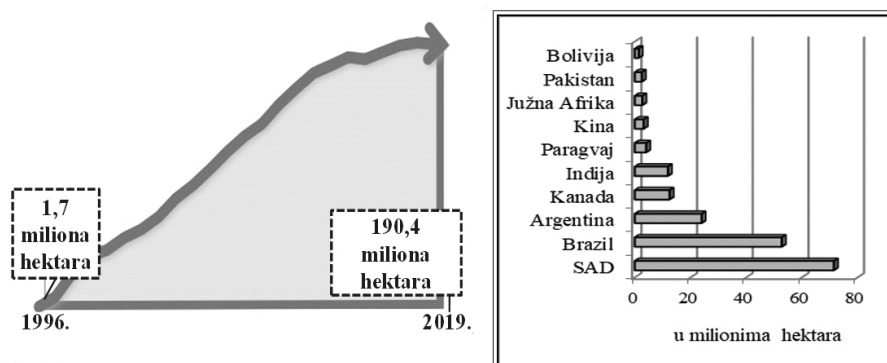


Izvor: Statista, 2022.

proizvodnih kapaciteta i kvaliteta proizvoda, kao i smanjenje uticaja poljoprivrede na životnu sredinu. GM usevi su, kako oni ističu, tolerantni na herbicide i time mogu doneti koristi poljoprivrednicima, omogućiti smanjenu upotrebu štetnih herbicida i dr. S druge strane, kritičari genetske tehnologije ističu problem očuvanja prirodnog biodiverziteta, biološke bezbednosti i negativnih efekata na životnu sredinu, zdravlje ljudi i drugih živih bića, u vezi sa upotrebom GMO (Karlsson, 2003). Naime, ističu da GMO omogućavaju povećane prinose i smanjenu upotrebu pesticida, ali su veoma diskutabilni zbog mogućih negativnih ekoloških, ekonomskih (monopoli, zavisnost i dr.) i zdravstvenih rizika. Kontroverze se odnose i na proizvodnju i na promet i na potrošnju GMO. Pristalice GMO iz oblasti nauke i struke tvrde da GMO izvori hrane predstavljaju jedino održivo rešenje za nestašicu hrane u sve većoj globalnoj populaciji i da nema štete od proizvodnje i potrošnje GMO. Protivnici GMO se, pak, dosta plaše veoma negativnog uticaja, koji bi razvoj i upotreba GMO mogli imati na životnu sredinu, a potrošači su uglavnom izuzetno zabrinuti zbog zdravlja i nepotpunih znanja o dugoročnim efektima upotrebe GMO (Yang & Chen, 2015).

Iako su GMO uvedeni u poljoprivrednu proizvodnju najpre na tržištu SAD-u, sve više ih prihvataju i pojedine zemlje u razvoju. Otpor u Aziji, Latinskoj i Severnoj Americi je generalno slabiji nego u Evropi, odnosno, EU. Pojedini autori izrazili su oštru kritiku američkih vlada i industrijskog lobija, u smislu zloupotrebe postojanja izražene gladi radi podsticanja širenja GM u manje razvijenim zemljama (Vergragt & Brown, 2008).

Grafikon 2. Površine pod GM usevima u svetu, 1996-2019. godine i top 10 zemalja sa GM usevima, 2019. godine (u milionima hektara)



Izvor: ISAAA, 2019 & Statista, 2022.

8. PRECIZNA POLJOPRIVREDA KAO SAVREMENI PRISTUP U RAZVOJU AGRARA

Savremene informacione i komunikacione tehnologije - IKT (*Information and Communications Technologies - ICTs*) danas imaju veoma bitnu ulogu u privredi i društvu, pa prema tome i u poljoprivredi (Ristić, Vujičić & Dimitrijević, 2020). Inovacije u poljoprivredi više nisu samo nove sorte biljaka i rase životinja, već i aplikacije koje koriste satelitske snimke, senzore, dronove itd.

Poljoprivreda je oduvek imala koristi od tehničko-tehnološkog napretka. Industrijski razvoj je, u prošlosti, poljoprivredi omogućio mehanizaciju, veštačka đubriva i hemijska sredstva, savremeno tehnološko doba je donelo genetski inženjering i automatizaciju, dok danas digitalno doba otvara ogroman potencijal za integrisanje IKT napretka u model precizne poljoprivrede. Uspeh precizne poljoprivrede se, pritom, meri ekonomskim, ali i ekološkim efektima i širim društvenim koristima. Precizna poljoprivreda je posebno značajna u pogledu ostvarenja profitabilnosti za poljoprivredne proizvođače, uštede finansijskih resursa i drugih agrarnih inputa (Zhang et al., 2002). Osim toga, precizna poljoprivreda je i važan element razvoja pametnih sela.

Precizna poljoprivreda je inovativan, ali još uvek znatno manje u praksi primenjen pristup od konvencionalne poljoprivrede, iako njen cilj i jedan od važnijih pravaca jeste povećanje efikasnosti korišćenja resursa. Precizna poljoprivreda obuhvata čitav skup tehnologija, koje kombinuju senzore, informacione sisteme, poboljšane mašine i informatičko upravljanje, radi optimizacije proizvodnje i dr. (Gebbers & Adamchuk, 2010). Smatra se da će precizna poljoprivreda tek dostići veću primenu u praksi, širom sveta, pri čemu njena primena naglašava potrebu za savremenim informacionim sistemima i pratećom informaciono-komunikacionom infrastrukturom, pri čemu je internet veza apsolutno neophodna, odnosno, insistira se na širokopojasnoj konekciji i drugim relevantnim sadržajima u ovom kontekstu.

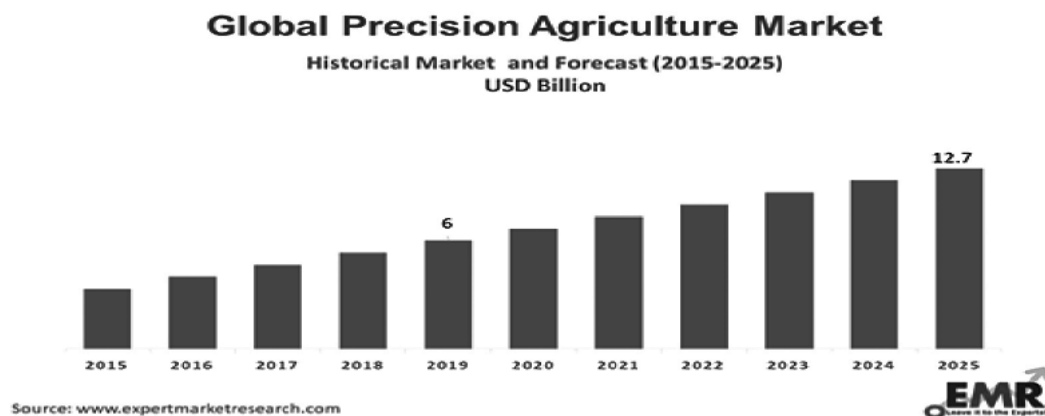
Precizna poljoprivreda uključuje intenzivno prikupljanje podataka na terenu, što se obično vrši istovremeno dok mašine obavljaju različite terenske operacije. Pritom, prikupljanje i tumačenje tih podataka može biti ključ za razumevanje varijabilnosti produktivnosti. Bežične senzorske mreže su nova tehnologija koja može pružiti obrađene podatke polja u realnom vremenu sa senzora fizički raspoređenih na terenu (Camilli et al., 2007). Pritom, bežične senzorske mreže u preciznoj poljoprivredi omogućavaju povećanje efikasnosti, produktivnosti i profitabilnosti, uz minimiziranje negativnih uticaja na životnu sredinu.

Brojne tehnologije se primenjuju, kako bi poljoprivredni proizvodi postali sigurniji i smanjili negativne uticaje na životnu sredinu, što je cilj koji je u skladu sa održivim razvojem. Precizna poljoprivreda se pojavila kao bitna komponenta opšteg okvira za postizanje ovog cilja. Ona uključuje tehnologiju daljinskog očitavanja i može se koristiti kao efikasan alat za održivi razvoj. Precizna poljoprivreda nudi niz potencijalnih koristi, u pogledu profitabilnosti, produktivnosti, kvaliteta useva, finalnih proizvoda i života na farmi, sigurnosti hrane, zaštite životne sredine, razvoja ruralne ekonomije, boljeg upravljanja inputima na farmi, u smislu njihove racionalnije upotrebe itd. (Liaghat & Balasundram, 2010). Međutim, postoje različite prepreke koje usporavaju razvoj precizne poljoprivrede. Neke od glavnih prepreka jesu skupa oprema, poteškoće u radu sa savremenim uređajima za koje je potrebna posebna obuka, problem servisiranja i održavanja opreme, strogi standardi za senzorske mreže itd.

Razvoj hardverskih i komunikacijskih uređaja, evolucija Internet tehnologija (*Internet stvari - IoT*) i druge prateće inovacije, omogućavaju razvoj sve jeftinijih sistema, jednostavnijih za korišćenje, kontrolu, instalaciju i održavanje, sa malom potrošnjom energije (Ferrández-Pastor et al., 2016), pa se očekuje dalji razvoj u ovoj oblasti.

Globalno tržište precizne poljoprivrede dostiglo je, 2020. godine, vrednost od preko 6 milijardi dolara. Procenjuje se da će dostići oko 13 milijardi dolara do 2026. godine.

Grafikon 3. *Globalno tržište precizne poljoprivrede, od 2015. godine, sa predviđanjima do 2025. godine (u milijardama US\$)*



Izvor: EMR, 2022.

Ključna obeležja i bitni faktori razvoja precizne poljoprivrede u savremenim uslovima, predstavljani su u Tabeli 2.

Iako precizna poljoprivreda predstavlja jedan od najsavremenijih pristupa u razvoju poljoprivrede, razvijajući se u SAD-u, EU i drugim zemljama, ipak, još uvek nije dovoljno zastupljena, posebno u zemljama u razvoju, zbog niza ograničenja, koja se, pre svega, odnose na visoku cenu, kompleksnost upotrebe i održavanja ICT, izraženiju prilagođenost ICT velikim gazdinstvima, nego malim itd. Stoga je neophodno, u narednom periodu, prevazići ta ograničenja, u cilju intenzivnije primene ovog vida poljoprivrede.

Tabela 2. *Ključna obeležja i faktori razvoja precizne poljoprivrede u savremenim uslovima*

Obeležje/faktor	Opis
Mogućnosti primene precizne poljoprivrede	precizno navodnjavanje, praćenje polja, prskanje, đubrenje, sadnja, upravljanje podacima; primena kod gotovo svih useva i u stočarstvu
Tehnologije koje se koriste u preciznoj poljoprivredi	tehnologija navođenja, senzori, aplikacije sa promenljivom brzinom, tehnologije promenljive stope, analitika podataka i veštačka inteligencija, pri čemu su hardveri, softveri, digitalne platforme i razne prateće usluge podrške neizostavni, a kao dominantne tehnologije se često navode GNSS/GPS
Regionalna segmentacija precizne poljoprivrede i segmentacija po zemljama	Severna Amerika (SAD, Kanada i Meksiko); Evropa (Nemačka, Holandija, Francuska, Italija, Španija, Danska, UK itd.); Bliski istok i Afrika (Izrael, Južna Afrika, Turska i dr.); Kina; Azijsko-pacifički region i Japan (Indija, Japan, Australija i Novi Zeland, Indonezija, Vijetnam, Malezija itd.); Južna Amerika (Brazil, Argentina, Čile i Peru)

Obeležje/faktor	Opis
Pokretači rasta tržišta precizne poljoprivrede	povećana podrška pojedinih vlada i regulatornih tela preciznoj poljoprivredi; povećana potražnja za globalnom proizvodnjom hrane; potreba za novim tehnologijama u borbi protiv klimatskih promena itd.
Važniji tržišni izazovi	visoka početna ulaganja, pretnja bezbednosti i privatnosti podataka, nerazvijena svest o značaju uvođenja digitalizacije u agrar i ruralna područja, slabost ICT infrastrukture u manje razvijenim zemljama
Tržišne prilike	uključivanje novih tehnologija u postojeću poljoprivrednu praksu, uz horizontalne i vertikalne integracije u poljoprivredno-prehrambenom sektoru; kombinovanje savremenih i tradicionalnih tehnologija proizvodnje u poljoprivrednoj praksi
Globalno profilisane kompanije u proizvodnji inputa za preciznu poljoprivredu	<i>AGCO Corporation, CLAAS Group, CNH Industrial N.V., John Deere, Hexagon Agriculture, Kubota Corporation, TeeJet Technologies, The Toro Company, Topcon Corporation, Yanmar Co. Ltd., Microsoft Corporation, AGRIVI, BASF SE, Granular Inc., IBM Corporation i dr.</i>

Izvor: na osnovu R&M, 2022.

9. ZAKLJUČAK

Među svim inovativnim pristupima u poljoprivredi, iako je konvencionalna poljoprivreda još uvek najzastupljenija, sve aktuelniji su oni pristupi koji se tiču očuvanja životne sredine, prirodnih resursa i zdravlja ljudi, odnosno, održivi modeli poljoprivrede, poput integralne i organske poljoprivrede, bioekonomije i cirkularnog modela poljoprivrede, precizne poljoprivrede i sličnih modela prelaznog tipa, koji na određeni način kombinuju postojeće vidove poljoprivrede.

Svi savremeni pristupi u razvoju poljoprivrede se suočavaju sa određenim ograničenjima. Tako, na primer, organska poljoprivreda teško prevazilazi probleme koji limitiraju njenu ekspanziju, a odnose se, pre svega, na nedovoljnu profitabilnost organske proizvodnje, dok se cirkularna ekonomija, kao relativno nova, suočava sa nedovoljnom atraktivnošću. Precizna poljoprivreda nema dovoljnu primenu u praksi, naročito u manje razvijenim zemljama i na manjim posedima. Što se tiče GMO, u pitanju je najkontroverzniji pristup u poljoprivredi, koji izaziva najviše dilema, rasprava i protivrečnosti, iako je dosta rasprostranjen u svetu.

Brojni globalni i drugi izazovi zahtevaju nova, praktična i održiva rešenja. Pritom se sve više stavlja akcenat na cenovno prihvatljivu, zdravu i bezbednu hranu, čijom proizvodnjom ne dolazi do zagađenja životne sredine.

Uvođenjem adekvatnih inovativnih rešenja u sistem poljoprivredne proizvodnje, doprinosi se povećanju produktivnosti rada i efikasnosti poslovanja, a sve to treba da se odvijaju u skladu sa principima održivog razvoja, u pravci realizacije ekonomskih, ekoloških i socijalnih ciljeva. U tom kontekstu, opravdane su neprekidne inovacije, naročito u pravcu uvođenja integralne i organske poljoprivrede, cirkularne i bio-ekonomije, kao i precizne poljoprivrede. Pritom, na značaju dobija i realizaciju koncepta "pametnih sela", baziranih na savremenim ICT, socijalnim i drugim pratećim inovacijama održivog karaktera, čime je

dokazana hipoteza od koje se pošlo u radu, da uvođenje odgovarajućih savremenih pristupa u razvoj agrara može imati veoma pozitivan uticaj na održivi razvoj.

Intenziviranje poljoprivredne proizvodnje u ranijim decenijama, naročito u razvijenim zemljama, bilo je vođeno velikom upotrebom neobnovljivih resursa i hemijskih sredstava, što je umnogome narušilo kvalitet životne sredine. Ovi problemi su danas delimično rešeni, ali se i dalje nastavljaju u većini regiona u svetu. Intenziviranje i specijalizacija poljoprivrede, naročito u pojedinim novindustrijalizovanim zemljama, odvijaju se sa veoma negativnim uticajima na životnu sredinu, što se smatra neprihvatljivim. Naime, jasno se uočava da se mora prevazići suprotnost između potrebe za povećanjem produktivnosti poljoprivrede iz razloga sigurnosti hrane i potrebe za hitnim sprečavanjem degradacije prirode iz razloga neophodnosti očuvanja životne sredine (Lemaire et al., 2014). Za prevazilaženje uočenog problema predlažu se integralna poljoprivreda i slični inovativni pristupi koji su održivi. Pritom, organska poljoprivreda, takođe, može biti prihvatljiva opcija, posebno u zemljama u razvoju i na manjim farmama, s obzirom na manje prinose koji se u okviru organske proizvodnje ostvaruju, uz više cene ovih proizvoda na tržištu, dok precizna poljoprivreda najbolje rezultate može dati na većim farmama. Manja gazdinstva imaju slabiju motivaciju za specijalizaciju proizvodnje, kao i za korišćenje savremenih tehnika precizne poljoprivrede. U zavisnosti od veličine farme i velikog broja drugih faktora koji determinišu pravce razvoja svakog konkretnog područja i poljoprivrede u okviru njega, neophodno je odabrati i primeniti odgovarajući pristup u razvoju agrara. Kada je u pitanju GMO, ovaj pristup se najčešće ne preporučuje zbog niza dilema i kontoverzi, koje ga prate od samog nastanka do danas.

LITERATURA:

- Arhus centar (2018): *Cirkularna ekonomija*. Kragujevac & Beograd: Arhus centar.
- Barros, M. V., Salvador, R., de Francisco, A. C. & Piekarski, C. M. (2020): Mapping of research lines on circular economy practices in agriculture: From waste to energy. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 131(2020), 109958.
- Bengtsson, J., Ahnström, J. & Weibull, A.-C. (2005): The effects of organic agriculture on biodiversity and abundance: a meta-analysis. *Journal of Applied Ecology*, 42(2), 261–269.
- Bina, O. (2013): The Green Economy and Sustainable Development: An Uneasy Balance. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 31(6), 1023–1047.
- Birner, R. (2018): Bioeconomy Concepts. In: Iris Lewandowski (Ed.), *Bioeconomy - Shaping the Transition to a Sustainable, Biobased Economy* (pp. 17-39). Gewerbestrasse: Springer IP AG.
- Buiatti, M., Christou, P. & Pastore, G. (2012): The application of GMOs in agriculture and in food production for a better nutrition: two different scientific points of view. *Genes & Nutrition*, 8(3), 255–270.
- Camilli, A., Cugnoasca, C. E., Saraiva, A. M., Hirakawa, A. R. & Corrêa, P. L. P. (2007): From wireless sensors to field mapping: Anatomy of an application for precision agriculture. *Computers and Electronics in Agriculture*, 58(1), 25–36.
- Comer, S., Ekanem, E., Muhammad, S., Singh, S. P. & Tegegne, F. (1999): Sustainable and Conventional Farmers: A Comparison of Socio-Economic Characteristics, Attitude, & Beliefs. *Journal of Sustainable Agriculture*, 15(1), 29–45.

- Dar, N. A., Lone, B. A., Alaie, B. A., Dar, Z. A., Gulzafar, Bahar, F. A., Haque, S. A. & Singh, K. N. (2018): Integrated Farming Systems for Sustainable Agriculture. In: Sengar, R., Singh, A. (Eds), *Eco-friendly Agro-biological Techniques for Enhancing Crop Productivity* (pp. 111-127). Singapore: Springer.
- De Ponti, T., Rijk, B. & Van Ittersum, M. K. (2012): The Crop Yield Gap between Organic and Conventional Agriculture. *Agricultural Systems*, 108(2012), 1–9.
- EMR (2022): *Global Precision Agriculture Market Outlook*. USA, Canada & UK: Expert Market Research.
- Ferrández-Pastor, F., García-Chamizo, J., Nieto-Hidalgo, M., Mora-Pascual, J. & Mora-Martínez, J. (2016): Developing Ubiquitous Sensor Network Platform Using Internet of Things: Application in Precision Agriculture. *Sensors*, 16(7), 1141.
- Gebbers, R. & Adamchuk, V. I. (2010): Precision Agriculture and Food Security. *Science*, 327(5967), 828–831.
- Genghini, M., Gellini, S. & Gustin, M. (2006): Organic and integrated agriculture: the effects on bird communities in orchard farms in northern Italy. *Biodiversity and Conservation*, 15(9), 3077–3094.
- Georgeson, L., Maslin, M. & Poessinouw, M. (2017): The global green economy: a review of concepts, definitions, measurement methodologies and their interactions. *Geo: Geography and Environment*, 4(1), 1-23.
- Ghisellini, P., Cialani, C. & Ulgiati, S. (2016): A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production*, 114(2016), 11–32.
- ISAAA (2019): *Biotech Crop Highlights in 2019*. USA, Philippines & Kenya: International Service for the Acquisition of Agri-biotech Applications.
- Karlsson, M. (2003): Biosafety principles for GMOs in the context of sustainable development. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 10(1), 15–26.
- Lavrinenko, O., Ignatjeva, S., Ohotina, A., Rybalkin, O. & Lazdans, D. (2019): The role of green economy in sustainable development (case study: the EU states). *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(3), 1113-1126.
- Lemaire, G., Franzluebbers, A., Carvalho, P. C. de F. & Dedieu, B. (2014): Integrated crop–livestock systems: Strategies to achieve synergy between agricultural production and environmental quality. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 190, 4–8.
- Lewandowski, I., Gaudet, N., Lask, J., Maier, J., Tchouga, B. & Vargas-Carpintero, R. (2018): Context. In: Iris Lewandowski (ed), *Bioeconomy - Shaping the Transition to a Sustainable, Biobased Economy* (pp. 5-17). Gewerbestrasse: Springer IP AG.
- Liaghat, S. & Balasundram, S. K. (2010): A Review: The Role of Remote Sensing in Precision Agriculture. *American Journal of Agricultural and Biological Sciences*, 5(1), 50–55.
- Mathews, J. A. (2009): From the petroeconomy to the bioeconomy: Integrating bioenergy production with agricultural demands. *Biofuels, Bioproducts and Biorefining*, 3(6), 613–632.
- OECD (2006): *Scoping document: The bioeconomy to 2030: Designing a policy agenda*. Paris: The Organisation for Economic Co-operation and Development.

- Pimentel, D., Hepperly, P., Hanson, J., Douds, D. & Seidel, R. (2005): Environmental, Energetic, and Economic Comparisons of Organic and Conventional Farming Systems. *BioScience*, 55(7), 573-582.
- Reganold, J. P. & Wachter, J. M. (2016): Organic agriculture in the twenty-first century. *Nature Plants*, 2(2), 15221.
- Ronzon, T., Piotrowski, S., M'Barek, R. & Carus, M. (2017): A systematic approach to understanding and quantifying the EU's bioeconomy. *Bio-based and Applied Economics*, 6(1), 1-17.
- R&M (2022): *Precision Agriculture Market - A Global & Regional Analysis: Focus on Applications, Products & Country-Wise Analysis - Analysis & Forecast, 2020-2026*. Ireland, USA & Canada: Research & Markets.
- Ristić, L., Vujičić, M. & Dimitrijević, M. (2020): ICT based management of smart villas development. *EBM 2020* (pp. 139-149). Kragujevac: University of Kragujevac - Faculty of Economics.
- Statista (2022): *Global adoption rate for major biotech crops worldwide*. USA: Statista.
- Te Pas, C. M. & Rees, R. M. (2014): Analysis of Differences in Productivity, Profitability and Soil Fertility Between Organic and Conventional Cropping Systems in the Tropics & Sub - tropics. *Journal of Integrative Agriculture*, 13(10), 2299-2310.
- Tipraqsa, P., Craswell, E. T., Noble, A. D. & Schmidt-Vogt, D. (2007): Resource integration for multiple benefits: Multifunctionality of integrated farming systems in Northeast Thailand. *Agricultural Systems*, 94(3), 694-703.
- Toop, T. A., Ward, S., Oldfield, T., Hull, M., Kirby, M. E. & Theodorou, M. K. (2017): Agro Cycle – developing a circular economy in agriculture. *Energy Procedia*, 123, 76-80.
- Urbinati, A., Chiaroni, D. & Chiesa, V. (2017): Towards a new taxonomy of circular economy business models. *Journal of Cleaner Production*, 168, 487-498.
- Vergragt, P. J. & Brown, H. S. (2008): Genetic engineering in agriculture: New approaches for risk management through sustainability reporting. *Technological Forecasting and Social Change*, 75(6), 783-798.
- Vujičić, M. & Ristić, L. (2006): *Ekonomika poljoprivrede*. Kragujevac: Univerzitet u Kragujevcu - Ekonomski fakultet.
- Vujičić, M., Ristić, L. & Ćirić, N. (2012): Local Initiatives for Rural Vitality and Social Inclusion: Some Experiences from Serbia. *Eastern European Countryside*, 19, 105-126.
- Willer, H., Trávníček, J., Meier, C. & Schlatter, B. (2022): *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2022*. Frick: FiBL & Bonn: IFOAM–Organics International.
- Yang, Y. T. & Chen, B. (2015): Governing GMOs in the USA: science, law and public health. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 96(6), 1851-1855.
- Zhang, N., Wang, M. & Wang, N. (2002). Precision agriculture - a worldwide overview. *Computers and Electronics in Agriculture*, 36(2-3), 113-132.

Miloš Dimitrijević
Milica Vujičić
Lela Ristić

001.895:338.43.02
502.131.1:631
DOI: 10.5937/MegRev2203183D
Primljen 22.7.2022.
Odobren 20.10.2022.
Pregledni naučni rad

INNOVATIVE APPROACHES TO AGRICULTURAL DEVELOPMENT

Abstract: *Contemporary approaches and adoption of innovations in agriculture are very important drivers of productivity growth and achieving sustainable development of agricultural sector. At the same time, numerous internal and external factors additionally impose the need to introduce innovative approaches to agricultural production, which requires development models based on knowledge, quality standards, information and communication technologies, and other innovations acceptable in economic, environmental and wider social context. In this paper, a detailed analysis of the most current contemporary approaches and innovations in the development of agriculture is performed, in order to indicate which of these are the most common and successful in the world and why is it so. The results of the research indicate which contemporary approaches and innovations are most potentiated in agricultural practice, globally, with an accompanying analysis that explains the advantages and disadvantages of all these approaches and innovations in this area.*

Key words: *innovations, contemporary approaches, agriculture, sustainable development.*

Srdan P. Nikolić*
Ivana Nikolić**

339.727.22(497.11)2020/...”
330.34(497.11)2020/...”
DOI: 10.5937/MegRev2203199N
Pregledni naučni članak
Primljen 19.07.2022.
Odobren 03.09.2022

UTICAJ SDI NA EKONOMSKI RAST U REPUBLICI SRBIJI U DOBA KRIZE PROUZROKOVANE PANDEMIJOM COVID-19

Sažetak: U literaturi ne postoji opšti zaključak kako strane direktne investicije (SDI) doprinose rastu zemlje domaćina. Odnos između SDI i ekonomskog rasta i njihova složenost je tema oko koje se najviše diskutovalo među ekonomistima. Značajan broj studija sprovedenih u poslednjih nekoliko decenija pokazuje kako SDI podstiču ekonomski razvoj zemlje: obično pozitivno deluju na zemlju domaćina, mada u nekim slučajevima mogu stvoriti ograničene koristi ili čak negativno uticati na zemlju domaćina. Pandemija Covid – 19, posmatrana kao egzogeni ekonomski šok, globalno je pokazala značajan negativan uticaj i pretnju ekonomiji i finansijskim tržištima izazivajući ekonomski pad i recesiju. Došlo je do značajnog smanjenja BDP-a i potrpšnje, pada ponude radne snage i proizvodnje i smanjenja ukupnog priliva SDI na globalnom nivou za 42% u 2020. u odnosu na 2019. godinu. U radu je analiziran uticaj priliva SDI na ekonomski rast u Republici Srbiji u doba krize prouzrokovane pandemijom Covid-19. Praćenjem toka priliva SDI utvrđeno je da je tokom 2018. i 2019. godine došlo do rasta nivoa investicija (preko 20% BDP-a), dok je u 2020. godini prisutan pad (BDP-a od 1%). Za ubrzanje rasta BDP-a per capita u Srbiji neophodno je unapređenje institucija, obrazovanja, kao i povećanje stope investiranja.

Ključne reči: direktne strane investicije (SDI), ekonomski rast, Republika Srbija, pandemija COVID-19

* Doktorand, Fakultet za poslovne studije, Beograd, s.nikolic@megatrend.edu.rs

** Docent, Fakultet za poslovne studije, Beograd, iwanna_84@hotmail.com

1. UVOD

U današnje vreme, strane direktne investicije (SDI) predstavljaju važan pokretač međunarodne ekonomske integracije.¹ Proces globalizacije i liberalizacije međunarodne trgovine doveo je do liberalizacije tržišta kapitala, što je povećalo dinamiku SDI-a u svetu. Tokom 1980-ih došlo je do povećanja tokova SDI na globalnom nivou, praćeno promenama u strukturi sektora: investicije su bile usmerene u sektore koji podstiču ukupni ekonomski rast. U tom smislu, Ibrelić i Stojanović² ukazali su da nivo realizovanih SDI u nekoj zemlji zavisi od brojnih faktora - geografskog položaja, stabilnosti okruženja, političkih i ekonomskih sloboda i rizika, pristupa lokalnom i regionalnom tržištu, pravne sigurnosti, radne snage i institucionalne izgrađenosti. Sprovedena istraživanja pokazala su da je neophodan rast određenih makroekonomskih indikatora (npr. BDP, zaposlenost, investicije, smanjenje spoljnog duga države i dr.) za održivi privredni razvoj.

Odnos između SDI i ekonomskog rasta i njihova složenost je tema oko koje se najviše diskutovalo među ekonomistima, kako sa teorijskog tako i sa empirijskog aspekta. Urađene su mnogobrojne studije da bi se pronašla odgovarajuća korelacija i uzročnost među varijablama. Zapravo, od sredine 1980-ih identifikovana je značajna endogena veza između SDI i ekonomskog rasta.³

Republika Srbija (RS), kao zemlja u tranziciji, bila je prinuđena da sprovodi mere za stabilizaciju ekonomskih tokova. U tom smislu, posle političkih promena u Srbiji 2000. godine, došlo je do reintegracije privrede u globalno ekonomsko okruženje i povezivanja sa najvažnijim međunarodnim finansijskim i ekonomskim institucijama.⁴ Prioritet ekonomske politike RS bio je privlačenje stranog kapitala. Sprovedene su značajne makroekonomske reforme kroz procese privatizacije i restrukturiranja privrede, čime je postignuta određena makroekonomska stabilnost.

Rast društvenog proizvoda u RS, kao i mogućnosti za dalje jačanje investicija iz sopstvenih izvora u budućnosti, u velikoj meri zavisi od priliva SDI. Zapravo, SDI bi omogućile jačanje ekonomije, smanjenje jaza koji postoji između Srbije i razvijenog dela Evrope i završetak procesa tranzicije koji traje predugo.⁵

Značajan priliv SDI u Srbiju otpočeo je 2001. godine, liberalizacijom zakona o stranim ulaganjima,⁶ usvajanjem propisa o privatizaciji preduzeća i banaka i razvojem tržišta kapitala usled sprovedenih političkih promena. Sačinjena je Lista međunarodnih ugovora

¹ Kastratovic, R. (2016): „*Uticao stranih direktnih investicija na privredni i društveni razvoj Srbije*”, Bankarstvo, vol. 45, br. 4/2016, 92.

² Ibreljić, I., Nuhanović, S. (2011). Stojanovic, D., Ilic, B., Mihajlovic, D. (2017): „Strane direktne investicije u ostvarivanju ciljeva održivog razvoja lokalnih zajednica u Srbiji”, *Ecologica*, 86, 265-271.

³ Xiaoying Li (2005): „*Foreign Direct Investment and Economic Growth: An Increasingly Endogenous Relationship*”, World Development, Volume 33, Issue 3, March 2005, Pages 393-407., 393.

⁴ Miletić, M. (2019): *Grinfield investicije kao razvojna šansa Republike Srbije*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 1-222., ISBN 978-86-7067-269-7, 209-218, 210.

⁵ Gajić, M. (2019): *Ekonomske slobode i strane direktne investicije*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 1-222., ISBN 978-86-7067-269-7, 121-133, 131.

⁶ Zakon o stranim ulaganjima (2002) omogućio je stranim licima da kupe domaća preduzeća i domaće banake pod istim uslovima kao što je to omogućeno domaćim licima.

sa 69 ugovora za strane investicije⁷, u kojima Srbija ima status „strane ugovornice.”⁸ SDI su dostigle nivo od oko 17,4 mlrd US\$ u periodu od 2000-2008. godine, pri čemu je najveći priliv ostvaren tokom 2006. godine (4.2 mlrd US\$). Sprovedena istraživanja pokazala su da je svetska ekonomska i finansijska kriza 2008. godine uticala na tokove SDI u svetu, ali i u Srbiji i drugim zemljama Jugoistočne Evrope. U trogodišnjem periodu od 2009. do 2011. godine, došlo je do značajnog pada priliva SDI na globalnom nivou. U periodu od 2011. do 2020. godine, strategija budućeg razvoja Srbije bila je usmerena prvo, na sticanje statusa kandidata, a zatim i puno članstvo u EU.

Pandemija virusom Covid - 19 pojavila se 2020. godine i izazvala ogroman uticaj na globalnu ekonomiju. Nasuprot globalne recesije u periodu 1917-1921. godine, koja je, s jedne strane nastala kao „posledica Prvog svetskog rata”, a sa druge prouzrokovana španskim gripom⁹, pandemija korona virusom Covid - 19 „znatno je zaraznija od mnogih predhodnih pandemija prouzrokovanih virusnim oboljenjima, ali nije među najsmrtonosnijim pandemijama”¹⁰ i mora se posmatrati kao interakcija zdravstvene, ekonomske, društvene i obrazovne krize.¹¹ Rad nastoji da sagleda uticaj priliva SDI na privredni rast RS u doba krize prouzrokovane pandemijom Covid – 19. Naime, ispituje se trend priliva SDI pre i neposredno posle pojave pandemije na privredni rast i privredna kretanja u RS. Zapravo, primećeni su negativni efekti prouzrokovani pandemijom kako u horizontalnim, tako i u vertikalnim SDI.

2. UTICAJ SDI NA EKONOMSKI RAZVOJ I PRIVREDNI RAST

„Investiranje je razmena nečeg izvesnog (odricanje od neposrednog i sigurnog zadovoljenja jedne potrebe) za niz nada raspoređenih u vremenu.“
(Peumans, 1965)¹²

„Investicija nije nešto što zemlja dobija na poklon, već nešto što zemlja mora da zaradi.“
(Andreas Haidenthaler, 2012)¹³

Osobnosti modernih privreda uključuju konkurentnost u međunarodnom okruženju, pristup globalnim tržištima, inovativnost, održivost i zelenu tranziciju, kao i važne osobine rasta i produktivnosti.

⁷ Lista ugovora, baza podataka Pravno-informacionog sistema Republike Srbije i „Sl. glasnik Republike Srbije”. www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/reg/content/acts?areaId=535&st=true

⁸ Todić, D. (2019): *Investicije i zaštita životne sredine u Srbiji – pravni aspekti*. In: Strane investicije u Srbiji: novi pogledi. Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 103-120, ISBN 978-86-7067-269-7, 114.

⁹ Barro, R. J., Ursúa, J. F. & Weng, J. (2020): „*The coronavirus and the great influenza pandemic: Lessons from the „Spanish flu” for the coronavirus’s potential effects on mortality and economic activity* (No. w26866). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w26866>

¹⁰ World Bank, Global Economic Prospects report (2020), 134.

¹¹ Hanić, A. et al. (2020): *Black Swan in the World Economy 2020*, Monografija, Institut ekonomskih nauka, ISBN 978-86-89465-54-9., 9-28.

¹² Peumans, H. (1965): *Theorie et pratique des calculs d’investissement*. Paris: Dunod l’Economie d’Enterprise, 27.

¹³ Commercial Counsellor at the Austrian embassy in Belgrade, Foreign Direct Investments in Serbia 2001-2011, 2012., 52., Belgrade, April 2012, www.big.co.rs

Kako u literaturi tako i praksi, prisutni su brojni različiti pristupi i viđenja investicija i procesa investiranja, bilo da je reč o domaćoj ili međunarodnoj praksi. Pojedini teoretičari investiranje vide kao značajan faktor privrednog rasta i razvoja koji određuje pravac privrednog razvoja bez obzira na poreklo (interno ili eksterno).¹⁴ Sam proces investiranja odvija se u dužem vremenskom periodu i praćen je neizvesnošću ostvarivanja očekivanih efekata u budućnosti.¹⁵ Investicije su potrebne svim zemljama, a posebno zemljama u razvoju i zemljama u tranziciji. Zemlje u razvoju suočene su sa stalnim nedostatkom kapitala, znanja, savremene tehnologije i domaće štednje. Prilivom stranih investicija došlo bi do povećanja proizvodnje i znanja, zarada, zaposlenosti, izvoza, poreskih prihoda i konkurentnosti.

Između razvijenih zemalja i zemalja u razvoju postoji jaz koji je moguće prevazići na različite načine. Ukoliko postoji veći „gep“ između ove dve grupe zemalja, stvaraju se veće mogućnosti za upotrebu nove tehnologije u nerazvijenim zemljama. Naime, velike investicije, naročito u sektoru prerađivačke industrije, dozvoljavaju značajan priliv novih tehnologija i znanja u privrede tih zemalja, što prati rast produktivnosti prerađivačkog sektora (i rast BDP-a per capita) Nadalje, manje razvijene zemlje „prednost zaostajanja“ sažimaju u visok privredni rast kroz kupovinu gotovih tehnologija i znanja i stoga relativno brzo unapređuju produktivnost i na njoj zasnovan privredni rast. Zapravo, rast prihoda, veća potražnja za tržišnim nišama i promene u tehnologijama omogućavaju jačanje komparativnih prednosti i smanjenje strukturalnih nedostataka koji proizilaze iz ograničenih resursa.

Strane direktne investicije predstavljaju važan element globalne ekonomije. Za neke autore, SDI „doprinosu uključivanju u procese globalizacije i internacionalizacije, povezivanju nacionalnih privreda i integrisanju tranzicionih zemalja u svetske ekonomske tokove.”¹⁶ Drugi autori smatraju da su SDI „jedan od najatraktivnijih oblika međunarodne saradnje i pokretač međunarodne ekonomske integracije i trgovine sa namerom da se ostvare razvojni ciljevi države primaoca.”¹⁷ Štaviše, SDI su često vodeća komponenta strategija ekonomskog razvoja, kako u razvijenim tako i u zemljama u razvoju.¹⁸

Razvoj privrede i društva svake zemlje je veoma važan, a SDI mogu imati značajnu ulogu i predstavljati pomoć ukoliko postoji odgovarajući institucionalni i zakonodavni okvir. U literaturi je ogromna pažnja posvećena odnosu između SDI i ekonomskog rasta. Chudnovsky i saradnici¹⁹, kroz analizu strategije TNK i spoljne trgovine u zemljama Mercosur-a (So-

¹⁴ Stefanovic, M. (2008): *Uticaj stranih direktnih investicija na razvoj nacionalne ekonomije*, EKONOMSKE TEME, Godina izlaženja XLVI, br. 2, 2008., 131-145.

¹⁵ Dašić, B. (2011): *Strane direktne investicije i regionalni razvoj Srbije*. Leposavić: Visoka ekonomska škola strukovnih studija.

¹⁶ Grgurević, N., (2013a): Uticaj direktnih stranih investicija na zemlje u tranziciji, *Anali poslovne ekonomije*, godina V, sveska 1, broj 8, 17-24, 23.

¹⁷ Kastratović, R. (2017): Foreign Direct Investments - The Location Problem, The possibilities of the analytic hierarchy process application, *Bankarstvo*, 2017, Vol. 46, Issue 4, 76-107., 76.

Grgurević, N., (2013b). Uticaj direktnih stranih investicija na zemlje u tranziciji, *Anali poslovne ekonomije*, godina V, sveska 1, broj 8, 17-24, 19.

¹⁸ Jensen, N., M. (2003): Democratic governance and multinational corporations: Political regimes and inflows of foreign direct investment. *International Organization*, 57(3), 587-616.

¹⁹ Chudnovsky, Daniel, and Lopez, Andres (2004): "Transnational corporations' strategies and foreign trade patterns in MERCOSUR countries in the 1990s", *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 28, No. 5, 2004, 65.

uth America's Fractious Trade Bloc) tj. u Argentini, Brazilu, Paragvaju i Urugvaju, ukazuju da „SDI nisu zamena za nedostatak dobre domaće razvojne politike.”

Posle 1980. godine, došlo je do brzog rasta finansiranja privrednih aktivnosti putem SDI koje dobijaju dominantnu ulogu u međunarodnim tokovima kapitala, značaj u poslovnom finansiranju globalne privrede, ali i nacionalnih privreda, posebno u zemljama u razvoju i zemljama u tranziciji.²⁰ SDI, uz međunarodnu trgovinu, postaju osnovni mehanizam globalizacije svetske privrede i poslovanja preduzeća.²¹ Za zemlje u procesu tranzicije, kao što je i Republika Srbija, SDI predstavlja jedan od načina za transfer novih i unapređenih tehnologija i kapitala iz drugih razvijenih država. Ovakav proces ima za posledicu međuzavisnosti razvijenih zemalja i zemalja u razvoju.

U mnogim zemljama, ekonomski rast je podstican sve većom otvorenošću trgovine i zakonskom regulativom tj. državnim politikama koje svaka zemlja preuzima.²² Tako na primer, rast sektora malih i srednjih preduzeća (MSP) direktno stvara korist za državu. Mala i srednja preduzeća su ključ za jačanje produktivnosti,²³ i imaju suštinski značaj za inkluzivniju globalizaciju i rast.²⁴ Love i Roper²⁵ su, pregledom i analizom literature o „izvozu”, „inovacijama” i „rastu MSP”, zaključili da postoji jaka pozitivna povezanost između inovacija, izvoza i performansi MPS, a time i rasta. Drugo, ukazali su da kroz inovacije i izvoz dolazi do poboljšanja performansi tj. da se bez pristupa stranim tržištima ne obezbeđuju prednosti. Konačno, naveli su i postojanje snažne međuzavisnosti u tom procesu. Rezultati istraživanja Zahra i Garvis²⁶, pokazala su postojanje pozitivne veze između napora preduzeća i njegove ukupne profitabilnosti i rasta, čak i na međunarodnom tržištu. Nadalje, Zahra i Georg²⁷ naveli su da, promene koje su se desile u konkurentskom okruženju, kao i međuzavisnost globalne ekonomije utiču da, internacionalizacija postane privlačna za preduzetnička preduzeća. S druge strane, Hitt i saradnici²⁸ mišljenja su da, proučavanjem kretanja u novom konkurentskom okruženju, pomeranje ka globalnom tržištu i njegovo proširenje, utiče na stratešku fleksibilnost i konkurentsku prednost u 21. veku.

²⁰ Janačković M i dr. (2018): *Strane direktne investioije i lokalna finansij ska tržišta*, Ekonomski signali, 13(1): 067-082.

²¹ Bjelic, P.M., Gajic, D., Bakic, D., Popovic, I. & Gnjatovic, M. (2002): *Svetska privreda u infor- matičkoj eri*, Beograd, Institut za međunarodnu politiku i privredu.

²² Chowdhury, A., Mavrotas, G. (2006): „*FDI and Growth: What Causes What?*” *The World Economy*, Vol. 29, Issue 1, pages 1-9.

²³ OECD (2018): *Strengthening SMEs and entrepreneurship for productivity and inclusive growth*, SME Ministerial Conference.

²⁴ OECD (2017): *Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalized Economy*, Meeting of the OECD Council at Ministerial Level, Paris, 7-8 June 2017, 1-24.

²⁵ Love, J. H. and Roper, S. (2015): *SME innovation, exporting and growth: A review of existing evidence*. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(1), 28–48. doi:10.1177/0266242614550190.

²⁶ Zahra, S.A., Garvis, D. M., (2000): „*International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility*”, *Journal of Business Venturing*, Elsevier, 15(5-6), 469-492.

²⁷ Zahra, S.A., George, G. (2002): „*International Entrepreneurship: The Current Status of the Field and Future Research Agenda*”. *Strategic Entrepreneurship: Creating an Integrated Mindset*. Strategic Management Series, Oxford. 255-288.

²⁸ Hitt M. A., Keats B.W., DeMarrie S. M. (1998): *Navigating in the New Competitive Landscape: Building Strategic Flexibility and Competitive Advantage in the 21st Century*. *Academy of Management Executive* 12(4): 22–42.

Vredi napomenuti da postoje brojne makroekonomske studije koje pokazuju postojanje pozitivne veze između privrednog rasta i SDI. Analiziran je uticaj priliva SDI na različite sektore i indikatore kao što su zaposlenost, uvoz, izvoz, itd., a rezultati ukazuju na mogućnost postojanja čvrste veze u odnosu priliv SDI – ekonomski rasta, kao i postojanja pozitivne korelacije u odnosu SDI – održivi razvoj. Teoretski, studije pokazuju da SDI povećavaju ekonomski rast kroz nagomilavanje kapitala i upotrebu novih inputa i novih tehnologija što, nadalje, dovodi do rasta produktivnosti i efikasnosti lokalnih preduzeća. Nasuprot tome, empirijska istraživanja ukazuju na postojanje više različitih ekonomsko-socijalnih indikatora (npr. SDI, BDP i druge kontrolne varijable, veličina tržišta, ekonomske slobode, ljudski kapital, ekonomsko stanje zemlje domaćina, domaće investicije i otvorenost trgovine, privatne investicije, infrastruktura, infacija, stanje spoljnog duga, inflacija, portfolio investicija i dr.) u interakciji sa rastom. Načelno, utvrđeno je da ne postoji pouzdan model, kao i jasno definisani teorijski koraci koji su neophodni za empirijsko istraživanje rasta.

Jagadish Prasad Sahu²⁹ analizirao je ekonomski rast zemlje na osnovu stope rasta realnog BDP-a po glavi stanovnika. Ispitivanjem je obuhvatio 45 zemalja u razvoju sa populacijom od preko 10 miliona za koje su bili dostupni podaci u periodu od 1990 do 2014. godine. Autor je izučavao priliv SDI meren kao procenat BDP zemlje domaćina, polazeći od pretpostavke da velike zemlje primaju više SDI (u apsolutnoj vrednosti) u odnosu na manje zemlje. Kroz dobijene rezultate, pokazao je postojanje značajnog pozitivnog efekta SDI-a na ekonomski rast zemlje domaćina u regionu Azije i Afrike na duži rok. Nasuprot tome, utvrdio je da SDI nemaju značajan uticaj na dugoročni ekonomski rast u regionu Latinske Amerike i Kariba. Pored toga, istakao je značaj heterogenosti između zemljama i dinamičke interakcije između SDI i ekonomskog rasta. Takođe, ukazao je na brži rast zemlje koja raspolaže značajnim prirodnim resursima ili ima relativno demokratskiju vladu. Konačno, zaključio je da postoji obrnuti odnos u obliku slova „U” između domaćih kredita u privatnom sektoru i ekonomskog rasta na dugi rok i da politički sistem postaje važna determinanta ekonomskog rasta.

U nekim slučajevima, SDI mogu da stvore ograničene koristi za zemlju domaćina ili da nisu statistički značajni. Nasuprot tome, kako navodi Kathuria Vinish,³⁰ efekti SDI mogu biti i izvor negativnih uticaja. Načelno, postoje brojni dokazi koji to potvrđuju. Na primer, autor je analizirao prelivanje produktivnosti od transfera tehnologije u proizvodnim kompanijama u Indiji, dok je Gerschewski ispitivao efekte prelivanja u zemljama u razvoju. U oba slučaja, zaključeno je da pri povećanju SDI, produktivnost domaćih preduzeća opada.³¹

Podaci UNCTAD³² takođe ukazuju da investicije mogu imati negativan uticaj na domaću privredu. Objašnjenje za to su slučajevi kada lokalna preduzeća nestaju sa tržišta

²⁹ Sahu, J.P. (2020): Does inflow of foreign direct investment stimulate economic growth? Evidence from developing countries. *Transnational Corporations Review*, 1–18., doi:10.1080/19186444.2020.1833603.

³⁰ Kathuria, Vinish. (2000): „Productivity spillovers from technology transfer to Indian manufacturing firms”, *Journal of International Development* 12: 343–69. Gerschewski, S. (2013): „Do Local Firms Benefit from Foreign Direct Investment? An Analysis of Spillover Effects in Developing Countries”, *Asian Social Science* 9: 67–76.

³¹ Kathuria, Vinish. (2000), 350. Gerschewski, S.(2013), 71.

³² UNCTAD, *Structural Transformation and Industrial Policy*, United Nations, New York, Geneva, 2016., 102.

jer ne mogu da izdrže inostranu konkurenciju. Zapravo, SDI uspostavljaju sektore privrede koji imaju ograničene veze sa domaćim ekonomskim aktivnostima. Pored toga, dolazi do ograničenja dugoročnog ekonomskog rasta tako što se privreda specijalizuje u oblastima kao što su na primer eksploatacija nafte ili rudarstvo.

2.1. Uticaj SDI na ekonomski rast u Republici Srbiji

„Jedan od glavnih razloga zašto investirati u Srbiju je pristup velikom tržištu od preko milijardu stanovnika zahvaljujući međudržavnim sporazumima o slobodnoj trgovini.”
(Dmitar Polovina, 2012)³³

„Srbija je dobro mesto za život i dobro mesto za investicije“
(Vincent Degert, 2012)³⁴

Strane direktne investicije su zapravo „oduvek bile pomalo kontraverzno pitanje posebno u Srbiji, gde su se ekonomisti, ali i pravnici, politikolozi i drugi, često sporili o tome kakvog kvaliteta trebaju da budu investicije, u kom pojavnom obliku je najbolje da dođu, da li donose više koristi ili više štete od domaćih investicija, itd.”³⁵

Prema nekim teoretičarima, ali i prema Zakonu o ulaganjima u Republici Srbiji³⁶ kojim se uređuje pravni okvir za ulaganja, SDI predstavljaju investicije koje inostrani investitor ulaže u osnivanje i izgradnju preduzeća (novog) ili investicije za direktnu kupovinu akcija – „vlasnički udeo” u postojećem preuzeću i postaje vlasnik sa pravom kontrole i upravljanja preduzećem u zemlji domaćinu (stranoj ekonomiji). Zapravo, trajan udeo postoji ako je direktni investitor preuzeo najmanje 10% običnih akcija (ili drugog oblika vlasničkog kapitala) ili glasačkih prava firme direktne investicije.³⁷

U Republici Srbiji sprovedeno je istraživanje u cilju utvrđivanja uticaja SDI na izvoz prerađivačke industrije i identifikovanja efekata horizontalnog i vertikalnog preliivanja na makro i mikro nivou. Istraživanje je obavljeno u periodu od 2009-2013. godine, a uzorak je obuhvatio 23 grane u proizvodnji (makro nivo), uz korišćenje mešovito modela najmanjih kvadrata, i 40 najvećih stranih preduzeća u proizvodnji (mikro nivo). Dosadašnja istraživanja dala su objašnjenje o pozitivnom horizontalnom preliivanju za studije zasnovane na modelu uporednih podataka. Nasuprot tome, kod većine istraživanja zasnovanih na panel podacima utvrđeni su negativni ili zanemarujući efekti preliivanja. Istraživanje, sprovedeno na nivou preduzeća, pokazalo je postojanje horizontalnih i vertikalnih efekata preliivanja.

³³ Director of the Slovenian Chamber of Commerce in Serbia, Foreign Direct Investments in Serbia 2001-2011, 2012., 56, Belgrade, April 2012, www.big.co.rs

³⁴ Head of the EU Delegation to Serbia, jedno od prvih reagovanja posle odluke Evropskog saveta da Srbiji dodeli status kandidata. „Serbia is a good place to live in and a good place to invest in”, 4. Foreign Direct Investments in Serbia 2001-2011., Preuzeto sa: www.big.co.rs

³⁵ Jelisavac Trošić, S. (2019): Strane investicije u Srbiji – novi pogledi, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 1-222., ISBN 978-86-7067-269-7., predgovor urednika

³⁶ „Sl. glasnik RS”, br. 89/2015 i 95/2018. Zakonom su određeni ciljevi (član 2) koji obuhvataju: „unapređenje investicionog okruženja u Republici Srbiji i podsticanje direktnih ulaganja radi jačanja ekonomskog i privrednog razvoja, i rasta zaposlenosti.”

³⁷ Klasifikacije SDI bazirane su na: IMF Balance of Payments Manual, Fifth Edition; BPM5, OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment, Third Edition; i Manual on Statistics of International Trade in Services, sa kojima je usklađena klasifikacija koju primenjuju Eurostat i evropske nacionalne statističke službe.

SDI su kroz efekte vertikalnog preliivanja pozitivno uticale na glavne dobavljače. S druge strane, negativni preliivi uticali su istovremeno na istiskivanje glavnih konkurenata sa tržišta.

U istraživačkom tekstu britanskog časopisa „Fajnenšel tajms“ (eng. *Financial Times*)³⁸ naglašen je neprekidan rast obima SDI od 2015. godine, posebno u proizvodnom sektoru. U periodu od 2012. do 2018. godine, priliv SDI u Srbiji dostigao je nivo od oko sedamnaest milijardi američkih dolara. Nadalje, u tekstu se ukazuje da su vodeći sektori u Srbiji za SDI: industrija automobilskih komponenti, hrana i duvan, tekstil i sektori nekretnina, koji su zajedno imali udeo veći od polovine (54%) u ukupnim ulaznim SDI projektima u 2018. godini. Republika Srbija je privukla je 107 projekata SDI u 2018. godini, odnosno za 26 više nego tokom 2017. godine (ostvaren rast za gotovo jednu trećinu). Zapravo, kako list ističe, Srbija se potrudila da preuzme lidersku poziciju po vrednosti indeksa SDI od Mozambika (zabeleženo pomeranje za jedno mesto u odnosu na prethodnu godinu).³⁹ Polazeći od podataka Narodne banke Srbije (NBS), najveći neto prilivi SDI-a ostvareni su iz Austrije, Norveške, Luksemburga, Nemačke i Italije.

Uloga države bila je presudna za kvalitet stranih investicija. Rezultati SDI su i dalje ispod očekivanja – pored značajnog rasta priliva SDI (Svetska banka, 2018), ostvarene su skromne stope rasta od 0,8 (2015), 2,8 (2016), 2,0 (2017), i 3,0 (2018).

3. GLOBALNA EKONOMSKA KRETANJA I PANDEMIJA COVID-19

3.1. Korona kriza: uzroci, posledice i zahtevi makroekonomske politike

Pojava nove bolesti izazvane koronavirus (Covid-19) vezana je za Narodnu Republiku Kinu i decembar 2019. godine u gradu Vuhanu. Novonastali virus vrlo brzo se proširio izazivajući pandemiju na globalnom nivou. Virus se pojavio i u Evropi tokom februara 2020. godine (Italija, severne pokrajine). Svetska zdravstvena organizacija (eng. *World Health Organization, WHO*) proglasila je pandemiju koronavirusa (Covid-19) u martu 2020. godine. Za Baldwin i di Mauro problem, koji je u početku posmatran kao „kineski,“ a zatim i „italijanski“, ubrzo je postao „svačiji.“⁴⁰

Za Carlsson-Szlezak i saradnike⁴¹ pandemija korona virusom postala je „ekonomska“ zaraza koja se širila veoma brzo kao i sama bolest. Vredi napomenuti da je, pandemija izazvala „poremećaj društva.“ Naime, pandemija Covid-19 je, zbog brzine širenja virusa i njegove mutacije, za veoma kratko vreme dovela do globalne recesije - razmere su nadmašile dva svetska rata, kao i Veliku depresiju tokom prošlog veka.⁴² Gans⁴³ ukazuje da „svet živi u trenutku krize bez presedana,“ i da je pandemija Covid-19 realna kriza sa elementima prirodne

³⁸ Preuzeto sa: www.rts.rs

³⁹ Miletić, M., 210.

⁴⁰ Baldwin, R., di Mauro, B.W. (2020): *Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes*. Centre for Economic Policy Research: London.

⁴¹ Taylor, S. (2019): *The Psychology of Pandemics: Preparing for the Next Global Outbreak of Infectious Disease*. Cambridge Scholars Publishing.

⁴² Tomić, M., Antonijević, M., Pejović, B., (2021): Uticaj pandemije Covid-19 na kretanja SDI – Iskustva Srbije, *Ekonomske ideje i praksa*, br. 42, Septembar 2021., 47-72., 52.

⁴³ Gans, J. (2020): *Economics in the Age of Covid-19*. Cambridge: MIT Press.

katastrofe (usmerena je na ljude) i sprečavanja ekonomskih aktivnosti (primena socijalne distance). Pored toga, autor pokazuje da su „obuzdavanje virusa i pauziranje ekonomije – bez dopuštanja da preduzeća propadnu i ljudi izgube posao – neophodni prvi koraci.”

Pandemija je negativno uticala na ekonomska kretanja, izazvala je veliku smrtnost, ugrozila zdravlje ljudi širom sveta i povećala ekstremno siromaštvo. Naime, došlo je do pada BDP-a i potrošnje, smanjenja zaposlenosti i gubitka radnih mesta, trgovine, putovanja, priliva SDI i dr. U stvari, pandemijska kriza izazvana je potpuno neekonomskim eksternim šokom. Zapravo, spoljni šok izazvala je sama pandemija i neizvesnost vezana za nju, ali i uvođenje strogih mera karantina (institucionalna reakcija države). Stope pada BDP-a su u velikim svetskim ekonomijama prelazile 30% na kvartalnoj osnovi. Imajući u vidu da je BDP najuticajniji pokazatelj ekonomske aktivnosti, kvartalne procene njegovog rasta privukle su pažnju stručne javnosti kako bi se procenio ekonomski uticaj pandemije. U stvari, ceo svet počeo je da trpi posledice pandemije pošto su stope rasta BDP-a bile negativne.

Istovremeno, povećana je neizvesnost vezana za mogućnosti da ekonomske politike odgovore na recesiju. Naime, zadatak ekonomskih politika bio je da pokrenu mere za podsticaj ekonomskih aktivnosti bez obzira na postojanje brojnih ograničenja. Primenjene fiskalne mere imale su zadatak da očuvaju strukturu ponude, što se ispoljilo i na agregatnu tražnju. Makroekonomski troškovi i gubici zdravstvene krize odnosili su se na pad BDP-a, rast stope nezaposlenosti, kao i slabljenje drugih makroekonomskih veličina (fiskalni pokazatelji i pokazatelji eksterne ravnoteže). U suštini, obim fiskalnih mera bio je takav da je u najvećem broju zemalja u 2020. godini bio dvocifreni budžetski deficit.⁴⁴

Baldwin i Weder di Mauro⁴⁵ ukazujući da je potrebo brzo delovanje na ublažavanju ekonomske krize koja je izazvana virusom Covid-19 navode:

„Stvarna opasnost je da virus mutira i inficira naš ekonomski sistem čak i kada uspevamo da ga iskorenimo iz naših tela. Njen ekonomski oblik svakako nije tako smrtonosan, ali ipak može da napravi pravu štetu.

Ekonomisti će prepoznati da problem u oba slučaja – infekcija i recesija – postoje eksterni efekti: akcije koje su pojedinačno savršeno razumne, ali kolektivno štetne.”

3.2. Ekonomska kretanja i SDI u Republici Srbiji pre pandemije Covid-19

Svetska ekonomska kriza odrazila se na tokove SDI u Srbiji u periodu od 2000-2008. godine i pokazala je da „postkrizni” model⁴⁶ privrednog rasta i razvoja koji je primenjen nije održiv. Do blagog pada priliva SDI došlo je tokom 2010. godine, a zatim je nastavljen trend rasta u 2011. godini. Tokom 2012. godine, ostvareni su dobri rezultati u pogledu privlačenja 78 projekata (16,4% na godišnjem nivou) što je omogućilo otvaranje 10.302 novih radnih

⁴⁴ „Prognoze budžetskih deficita Haver Analytics, koje prenosi list Economist od 21. avgusta 2020. iznose 5.3% BDP za Kinu, 9.3% BDP za evrozonu, 15.9% BDP za SAD i 18.1% BDP za Ujedinjeno kraljevstvo.”

⁴⁵ Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes, Edited by Richard Baldwin and Beatrice Weder di Mauro, 2020., 1-227, London, EC1V 0DX, UK, ISBN: 978-1-912179-29-9.

⁴⁶ Bajec, J. (2010): Postkrizni model ekonomskog rasta i razvoja Srbije, 2011-2020. Beograd, Avgust, 2010., „Makroekonomski trendovi i analize“, Ekonomski institut u Beogradu i „Kvartalni monitora ekonomskih trendova i politika“ Fond za razvoj ekonomske nauke, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu, str. 8.

mesta.⁴⁷ Podaci iz izveštaja UNCTAD-a⁴⁸, govore da je priliv SDI iznosio skoro 2.3 mlrd US\$ za 2016. godinu, tj. polovinu ukupnih SDI u region Jugoistočne Evrope. Značajna stagnacija u dinamici priliva stranih direktnih ulaganja zabeležena je od 2013–2016. godine, da bi se u 2017. godini, a posebno u toku 2018. godine ostvario skok (2,8 mlrd. US\$ i 4,1 mlrd. US\$ respektivno).⁴⁹

Empirijska istraživanja privrednog rasta i ekonomskih kretanja Srbije u periodu od 2015-2019. godine pokazala su da postoje faktori koji mogu dovesti do usporavanja privrednog rasta Srbije (tabela 1).

Tabela 1. Faktora usporavanja privrednog rasta Srbije (period od 2015–2019.)

	2015-2019.			
	Vrednost faktora			Uticaj na umanjeње rasta BDP-a Srbije (p.p.)
	Srbija	CIE	Razlika	
Stopa investicija (% BDP-a)	18,8	21,6	2,8	0,22
Vladavina prava i kontrola korupcije (WGI)	-0,24	0,58	0,82	1,14
Obrazovanje (prosečne godine školovanja)	11,1	12,3	1,2	0,21
				Izgubljeni godišnji rast Srbije (p.p.)
Ostvareni godišnji rast BDP-a (%)	3,1	4,0	0,9	1,6

Izvor: Petrović, P., Gligorić Matić, M. (2021). *Konvergencija periferije ka razvijenoj EU i faktori koji je opredeljuju: Empirijsko istraživanje i implikacije za Srbiju*, monografija, 1-274, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet Beograd, 227.

Tabela 1. pokazuje faktore usporavanja rasta BDP-a u Srbiji u periodu od 2015.-2019. godine. Konkretno, ukupan uticaj u prethodnim godinama iznosio je 1,6 p.p. (u tabeli – izgubljeni godišnji rast Srbije). U suštini, to pokazuje da bi godišnji rast BDP-a Srbije od 2015. do 2019. bio u proseku oko 4,7% umesto 3,1% da je zemlja imala iste standarde u pogledu vladavine prava i kontrole korupcije, poboljšanja obrazovanja i investicija, koji važi u CIE. Za ubrzanje rasta BDP-a per capita u Srbiji neophodno je unapređenje institucija, obrazovanja, kao i povećanje stope investiranja. Veliki problem predstavlja emigracija visokoobrazovanog stanovništva u zemlje Zapadne Evrope. Ovaj trend je započeo sredinom 2000-ih i dalje se nastavlja.

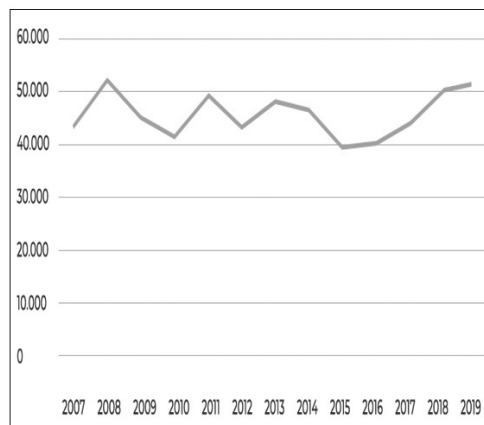
Na grafikonu 1. predstavljen je BDP-a Srbije u periodu od 2007. do 2019. godine (beleži rast do 2008., pad tokom 2010., 2012. i 2015. i ponovni rast od 2016. do 2019.). U tom smislu, punopravno članstvo u EU omogućilo bi Srbiji sticanje ekonomskih pogodnosti (kumulativni rast BDP-a, produktivnosti i stepena zaposlenosti), grafikon 2.

⁴⁷ Ernst & Young's attractiveness survey (2013), UK.

⁴⁸ <https://unctad.org>

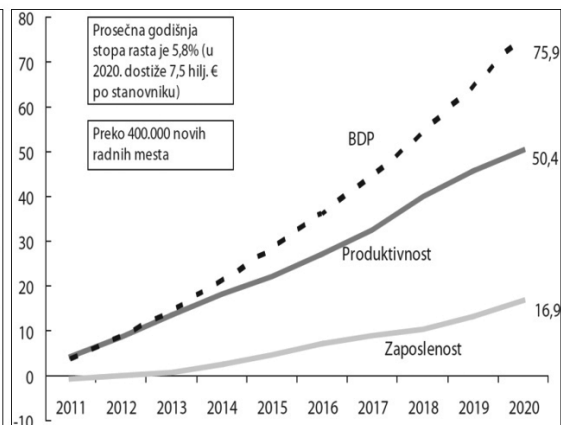
⁴⁹ UNCTAD (2019).

Grafikon 1. Rast BDP-a Srbije (u mil. US\$, po tekućim cenama)



Izvor: ZSRS.

Grafikon 2. Kumulativni rast BDP-a, produktivnosti i zaposlenosti, 2011-2020. (u %)



Izvor: Ekonomski institut, Ekonomski fakultet, Postkrizni model ekonomskog rasta i razvoja 2011-2020

4. STRANE DIREKTNE INVESTICIJE (SDI) I EFEKTI PANDEMIJE COVID-19 U REPUBLICI SRBIJI U DOBA KORONA KRIZE

Efekti krize prouzrokovane pandemijom Covid-19 vezani su za pad ukupnog priliva SDI na globalnom nivou za 42% u 2020. godini u poređenju sa istim periodom 2019. godine.⁵⁰ Prema podacima MMF za 2021. godinu, od januara 2020. i juna 2020. godine, u razvijenim zemljama, predviđao se najveći pad ekonomskog rasta od 2019. do sredine juna 2020. godine, pri čemu i prognoze o oporavku tokom 2021. godini nisu bile optimistične. Naime, prisutni su negativni efekti prouzrokovani pandemijom kako u horizontalnim, tako i u vertikalnim SDI. Zapravo, vidljiv je trend smanjenja investicija u industrijama okrenutim ka potrošačima u sektoru turizma, maloprodaje i veleprodaje i dr.

U Srbiji ostvaren je realni pad BDP-a od 1,1%, bruto investicije u osnovna sredstva za-beležile su realni pad od 2,8% u 2020. godini u odnosu na 2019. godinu, dok je učešće bruto investicija u osnovna sredstva u BDP-u u toku 2020. godini iznosi 21,7% (grafikon 3). U tom smislu, u 2021. godini paketi ekonomske pomoći vredni 2,2 milijarde evra pogodio bi porastu BDP-a u Republici Srbiji u tekućoj godini.⁵¹ U Revidiranoj fiskalnoj strategiji za 2020. godinu sa projekcijama za 2021. i 2022. godinu.⁵² Vlada je ukazala na postojanje rizika za koje „nema sistematizovanih podataka, pa se njihov uticaj sagledava na osnovu bliže prošlosti.”⁵³

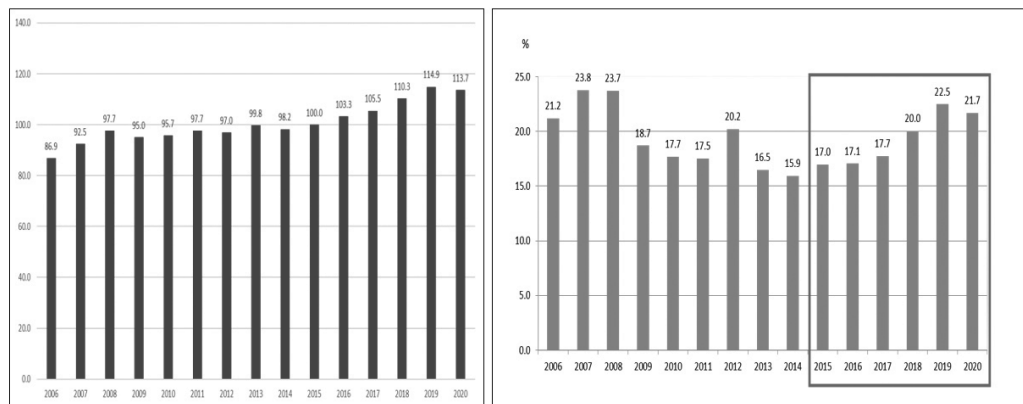
⁵⁰ World Bank, Global Economic Prospects report (2020).

⁵¹ NBS, Makroekonomska kretanja u Srbiji (2021).

⁵² Službeni glasnik RS, br. 80 od 8. novembra 2019.

⁵³ Vlada Srbije 2020a, str. 74.

Grafikon 3. BDP (u stalnim cenama) i učešće bruto investicija u osnovna sredstva u BDP-u



Izvor: www.stat.gov.rs

Tomić i grupa autora⁵⁴ u analizi SDI-a, koristili su tri modela da bi utvrdili efekat Covid-19 u Srbiji. Naime, autori su pokazali da postoji statistički značajan i negativan uticaj na BDP po glavi stanovnika na nivou pouzdanosti od 90%. Nasuprot tome, uticaj Covid-19 na izvoz, nije statistički značajan. Rezultati ukazuju, a oni zaključuju, da jedinični rast SDI dovodi posledično do većeg rasta uvoza u odnosu na izvoz.

ZAKLJUČAK

Investicije predstavljaju značajan faktor ekonomskog rast i razvoja. Naime, one su dodatni investicioni kapital (naročito važan za zemlje sa malim obimom domaće štednje) bitan za pokretanje novih privrednih aktivnosti (u proizvodnom ili uslužnom sektoru) ili povećanje postojećih, kao i za prelivanje tehnologija, znanja i produktivnosti.

Priliv SDI može imati promenljiv uticaj na privredni rast i zavisi od zemlje do zemlje. Među autorima postoji polarizovan stav o važnosti SDI: neki ih vide kao sredstvo koje ima značajne veze sa napretkom, drugi kao opciju prinude, a malo njih vidi SDI kao dobre ako im se pravilno pristupi. U skladu sa navedenim, nobelovac Stiglitz (2010), navodi primer Indonezije i industriju za preradu nafte, gde su SDI pogodovale zemlji domaćina i ističe da su SDI značajne samo u onim slučajevima u kojima dolazi do prenosa znanja odnosno tehnologije i iskustva.

Teorijska i eksperimentalna istraživanja pokazala su da SDI mogu imati pozitivan efekat na ekonomski rast (ekonomiju zemlje domaćina).

Stvaranjem povoljnog ambijenta za poslovanje privrede, na makro planu, obezbeđuje se ravnopravan položaj privrede Republike Srbije na svetskom tržištu. Proces privatizacije i celokupna privredna transformacija, uticale su na promenu strukture preduzeća. Sprove-

⁵⁴ Tomić, M., Antonijević, M., Pejović, B., (2021). Uticaj pandemije COVID-19 na kretanja SDI – Iskustva Srbije, EKONOMSKE IDEJE I PRAKSA, BR. 42, septembar 2021., 47-72., 48.

dene reforme dovele su do stabilizacije makroekonomskih pokazatelja. Uloga države bila je presudna za kvalitet stranih investicija. Rezultati SDI su i dalje ispod očekivanja – pored značajnog rasta priliva SDI (Svetska banka, 2018), ostvarene su skromne stope rasta od 0,8 (2015), 2,8 (2016), 2,0 (2017), i 3,0 (2018).

Pojava pandemije izazvane korona virusom Covid-19 donela je veliku neizvesnost kako u pogledu trajanja, tako i u pogledu intenziteta. Zdravstvena kriza prouzrokovala je ekonomsku krizu. U tom smislu, došlo je do smanjenja ekonomskih aktivnosti i ekonomskog pada i recesije na globalnom nivou. Nobelovac Vernon Smit, na samom početku pandemije, ukazuje na značajno povećanje javnog duga i postojanje inflatornih rizika (npr. smanjenja proizvodnje).

REFERENCE

- Bajec, J. (2010): Postkrizni model ekonomskog rasta i razvoja Srbije, 2011-2020. Beograd, Avgust, 2010., „Makroekonomski trendovi i analize“, Ekonomski institut u Beogradu i „Kvartalni monitora ekonomskih trendova i politika“ Fond za razvoj ekonomske nauke, Ekonomski fakultet Univerzitet u Beogradu, str. 8.
- Baldwin, R., di Mauro, B.W. (2020): Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes. Centre for Economic Policy Research: London.
- Barro, R. J., Ursúa, J. F. & Weng, J. (2020): „*The coronavirus and the great influenza pandemic: Lessons from the „Spanish flu” for the coronavirus’s potential effects on mortality and economic activity* (No. w26866). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w26866>
- Bjelic, P.M., Gajic, D., Bakic, D., Popovic, I. & Gnjatovic, M. (2002): *Svetska privreda u informacionoj eri*, Beograd, Institut za međunarodnu politiku i privredu.
- Chowdhury, A., Mavrotas, G. (2006): „*FDI and Growth: What Causes What?*,” *The World Economy*, Vol. 29, Issue 1, pages 1-9.
- Chudnovsky, Daniel, and Lopez, Andres (2004): “Transnational corporations’ strategies and foreign trade patterns in MERCOSUR countries in the 1990s”, *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 28, No. 5, 2004, 65.
- Commercial Counsellor at the Austrian embassy in Belgrade, Foreign Direct Investments in Serbia 2001-2011, 2012., 52., Belgrade, April 2012, www.big.co.rs
- Dašić, B. (2011): *Strane direktne investicije i regionalni razvoj Srbije*. Leposavić: Visoka ekonomska škola strukovnih studija.
- Ernst & Young’s attractiveness survey (2013), UK.
- Gajić, M. (2019): *Ekonomске slobode i strane direktne investicije*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 1-222., ISBN 978-86-7067-269-7, 121-133, 131.
- Gans, J. (2020): *Economics in the Age of Covid-19*. Cambridge: MIT Press.
- Gerschewski, S. (2013): „Do Local Firms Benefit from Foreign Direct Investment? An Analysis of Spillover Effects in Developing Countries”, *Asian Social Science* 9: 67–76.
- Grgurević, N., (2013): Uticaj direktnih stranih investicija na zemlje u tranziciji, *Analiza poslovne ekonomije*, godina V, sveska 1, broj 8, 17-24.
- Hanić, A. et al. (2020): *Black Swan in the World Economy 2020*, Monografija, Institut ekonomskih nauka, ISBN 978-86-89465-54-9., 9-28.

- Hitt M. A., Keats B.W., DeMarrie S. M. (1998): Navigating in the New Competitive Landscape: Building Strategic Flexibility and Competitive Advantage in the 21st Century. *Academy of Management Executive* 12(4): 22–42.
- Ibreljić, I., Nuhanović, S. (2011). Stojanovic, D., Ilic, B., Mihajlovic, D. (2017): „Strane direktne investicije u ostvarivanju ciljeva održivog razvoja lokalnih zajednica u Srbiji”, *Ecologica*, 86, 265-271.
- Janačković M i dr. (2018): *Strane direktne investioije i lokalna finansij ska tržišta*, Ekonomski signali, 13(1): 067-082.
- Jelisavac Trošić, S. (2019): *Strane investicije u Srbiji – novi pogledi*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 1-222., ISBN 978-86-7067-269-7., predgovor urednika
- Jensen, N., M. (2003): Democratic governance and multinational corporations: Political regimes and inflows of foreign direct investment. *International Organization*, 57(3), 587-616.
- Kastratovic, R. (2016): „*Uticao stranih direktnih investicija na privredni i društveni razvoj Srbije*”, *Bankarstvo*, vol. 45, br. 4/2016, 92.
- Kastratović, R. (2017): Foreign Direct Investments - The Location Problem, The possibilities of the analytic hierarchy process application, *Bankarstvo*, 2017, Vol. 46, Issue 4, 76-107., 76.
- Lista ugovora, baza podataka Pravno-informacionog sistema Republike Srbije i „Sl. glasnik Republike Srbije”.
- Love, J. H. and Roper, S. (2015): SME innovation, exporting and growth: A review of existing evidence. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(1), 28–48. Miletić, M. (2019): *Grinfilid investicije kao razvojna šansa Republike Srbije*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 1-222., ISBN 978-86-7067-269-7, 209-218.
- *Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes*, Edited by Richard Baldwin and Beatrice Weder di Mauro, 2020., 1-227, London, EC1V 0DX, UK, ISBN: 978-1-912179-29-9.
- NBS (2021): *Makroekonomska kretanja u Srbiji*.
- OECD (2017): *Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalized Economy*, Meeting of the OECD Council at Ministerial Level, Paris, 7-8 June 2017, 1-24.
- OECD (2018): *Strengthening SMEs and entrepreneurship for productivity and inclusive growth*, SME Ministerial Conference.
- Peumans, H. (1965): *Theorie et pratique des calculs d'investissement*. Paris: Dunod l'Economie d'Enterprise, 27.
- Saini, Neha, and Monica Singhanian (2018): „*Determinants of FDI in developed and developing countries: A quantitative analysis using GMM*,” *Journal of Economic Studies* 45: 348–82.
- Sahu, J.P. (2020): Does inflow of foreign direct investment stimulate economic growth? Evidence from developing countries. *Transnational Corporations Review*, 1–18., doi:10.1080/19186444.2020.1833603.
- „Sl. glasnik RS”, br. 89/2015 i 95/2018. Zakonom su određeni ciljevi (član 2) koji obuhvataju: „unapređenje investicionog okruženja u Republici Srbiji i podsticanje direktnih ulaganja radi jačanja ekonomskog i privrednog razvoja, i rasta zaposlenosti.”

- Službeni glasnik RS”, br. 80 od 8. novembra 2019.
- Stefanovic, M. (2008): *Uticaj stranih direktnih investicija na razvoj nacionalne ekonomije*, EKONOMSKE TEME, Godina izlaženja XLVI, br. 2, 2008., 131-145.
- Taylor, S. (2019): *The Psychology of Pandemics: Preparing for the Next Global Outbreak of Infectious Disease*. Cambridge Scholars Publishing.
- Todić, D. (2019): *Investicije i zaštita životne sredine u Srbiji – pravni aspekti*. In: Strane investicije u Srbiji: novi pogledi. Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 103-120, ISBN 978-86-7067-269-7, 114.
- Tomić, M., Antonijević, M., Pejović, B., (2021): Uticaj pandemije Covid-19 na kretanja SDI – Iskustva Srbije, *Ekonomске ideje i praksa*, br. 42, Septembar 2021., 47-72.
- UNCTAD (2016): *Structural Transformation and Industrial Policy*, United Nations, New York, Geneva, 102.
- UNCTAD (2019).
- Vlada Srbije 2020a, str. 74.
- Vinish, K. (2000): „Productivity spillovers from technology transfer to Indian manufacturing firms”, *Journal of International Development* 12: 343–69.
- World Bank (2020): *Global Economic Prospects report*
- Xiaoying Li (2005): „*Foreign Direct Investment and Economic Growth: An Increasingly Endogenous Relationship*”, *World Development*, Volume 33, Issue 3, March 2005, 393-407., 393.
- Zahra, S.A., Garvis, D. M., (2000): „*International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility*”, *Journal of Business Venturing*, Elsevier, 15(5-6), 469-492.
- Zahra, S.A., George, G. (2002): „*International Entrepreneurship: The Current Status of the Field and Future Research Agenda*”. *Strategic Entrepreneurship: Creating an Integrated Mindset*. Strategic Management Series, Oxford. 255-288.

Srdjan P. Nikolic
Ivana Nikolic

339.727.22(497.11)2020/...”
330.34(497.11)2020/...”
DOI: 10.5937/MegRev2203199N
Pregledni naučni članak
Primljen 19.07.2022.
Odobren 03.09.2022

IMPACT OF FDI ON ECONOMIC GROWTH IN THE REPUBLIC OF SERBIA IN THE AGE OF CRISIS CAUSED BY THE PANDEMIC COVID-19

Abstract: *There is no general conclusion in the literature that foreign direct investment (FDI) contributes to the growth of the host country. The relationship between FDI and economic growth and their complexity is the most debated topic among economists. A significant number of studies conducted in the last few decades show how FDI boosts a country's economic development: it usually has a positive effect on the host country, although in some cases it can create limited benefits or even negatively affect the host country. The Covid-19 pandemic, viewed as an exogenous economic shock, has globally shown a significant negative impact and threat to the economy and financial markets, causing economic decline and recession. There was a significant decrease in GDP and consumption, a drop in labor supply and production, and a decrease in total FDI inflows at the global level by 42% in 2020 compared to 2019. The paper analyzes the impact of FDI inflows on economic growth in the Republic of Serbia during the crisis caused by the Covid-19 pandemic. By monitoring the flow of FDI inflows, it was determined that during 2018 and 2019 there was an increase in the level of investments (over 20% of GDP), while in 2020 there was a decrease in them (GDP of 1%). To accelerate the growth of GDP per capita in Serbia, it is necessary to improve institutions, education, as well as increase the investment rate.*

Keywords: *foreign direct investments (FDI), economic growth, Republic of Serbia, Covid-19 pandemic*

Snežana Aleksić*

336.74(497.113)17/1918”
336.748(436-89)17/1918”
DOI: 10.5937/MegRev2203215A
Primljen 29.12.2021.
Odobren 04.02.2022.
Pregledni naučni rad

NOVAC U OPTICAJU, MONETARNA POLITIKA I DRŽAVNI DUGOVI U SREMU OD SREDINE XVIII VEKA DO PRISAJEDINJENJA KRALJEVINI SHS

– *prilog ekonomskoj istoriji Srema* –

Sažetak: *O materijalnom stanju Srba u Sremu u periodu od XVIII veka do prisajedinjenja Kraljevini Srba Hrvata i Slovenaca u nas nije puno istraživano i raspravljano. U vremenskom obuhvatu ovog rada Srem je bio sastavni deo prvo Habzburške, potom Austrougarske monarhije. Kako su ekonomske prilike u uskoj vezi sa ekonomskom politikom države, ovim radom nastoje se pomoću hronološke restrospektive identifikovati i objasniti ključni događaji koji su uticali na monetarnu politiku, novac u opticaju, kao i na državne dugove koji su opterećivali svakog stanovnika Monarhije. Stoga je cilj ovog rada da produbi znanja o ekonomskim prilikama koje su od sredine XVIII veka do prisajedinjenja Kraljevini SHS bili svakodnevnica Srpske dijasporu u Sremu, a kako bi se posmatrano iz ekonomske perspektive razumeli poznati istorijski događaji.*

Ključne reči: *Srem, novac u opticaju, državni dugovi, forinta, srebro, zlato*

* dr, asistent, Univerzitet MB Beograd, Teodora Drajzera 27, 11000 Beograd, e-mail: snezanaaleksic3@gmail.com

1. UVOD

Prostor Srema u periodu od sredine XVIII veka do prisajedinjenja Kraljevini SHS, kompaktno je naseljen Srbima, koji kao državljani prvo Habzburške a potom Austrougarske monarhije na ovom prostoru žive i rade. Istorijska nauka tvrdi da su Srbi prečani, u ovom slučaju Sremci, materijalno pomagali finansirali Srpske ustanke tokom poznatih događaja i buna u vezi oslobođenja od Turske okupacije. Poznato je i to da je po oslobođenju Srbije, veliki broj Srba prečana učestvovao u izgradnji i pokretanju privrednog života Kneževine Srbije, dok je ostalo manje poznato ili čak i nepoznato kakve su ekonomske prilike bile u preko -prečanskim krajevima pod krunom Habzburga. O materijalnom stanju Srba u Sremu u nas nije puno istraživano i raspravljano.

2. NOVAC U OPTICAJU, MONETARNA POLITIKA I DRŽAVNI DUGOVI U DRUGOJ POLOVINI XVIII V.

Glavni novacu Sremu uvreme Marije Terezije bili su talirikonvencijska marka. Kasnije, prema istorijskoj belešci iz 1777, "u opticaju je jedino austrijski novac, izuzevši holandske dukate I nemački konvencijski novac. Zlatni I srebrni novac bili su potpuno jednaki, 1000 forinti u srebru nisu ni bolji ni gori od 1000 forinti u zlatu."¹ Prema istom izvoru, vrste I vrednosti novca u opticaju 1777. godine bile su:

- Carski ili austrijski gulden (tj. forinta) vredi isto koliko I rajanski gulden (forinta) ili komad od dve trećine. On se sastoji od 20 carskih groša, ili od 60 krajcara.
- Krajcare – najviše su prisutne kovanice po 20 krajcara, koje i dupo 3 u jednu forintu, I komadi od 17 krajcara.
- Talir - iako je prema zvaničnoj monetarnoj politici u opticaju bio i Austrijsk italir koji je vredeo 2 forinte, isto koliko i saksonski i bavorski, ovaj novacse, kao i gulden (forinta) nije mogao videti u Granici.
- Dukati – Zlatni novac, postojale su tri vrste:
 - kremnički od 4 forinte 18 krajcara,
 - carski od 4 forinte 16 krajcara,
 - holandski od 4 forinte 14 krajcara.

Kod prva dva (kremnički i carski) postoje dvostruki (dupla težina – dupla vrednost), ali i šestostruki dukat koji vredi šest puta više od običnog (jednostrukog).

Državno mintervencijom, Ediktom od 1. maja 1771. godine povećana je vrednost zlatnog novca, tako da su sa ovom merom 32.000 dukata vredele 33.000 dukata. Patentom od 18. aprila 1777. godine dozvoljen je izvoz svih vrsta zlatnog novca, ali je za porobljenu Srbiju, tada Tursku, ostao zabranjen. Odliv novca u Tursku bio je jedan od problema sa kojim se Monarhija uvođenju monetarne politike susretala. Naročiti problem predstavljalo je krijumčarenje novca. "Od 1741. do 1773. godine, dakle za 32 godine, iskovano je u austrijskim kovnicama celihipo ½ talira ili forinti, najviše za 107.000.000 forinti, ali, svisu oni delimično i tajno preneseni u Tursku gde su bili u opticaju. Krajcara u apoenu od 17 (sedamnaestak) u Sremu držana je za najbolji novac, no, i ove kovanice su tajno prenošene u Tursku, gde su pretapane,

¹ Taube F.V. (1998.): *Istorijski i geografski opis Kraljevine Slavonije i vojvodstva Srema*, Novi Sad, 97

tj. korišćene kao sirovina od koje su kovani turski pijasteri (tj. groši), koji su imalivrednost od 1 forinte i 7 ½ krajcara.”² Iako je izvoz svog austrijskog novca bio zabranjen pod pretnjom konfiskacije, istorijski izvori upućuju da je novac uporno krijumčaren preko reke Save, o čemu ufondou “Zemunski magistrat” između ostalih svedoči i jedna krivična istraga koja je pokrenuta 1784. godine protiv graničara Veliže Aćimovića iz Progara i zemunca Pavla Maksimovića zbog krijumčarenja novca.³ Austrija je patentom od 18. aprila 1777.godine dozvolila izvoz svih vrsta zlatnog novca, osim za Tursku, gde je iznošenje austrijskog novca najstrože zabranjeno. Za plaćanje trgovačkog bilansa sa Turskom služio je isključivo austrijski talir, koji je kovanu Beču. No, bez obzira na sve mere koje su preduzimane, “austrijske zemlje su trpele gubitak od 2.000.000 forinti u trgovini s Turskom, u kojoj je monetarna politika poverena Jevrejima. Turski novac je bez izuzetka u svim zemljama austrijskog doma potpuno zabranjen pod pretnjom konfiskacije. Ruske rublje su u austrijskim zemljama od 1770. godine bile na zluglasu, zato što im je od 1758.godine smanjena unutrašnja sadržina”⁴; odnosno, realna vrednost. Uperiodu 1790-1792. tokom kratkotrajne vladavine cara Lepolda II, državnidug Habzburške monarhije iznosio je 390.130.000 forinti. Vrednost papirnog novca u opticaju (banko-cedulje) koje je izdavala Bečka banka (osnovana 1762.) iznosile su 26.700.000 forinti. Leopoldov naslednik, Franja II izdao je naređenje Bečkoj banci da nastavi štampu papirnog novca, koji je Monarhiji bio potrebanza finansiranje ratova. Ukupni troškovi Monarhije za vreme prvog koalicijskog rata (1792-1797.) iznosili su 679.018 forinti. Novcem je finansirana vojska, dakle, i naši Sremci-graničari. U tim ratnim vremenima konverzija u metalni novac, odnosno, otkupljivanje banknota i njihova zamena metalnim novcem gotovo je potpuno zaustavljena. ⁵Država jeBečkoj banci 1797. godine dala pravo restrikcije, što je značilo da ne mora donosiocu njenih banknota isplatiti u metalnom novcu njihovu nominalnu vrednost, i ona je izdala toliko banknota da im je vrednost početkom XIX veka jako pala. Uperiodu 1793-1798. količina papirnog novca u austrijskim zemljama iznosila je 91.861.000 forinti, a državni dug 572.044.000 forinti. ⁶Osim iscrpljujućih ratova koji su krajem XVIII veka dovelido novčane krize, udarna ekonomiju u Sremu dodatno su pospešile velike krize izazvane nerodicom,⁷ (ali i bolestima – epidemijama pošasnih razmera.⁸ Francuska revolucija 1789. godine, te ratovi sa Napoleonom tokom posledenije decenije XVIII veka izmenili su sliku Evrope.

3. NOVAC U OPTICAJU, MONETARNA POLITIKA I DRŽAVNI DUGOVI UXIX VEKU

Ratovi i prekrajanje državnih granica nastavljani su i tokom prve decenije XIX veka. Sa zauzećem stre, Dalmacije i krajeva južno od Save (današnja Hrvatska) Francuzi su uspostavili

² *Ibid.*

³ IAB-10- *Zemunski magistrat* - 1398-4-389

⁴ Taube F.V. (1998): 97

⁵ Kolar-Dimitrijević M. (2013):*Povijest novca u Hrvatskoj*, Zagreb, 56

⁶ Ilić Ž.T. (1955):*Građa iz zemunskih arhiva*, Knj.1, 1804-1808., Istorijski arhiv Beograda, Beograd, 615-616

⁷ Момировић П. (1995):*Стари српски натписи и записи*, Књ. 2, Нови Сад, 40,123-124,127-128

⁸ *Ibid.*, 132-149

li svoju vladavinu. U osvojenim oblastima u opticaj su pustili francuski papirni i kovani novac. Sa zauzećem navedenog prostora Francuzisu 1809. godine prekinuli trgovački rečni i kopneni put koji je vodio od plodonosnih ravnica Srema i Banata ka italijanskom tržištu – trgovački put koji je povezivao Podunavlje sa Jadranom. U novonastalim okolnostima cesaro-kraljevski novac naglo je gubio na vrednosti, a zlato i srebro postaju tražena roba.

Tabela 1: Zlatni novac u opticaju prema vrednostina dan 1. X 1804. godine

Nazivnovca	Vrednostnovca
Seferin (austrijskizlatninovac)	23 pijastera
Danskidukat	5 forintiili 10 ¼ pijastera
Venecijanskidukat (cekin) { kovalaih Austrija do 1822. kao trgovačkinovac}	9 pijastera
Holandskidukat {austrijski, kovando 1875. kao trgovačkinovac}	8 ¼ pijastera
Cesarskidukat (austrijski)	8 pijastera
Fonduklidukat (turski, iz 18. veka)	8 ¼ pijastera
Stambolskidukat (turski)	6 pijastera
Misirskidukat (turski)	5 ¼ pijastera

Izvor:Autor, prema podacimaIlićŽ. T. (1955): 615-616

Tabela2 : Srebrni novacu opticaju i njegova vrednost u periodu 1804-1808. godine

Nazivnovca	Vrednostnovca
Rajanska forinta	60 krajcara (20 srebrnihgrošića ili 100 denaria)
Srebrnigrošić	3 krajcara (5 denaria)
Petak	5 krajcara ¹
Šestak	6 krajcara
Sedmak	7 krajcara
Osmak	8 krajcara
Desetak	10 krajcara
Dvanaestak	12 krajcara
Petnaestak	15 krajcara
Šesnaestak	16 krajcara
Sedamnaestak	17 krajcara
Dvadesetak (cvancik)	20 krajcara
Tridesetak (poluforinta)	30 krajcara
Talirterezijanskiilevantinski	2 forinte
Talirkrunski	1,5 forinte
Pijaster - turskigroš	40 para
1 forinta	1,5 pijastera (tuskihgroša)

Izvor:Autor, prema podacima Ilić Ž. T.,(1955): 616

Osim na bojištima sa kojih se uglavnom povlačila kao gubitnik, Austrija je na unutrašnjem planu doživljavala dramatične poremećaje. "Napoleon je od Beča zatražio ratnu odštetu od 40.000.000 franaka, a Austrija je pride 1805. godine izgubila Belgiju i Milano, Istru,

Veneciju, Dalmaciju i Boku Kotorsku, svo jadransko ostrvlje, zbog čega su prihodu 1806. godini u odnosu na prethodnu godinu bili manji za 32 %. U 1809. godini državni dug iznosi je 630.897.000 forinti, a državni prihodi iznosili su samo 31.092.000 forinti godišnje.⁹Iste godine Austrija se graničila sa Francuskom na reci Savi, kod Jasenovaca, a zbog gubitka prekosavskih krajeva (danas Hrvatska) državni prihodi Beča u 1810. godini smanjeni su na samo 26.148.000 forintigodišnje.”¹⁰ Stanje na području čitavog Austrijskog carstva pa tako i u Sremu bilo je loše. Inflatornirast cena gotovo sve robe bio je dinamičan, te je tako “jedanvo 1810. godine stajao 1.000 forinti, lakatsuk na 100 forinti, par čizama 80 forinti. Godine 1811. u prometu je bilo 1.060.798.753 forinti papirnog novca, i zbog te količine on je izgubio 80-90% svoje vrednosti.”¹¹ Početkom 1811. godine “kurs banknota bio je 13 puta manji, tj. 13 forinti u banknotama vredelo je samo 1 forintu u srebru. Tada je nastupilo bankrotstvo. Uredbom od 20.februara 1811.godine promenjene su u dotadašnje banknote za druge državne papirne novce, tj. šajne, tako da je 1 forinta šajna vredela 5 forinti u banknotama.”¹² Ovom uredbom je određeno da forinta šajne vrede kao konvencijski novac bečke vrednosti. Od sredine marta 1811.godine svi porezi i ostala davanja državi morali su se plaćati u novcu bečke vrednosti. Banko-cedulje (šajne) ostale su u opticaju do 31. januara 1812. godine, a do tada ih je stanovništvo moglo zamentiti novim ceduljama u odnosu na 5 banko-cedulja (šajni) za jednu otkupnu. Stare banko-cedulje proglašene su tako nevažećim, a stari bakrenjaci bili su povučeni. Jedna forinta u banko-ceduljama vredela je samo 12 umesto 60 krajcara. Od 1.februara 1812. godine otkupne cedulje su trebale postati jedino platežno sredstvo. Štampane su u apoenima 1,2,5,10,100 i 500 forintiu ukupnoj vrednosti 212.159.750 forinti, čime je raniji novac dodatno izgubio još 4/5 svoje vrednosti. Međutim, trebalo je osigurati konverziju otkupnih novčanica u metalnu monetu. Kako bi se pružila garancija za otkupne novčanice, finansijska uprava je predložila davanje državnih hipoteka uzakup. Po preporuci finansijskih savetnika car Franja I opteretio je hipotekama crkvenu imovinu na području Monarhije. Iz istih razloga car je 13. januara 1810. godine odredio da se prodaju zlatni i srebrni predmeti iz crkava i kapela. Monetarna politika znatno je kasnila zbog nesuglasica Dvorske komore i Kancelarije kao i otpora crkvenih ustanova.¹³

Ratovi sa Francuzima još nisu bili završeni. Nakon poraza Napoleona u Rusiji, Austrija se 1813. pridružila koaliciji Velike Britanije, Rusije i Pruske u borbi protiv Napoleona. Sremci –graničari su ponovo upućeni na bojište. Nastupile su godine ukrojima je Francuska počela da gubi osvojene teritorije. Međutim, monetarni problem Austrijskim zemljama nije bio rešen. “Bečka vlada je ukazom od 16. aprila 1813. izdala novi papirni novac u iznosu 45.000.000 forinti pod imenom ‘vađevina’. Bile su to anticipacijske cedulje - hartije od vrednosti u smislu državnih zapisa, koje su se trebale otplatiti tokom narednih dvadeset godina. Godišnje je trebalo biti isplaćivano 3.750.000 forinti, za čije pokriće je trebao poslužiti

⁹ Kolar-Dimitrijević M. (2013): 60-62

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Ibid.*

¹² Ilić Ž.T. (1955): 615-616

¹³ Više v.: Kolar-Dimitrijević M. (2013):65-66

prihod od poreza na zemlju - zemljarina. Međutim, uvrlo kratkom vremenu su se ove 'vađevine' pokazale nedovoljnim, pa ih je tajno izdato još 100.000.000 forinti. Tajnog doštampavanja bilo je potom još u nekoliko navrata, tako da je na kraju 1816. godine anticipacijskih otkupnih novčanica bilo 470.000.000 forinti. Iako se zvanično nije znalo da je toliko novca u opticaju, njegova stvarna vrednost 1815. godine iznosila je 315.000.000 forinti."¹⁴ Na vrednost novca uticali su ratovi sa Francuzima. Tako je "7.marta 1815 godine 100 forinti. u srebru vredelo koliko i 272 forinti šajni, a kada narednog dana po Beču pronela vest da je Napoleon pobjegao sa Elbe, šajne (asignati) su palina 297 forinti a posle dva meseca na 398 forintiza 100 foriti u srebru."¹⁵

Austrija od 1816.godine popravlja svoje finansije. Novacu opticaju imao je vrednost koja je iznosila samo 20-30% nominalne vrednosti, pa se sa takvim novcem nije moglo trgovati. Represivna politika uništila je ekonomiju i vrednost novca, i mada je rat bio završen, standard ljudi se nije poboljšao a privreda nije imala snage za razvoj. Očekivanja da će novi papirni novac povećane vrednost i uhvatiti korak sa kovanim srebrnim novcem nije se ispunila, a nepoverenje zbog čestih izmena vrednosti i manipulacija papirnim novcem neprestano je raslo."¹⁶

Istorijska ves tiz 1817. godine svedoče da je na prostoru Srema u opticaju bilo i turskog i austrijskog novca. U sudskom procesu zemunski "trgovac Miloš Urošević i kupinovački trgovac Jovica Adamović poravnali su se tako da ovaj drugi plati prvom u roku od 3 meseca 5.276 pijastri duga kao i 197 forinti i 27 krajcara bečke vrednosti sudskih troškova."¹⁷

Nakon "Proleća naroda" – revolucija koje su se rasplamsale 1848. godine, slika Evrope se izmenila. Prostor Srema, Banata i Bačke uz rešenje nacionalnih pitanja, zahtevao je i bolji standard, veća politička prava, veću sigurnost. Kako je ovaj prostor bio podeljen na civilni i vojni deo, ova pitanja subila još složenija."¹⁸

Prinudni kurs novčanica – ažija, uveden je Vladinim cirkularom 22. maja 1848. godine, a koji praktično više nije bio ukinut do propasti Monarhije.¹⁹ Godine 1850. "250 forinta-šajni vredelo je 100 forinti u srebru. Tek od novembra 1858. godine uvedena je austrijska novčana vrednostpo kojoj je 1 forinta vredelo 100 krajcara, 1 forintasrebra = 2,5 forinta-šajni, 100 forinti srebrnih = 105 forinti austrijske vrednosti; 100 forinta-šajna = 42 forinta austrijske vrednosti."²⁰ Period srebrne ažije 1848-1878. godine ispunjen je uzaludnim pokušajima da se sredi valutna situacija. Reforme preduzete 1855. godine, kao i reforme 1862/63 godine, nisu imale velikog uspeha.

Neracionalna monetarna politika monarhi je kroz neefikasne, čak i kroz pogrešno sprovedene mere, uočavala se i kroz odnos izdanih novčanica odstrane države (Staatsno-

¹⁴ *Ibid*, 67

¹⁵ Ilić Ž.T. (1955): 615-616

¹⁶ Kolar-Dimitrijević M. (2013): 73

¹⁷ IAB-10- *Zemunski magistrat* -2063-0-

¹⁸ Više v.: Gavrilović S. (1963):*Srem u revoluciji 1848-49*, SANU, Knj. 43, Beograd

¹⁹ Šrajgenberg A. (1952):*Kritike i prikazi: Hundert Jahre Österreichischer Wirtschaftsentwicklung Wien 1949*, Istorijiski časopis br. 3/1951-1952, 352-354

²⁰ Ilić Ž.T. (1955): 615-616

ten) i banaka (Banknoten), kao i kroz odnos papirnog novca i metalne monete. Uporedo sa opticajem banknota uperiodu 1849-1854. godine uprometu je bio i državni, samo papirni novac. Godine 1854. preduzete su mere usporazumusa Nacionalnom bankom radi otklanjanja raznolikosti papirnog novca u opticaju, a kako bi se povratilo poverenje u austrijsku valutu. Povlačenje državnih novčanica (Staatsnoten) i njihova razmena ubanknote značili su za bankunovu akumulaciju: do 2 oktobra 1855.godine predato joj je 18.000.000 forinti od sume dobije ne na carinama i 92.000.000 forinti od nacionalnog zajma koji je bio raspisan carskim patentnom 26.juna 1854. godine.Valutno-tehnički uspeh deflacione reforme iz 1862/63. koji je značio liberalnistatutza Nacionalnu banku isužavanje opticajnih sredstava, nije predstavljao nikakav uspeh u smislu dobijanja poleta za narodnu privredu. Kao što je to obično kod deflacije, povećanje vrednosti novčanica nije imalo za posledicu srazmerno sniženje cena i drugih tereta stanovništva. Reforma je bila praćena vrlo teškom depresijom. "Ukoliko je srebrna ažija opadala utoliko suteže pritiskali poreski tereti. Od 1866. opetse pojavljuje pored banknota itzv. državne novčanice (Staatsnoten), što je značilo novo obezvređenje austrijske valute. Odgovarajućim robnim prometom u toku privrednog poleta 1868-1873. poboljšana je prometna vrednost novca, ali je u opticajusamo državnih novčanica ostalo između 312-412 miliona forinti sve do 1892. kada je izvršena nova reforma."²¹

Do 1866. godine najveći problem predstavljali su državni dugovima, koji su se gomilali na sve strane. Krajem 1847. godine država je bila dužna Privilegovanoj austrijskoj nacionalno banci (osnovanoj 1816.) 47.000.000forinti, a 1855.godine dug je iznosio 260.000,000 forinti. Iste godine, sporazumom od 18. oktobra, radi namirenja duga, država je predala banci državna dobra uvrednosti od 156.000.000 forintina uživanje s'pravomna prodaju.²²

Uperiodu odkraja XVIII do sredine XIX veka kod Srpskih narodnih fondova u Karlovačkoj Mitropoliji, koji su najpre ustanovljeni radi osnivanja škola i pripomoći Srpskom narodu u Habzburškoj monarhiji, država, koja se upočetku energično protivila osnivanju Srpske narodne blagajne²³,potom se kodiste, preko Bečke i Ugarske dvorske komore javlja kao značajni poverilac. Srpski narodni fondovi i fondacije u navedenom periodu izuzetno dobro posluju.²⁴ Njima je upravljao mitropolit i narodni asistenti. Uvećavali su svoj kapital uglavnom preko davanja hipotekarnih zajmova, sa zakonskom kamatom od 6%. Država je zahvaljujući svojoj nadmoći, kod Srpskih narodnih fondova, na štetu samih fondova, (*Srpskog naroda – podvukla S.A.*), sredstva uzimala sa značajno manjom kamatnom stopom u odnosu na tada Zakonom propisanu. Od 1793. do 1837. godine iz Srpskih narodnih fondova i fondacija kreditirana je Habzburška država u ukupnom iznosu od 184.094 forinti 10 krajcara kroz više pojedinačnih zajmova, uz prosečnu kamatnu stopu od 2,33%.

Državni dugovi, "koji znače najpovoljniju priliku za stavljanje društvenog aparata pod vlast pojedinih kapitalista bili su stalni pratioci monarhije. Od 1848. do 1867. godine samo kamate i otplate iznosile su trećinu državnog rashoda. Da bi udovoljila svojim obavezama,

²¹ Šrajgenberg A. (1952): 352-353

²² *Ibid.*

²³ Šviker J.H. (1998):*Politička istorija Srba u Ugarskoj*, Novi Sad – Beograd, 86

²⁴ Više v.: Gavrilović S. (2009):*Studije iz privredne i društvene istorije Vojvodine i Slavonije od kraja XVIII do sredine XIX veka*, Novi Sad, 305-319

država je bila prisiljena da pored podizanja novih zajmova i zahvata u valutu prodaje državna dobra.

Tabela 3: Zajmovi države kod Srpskih narodnih fondova u period od 1793 do 1837. godine

KORISNIK ZAJMA	Godina uzimanja zajma	Iznos zajma (forinti)	Kamata %	DAVALAC ZAJMA
Bečka gradska banka	1800	23,100.00	2.50	Neprikosnovenifond
Bečka dvorska komora	1808	2,500.00	1.75	Neprikosnovenifond
Bečka dvorska komora	1810	200.00	2.25	Neprikosnovenifond
Ugarska dvorska komora	1794	24,400.00	1.50	Neprikosnovenifond
Ugarska dvorska komora	1798	10,500.00	1.50	Neprikosnovenifond
Ugarska dvorska komora	1800	10,000.00	1.50	Neprikosnovenifond
Ugarska dvorska komora	1805	5,500.00	1.50	Neprikosnovenifond
Ugarska dvorska komora	1806	5,000.00	1.50	Neprikosnovenifond
Ugarska dvorska komora	1797	4,000.00	1.50	Neprikosnovenifond
Ugarska dvorska komora	1811	513.00	1.50	Neprikosnovenifond
Bečka dvorska komora	1829	9,300.00	5	Klirikalniškolskifond
Državnidružničkifond	1829	43,600.00	5	Klirikalniškolskifond
Ugarska dvorska komora	1797	7,000.00	2.50	Klirikalniškolskifond
Ugarska dvorska komora	1795	5,800.00	2.50	Klirikalniškolskifond
Bečka dvorska komora	1799	6,000.00	2.50	Fondacija episkopa M. Putnika
Bečka dvorska komora	1804	1,000.00	2.50	Fondacija episkopa M. Putnika
Ugarska dvorska komora	1804	2,400.00	5.00	Fondacija Alumneuma (Blagodjejanija)
Ugarska dvorska komora	1799	8,000.00	2.50	Božičeva fondacija
Ugarska dvorska komora	1793	9,665.00	2.50	Depozitsrem-skihmanastira za zlato isrebro, koje sudalidržavi
Ugarska dvorska komora	1799	1,685.00	2.50	Depozitsrem-skihmanastira za zlato isrebro, koje sudalidržavi
Ugarska dvorska komora	1835	630.00	2.52	Fondacija milosrdnih priloga
Bečka dvorska komora	1835	448.00	1.75	Fondacija milosrdnih priloga
Ugarska dvorska komora	do 1837	2,853.10		Depozitna zlato isrebro raznihlica, datih crkvi ^{2*}

Izvor: Autor, prema podacima Gavrilović, (2009): 310-314

Od 1867. godine dugovisu u odnosu na tadašnji privredni rast bili u opadanju, ali je njihov apsolutni porast bio mnogo većinego ranije (uvećana je količina novca). Prilikom

rada državne komisije na unificiranju državnih dugova evidentirana je 101 vrsta dugova sa 107 pododeljaka, koji su glasili na 3 valute i imali 15 različitih kamatnih stopa, od 1 do 6%. Godine 1866. državni dug iznosio je 2.692.067.000 forinti,²⁵ a u 1874. godini ukupni državni dug iznosio je 2.605.000.000 forinti.²⁶ Državni dugovi, nestabilna finansijska i monetarna politika, posle Austro-Ugarske a potom Ugarsko-Hrvatske nagodbe (1867-9.) kulminiraju nepoverenjem, suprotstavljenim političkim stavovima i realnim, finansijskim interesima Austrije i Ugarske kao državotvornih partnera. Ekonomska kriza tada u fokus stavlja prirodni resurs ogromne materijalne vrednosti – šume u Sremuna prostoru Vojne granice, na koje je formalno pravo i odlučivanje o eksploataciji imala Austrija, pošto je teritorija Vojne granice bila u njenom sastavu. Uvidevši da može ostati bez udela nad ovim prirodnim resursom koji je imao izuzetno visoku finansijsku vrednost, Ugarska ulaže značajne napore u cilju ukidanja Vojne granice kao sistema, čime bi bila ukinuta dominacija Austrije na ovom prostoru. "Austrijski parlament 27.3.1871. na svojoj sednici povodom raznih smanjenja i povećanja kvota plaćanja unutar dvojne Monarhije konačno predaje Vojnu granicu Ugarskoj. Granica je tako definitivno ukinuta 8. 8. 1873. godine."²⁷

Nakon pada cene srebra na svetskom tržištu, od 1870, usledio je period kada je postalo rentabilno kupovanje srebra u inostranstvu i kovanje uzemlji. Kovanje novca dozvoljeno je privatnicima. U periodu 1873-1876. godine u opticaju je bilo 8.500.000 forinti, a godine 1879. u opticaju je bilo 64.500.000 forinti. Da bi se sprečilo dalje pogoršanje kursa forinti u odnosu na valute zemalja sa zlatnom podlogom, 1879. godine zabranjeno je kovanje srebra privatnicima. U periodu od 1866-1887, koji karakteriše rast zlatne ažijske, Monarhija sa dva centra zauzela je dva oprečna stava. Ugarska u kojoj su dominirali veletrgovci žitom i veleposednici, kao pretežno agrarna zemlja bila je za vreme rastuće zlatne ažijske u odnosu na inostranstvo saglasna sa tim stanjem, jer je ono značilo povećanje eksporta žita. Austrija u kojoj preovladavaju industrijalci, suprotno Ugarskoj, tražila je da se izvrši valutna reforma. Kada je zlatna ažijska od 1888. počela da pada, pogodila je baš one kojisu od porasta imali i koristi. Ugarsko ministarstvo finansija počelo je 1890. da kupuje zlato imenja stav prema novčanoj politici. Godine 1892. u Austrougarskoj je prihvaćen zlatni standard. Uvedena je nova valuta kruna (Nemački)/ korona (Mađarski). Kruna se delila na stotice koji se zvao heler (Nemački.) ili filer (Mađarski), a kod Srba u Sremu - filir. Odnos nove valute – krune u odnosu na prethodu – forintu bio je 2 krune = 1 forinta. Forinta, na srebrnoj bazi valute, od 1900. godine povučena je iz opticaja, kada je kruna postala jedina važeća valuta u carevini. Valutna reforma 1892. donela je realno određivanje odnosa između dotadašnjeg papirnog novca i nove zlatne krune, kao i uspešnu kupovinu zlatne rezerve. Međutim, usledile su i negativne posledice nove ažijske 1892-1894. godine izazvane svetskom kreditnom krizom, depresijom koja je vladala još od 1873. i trajala sve do 1896. godine. Sa ciljem prevazilaženja platno-bilansnih poteškoća u nastojanju da akumulira gotovinu, na prelasku XIX u XX vek država pokreće (ras)prodaju zemljišnog resursa koji je u Zemljišne knjige uveden u njeno

²⁵ Šrajgenberg A. (1952): 354

²⁶ Matković P. (1874): *Nacrt Austro-Ugarske monarhije*, Zagreb, 69-70

²⁷ Čosić I. (1997): *Slavonska vojna krajina i selo Strošinci kao njen dio*, Hrašće časopis za književnost, umjetnost, kulturu i povijest, Drenovci, br. 7-8/1997, 62-63

vlasništvo.²⁸ U ulozi kupaca obrelo se uglavnom domicijalno stanovništvo onih katastarskih opština gde su prodaje državnog zemljišta sprovedene.²⁹

4. Od početka XX veka do 1920. godine

Finansijska kriza 1905-1907. godine prekida kratkotrajnu konjukturu, a potom pad deviznih rezervi 1912-1913. godine najviše pogađa neposredne proizvođače i široke mase potrošača, kojima je svaka promena u vrednosti novca "kao prometnog sredstva za reprodukciju života, a ne kapitala, značila ugrožavanje golog opstanka."³⁰ Tokom 1913. godine zbog epidemilološke situacije usled izbijanja kolere, svi sajmovi i sva trgovišta u Sremu bili su preko 6 meseci zatvoreni, što se direktno odrazilo na ekonomiju stanovništva.³¹ Veliki rat, naročito u periodu od decembra 1914. do maja 1916. godine kada je svo Srpsko stanovništvo iz jugoistočnog Srema po nalogu Austrougarskih vojnih vlasni internirano u Slavoniju, kao i na ostalim srpskim prostorima donosi totalni krah ekonomije, i uopšte, životnih prilika.³² Nakon svršetka rata, 1918. godine na području novoosnovane Kraljevine SHS, u delovima koji su se Kraljevini pridružili kao krajevi bivše Austrougarske, valuta kruna je bila prihvaćena kao kruna Srba, Hrvata i Slovenaca. Ona je zamenjena 1920. godine dinarom u odnosu 1 dinar : 4 krune.

5. ZAKLJUČAK

Bez obzira što istorijska literatura uglavno favorizuje Habzbušku, potom Austrougarsku monarhiju kao uređenu državu, posebno u pogledu zakonodavstva i načinima sprovođenja pozitivnog prava, u pogledu na vođenu ekonomsku politiku, naročito kada je reč o monetarnoj politici, Monarhija nije pokazala posebne rezultate i ne može se smatrati uspešnom. Državni dugovi, nestabilan kurs novca u opticaju urušavali su iznutra ovo moćno carstvo. Novac koji je od sredine XVIII veka do 1920. godine bio u opticaju u više navrata obezvređivan je inflacijom uzrokovanom različitim razlozima i kao takav nije bio pogodno sredstvo za akumulaciju kapitala. Stoga ne iznenađuje što su Sremci umesto gotovine koristili druge načine da stečeni imetak sačuvaju. Naročito na prelazu XIX u XX vek, kada stanovništvo Srema višak vrednosti ne čuva u novcu, već ga transformiše u nekretnine, bilo u građevinske objekte ili zemljišni resurs, o čemu, naročito za prostor istočnog Srema, obilato svedoče Zemljišne knjige koje se danas čuvaju u Istorijskom arhivu Beograda.

LITERATURA

- Алексић С. (2018): *Илијина прича*, Нови Сад
- Gavrilović S. (1963): *Srem u revoluciji 1848-49*, SANU, Knj. 43, Beograd

²⁸ IAB – 2140 – *Boljevci – ZKUL 205 – Erar krajski zemaljski*

²⁹ IAB-2140-*Zemljišne knjige*: Batajnica, Bežanija, Bečmen, Boljevci, Dobanovci, Zemun, Jakovo, Petrovčić, Progar, Surčin, Ugrinovci

³⁰ Šrajgenberg A. (1952):353

³¹ *Izveštaj o stanju Županije Srijemske za upravnu 1913. godinu*, Vukovar 1914.

³² Više v.: Алексић С. (2018): *Илијина прича*, Нови Сад

- Gavrilović S. (2009): *Studije iz privredne i društvene istorije Vojvodine i Slavonije od kraja XVIII do sredine XIX veka*, Novi Sad
- *Izveštaj o stanju Županije Srijemske za upravnu 1913. godinu*, Vukovar 1914.
- Ilić Ž.T. (1955): *Građa iz zemunskih arhiva*, Knj.1, 1804-1808., IAB, Beograd
- Kolar-Dimitrijević M. (2013): *Povijest novca u Hrvatskoj*, Zagreb
- Matković P. (1874): *Nacrt Austro-Ugarske monarhije*, Zagreb
- Момировић П. (1995): *Стару српски натписи и записи*, Књ.2, Нови Сад
- Taube F.V. (1998): *Istorijski i geografski opis Kraljevine Slavonije i vojvodstva Srema*, N. Sad
- Ćosić I. (1997): *Slavonska vojna krajina i selo Strošinci kao njen dio*, Hrašće časopis za književnost, umjetnost, kulturu i povijest, Drenovci, br. 7-8/1997, 62-63
- Šviker J.H.(1998): *Politička istorija Srba u Ugarskoj*, Novi Sad – Beograd
- Šrajgenberg A. (1952): *Kritike i prikazi: Hundert Jahre Österreichischer Wirtschaftsentwicklung Wien 1949*, Istorijски časopis br. 3/1951-1952, 352-354

Arhivska građa – Istorijски arhiv Beograda

- IAB-10- *Zemunski magistrat* - 1398-4-389
- IAB -10- *Zemunski magistrat* -2063-0-
- IAB -2140-*Zemljišne knjige: Batajnica, Bežanija, Bečmen, Boljevci, Dobanovci, Zemun, Jakovo, Petrovčić, Progar, Surčin, Ugrinovci*
- IAB – 2140 – *Zemljišne knjige: Boljevci – ZKUL 205 – ”Erar kraiški zemaljski”*

Snežana Aleksić

336.74(497.113)“17/1918”

336.748(436-89)“17/1918”

DOI: 10.5937/MegRev2203215A

Primljen 29.12.2021.

Odobren 04.02.2022.

Pregledni naučni rad

**MONEY IN CIRCULATION, MONETARY POLICY
AND GOVERNMENT DEBT IN SREM FROM THE MIDDLE
OF THE 18TH CENTURY TO THE ACCESSION
TO THE KINGDOM OF SCS**

Summary: *The material condition of Serbs in Srem in the period from the 18th century until the annexation of Croats and Slovenes to the Kingdom of Serbs in our country has not been much researched and discussed. In the time scope of this work, Srem was an integral part of first the Habsburg, then the Austro-Hungarian monarchy. As economic circumstances are closely related to the economic policy of the state, this paper seeks to identify and explain the key events that influenced monetary policy, money in circulation, as well as government debts that burdened every inhabitant of the Monarchy. Therefore, the aim of this paper is to deepen the knowledge of economic circumstances that were commonplace of the Serbian Diaspora in Srem from the middle of the 18th century until the accession to the Kingdom of Serbs, Croats and Slovenes, in order to understand known historical events from an economic perspective.*

Keywords: *Srem, money in circulation, government debts, forints, silver, gold*

Sladana Neogradi*
Sladana Vujić**
Vladan Pantović***

005.311:336.717.061
005.334:336.77
DOI: 10.5937/MegRev2203227N
Primljen 09.05.2022.
Odobren 20.12.2022.
Originalni naučni rad

KREDITNA ANALIZA NA BAZI PARAMETARA U EVROPSKOM BANKARSTVU

Sažetak: *Predmet istraživanja, u ovom radu, odnosi se na definisanje metodologije za izradu kreditne analize i procena stepena kreditnog rizika. Istraživanjem predmeta rada, ukazuje se na proces obrade kreditnog zahteva i margine prihvatljivog i neprihvatljivog rizika. Stepenn kreditnog rizika od strane banke predstavlja rezultat njenih preferencija na odnos likvidnosti i profitabilnosti. Prikazan je metodološki okvir istraživanja na konkretnoj kompaniji u evropskoj banci i rezultate finansijske analize, koji se obavezno posmatra u komparativnom kontekstu u kome se želi utvrditi pozicija preduzeća u grupi bliskih preduzeća, odnosno u sektoru i grani kojoj pripada korisnik kredita. Neophodna je i dodatna opreznost u korišćenju finansijskih izveštaja, a odnosi se na njihovu verodostojnost i verifikovanost od strane nezavisne revizije. Autori ukazuju na sam proces obrade kreditnog zahteva, postupak analize finansijskih izveštaja u cilju relevantnog sagledavanja kreditne sposobnosti korisnika kreditnih proizvoda.*

Ključne reči: *kredit, kreditna analiza, kreditni rizik, kreditni proces, procena kreditne sposobnosti*

* Docent, Adddiko Bank, Beograd, Srbija, sneogradi@gmail.com

** Vanredni profesor, Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd, Srbija, sladjanakonto@gmail.com

*** Docent, Univerzitet Union – Nikola Tesla, Fakultet za informacione tehnologije i inženjerstvo, Beograd, Srbija, vladan@pantovic.rs

1. KREDITNA ANALIZA I UPRAVLJANJE KREDITNIM RIZIKOM

U razvijenim tržišnim uslovima je potrebna suptilnija analiza finansijske snage preduzeća, da bi se uz minimizaciju rizika postigla adekvatna stopa rentabilnosti kreditnih plasmana. Banke su u poziciji da respektuju sledeće činjenice: prvo, da postoji visok nivo kreditne tražnje; drugo, banke su ograničene u kreditnoj aktivnosti limitiranim obimom kreditnih potencijala; treće, prema banci postoje visoki pojedinačni kreditni zahtevi. Vodeći računa o tim činjenicama, banke koriste analitičku metodologiju zasnovanu na standardizovanim kriterijumima, da bi na osnovu procene kreditne sposobnosti zajmotražioca došle do kreditnih rangova koji bi bili osnov za alokaciju kredita u korist performansi zajmotražioca. Ostvarivanje prosperiteta u globalizovanoj privredi je vezano za stvaranje što povoljnijih uslova u kojima kompanije mogu unaprediti svoju produktivnost¹. Analiza kreditne sposobnosti zajmotražioca, osnova na kojoj treba da se zasniva i izvede ocena o njegovoj kreditnoj sposobnosti, neophodno je uzeti u obzir sve okolnosti koje su od uticaja na takav sud. Pri tome je neophodno analizirati sve pojave vezane za prošlost i sadašnjost zajmotražioca. Analizom treba obuhvatiti i buduće uslove poslovnog ambijenta zajmotražioca srazmerno dužini nameravanog perioda kreditiranja.²

Evaluacija kreditne sposobnosti zajmotražioca se definiše kao finansijska analiza u kojoj se sistematično ispituju i interpretiraju prikupljene informacije, da bi se ocenile prošle i današnje performanse zajmotražioca, kao i njegova perspektiva u budućnosti. Analitičke tehnike koje se primenjuju u finansijskoj analizi su brojne. Podaci neophodni za finansijsku analizu:³

- Set finansijskih izveštaja - Bilans stanja, Bilans uspeha, Izveštaj o novčanim tokovima, Izveštaj o promenama na kapitalu, Napomene (beleške) uz finansijske izveštaje;
- Podaci iz finansijske štampe i elektronskih medija;
- Informacije koje se odnose na ukupnu nacionalnu privredu
- Primena Međunarodnih računovodstvenih standarda (IAS, IFRS) treba da rezultira dobijanjem finansijskih informacija, tj. finansijskih izveštaja, čije su osnovne odlike: razumljivost, važnost, pouzdanost i uporedivost.

Instrumenti finansijske analize:⁴

- Opšta analiza finansijskih izveštaja;
- Racio analiza finansijskih izveštaja;
- Analiza neto obrtnog kapitala;
- Analiza novčanih tokova.

¹ Tošović-Stevanović A., Jurčić A., Rabrenović M. (2017) Kulturološki aspekti menadžmenta i njihov uticaj na konkurentnost zemalja, *Megatrend revija*, vol. 14, br. 3, str. 149-163

² Đukić Đ., Bjelica V., Ristić Ž., 2003, *Bankarstvo*, Beograd

³ Neogradi S. (2002), „Kreditna analiza i njena primena u jugoslovenskom bankarstvu, Magistarski rad, Ekonomski fakultet, Beograd.

⁴ Rašević I, Raketić O. (2017), Instrumenti finansijske analize u oceni boniteta preduzeća na primeru 'Metalac' a.d. Gornji Milanovac. *Serbian Journal of Engineering Management*.

Kreditni rizik je mogućnost da kreditni dužnik neće moći ili hteti da otplati glavnicu kredita, kamate ili oboje, zbog čega će kreditor pretrpeti gubitak.⁵ „Upravljanje rizikom je kompleksan i sveobuhvatan proces koji obuhvata stvaranje odgovarajućeg okruženja, održavanje efikasne strukture upravljanja rizikom, praćenje i ublažavanje rizičnih aktivnosti i uspostavljanjem adekvatnog okvira internih kontrola.“⁶

Kreditni rizik je mogućnost da kreditni dužnik neće moći ili hteti da otplati glavnicu kredita, kamate ili oboje, zbog čega će kreditor pretrpeti gubitak. Kreditni rizik se, dakle, javlja usled neizvesnosti da će dužnik ispuniti svoju obavezu.⁷ Da bi održalo svoju likvidnu sposobnost, preduzeće mora da raspolaže na odgovarajućem računu minimalnim iznosom likvidnih sredstava.

Ukoliko drži veći obim novca u odnosu na optimalni, preduzeće će imati oportunitetne troškove na nivou izgubljenog prihoda usled nekamatonosnih ili minimalno kamatonosnih zaliha likvidnog novca. U uslovima držanja ispod optimalnog nivoa likvidnog novca, preduzeće će imati troškove plaćanja kaznenih kamata na korišćenje kredita za likvidnost i/ili će usred narušavanja ranga kreditne sposobnosti biti prinuđeno da plaća povišene kamate na redovne kredite. Putem analize likvidnosti preduzeća, banke procenjuju profil poslovne politike zajmotražioca, ekonomisanje sredstvima i stepen rizika prenošenja nelikvidnosti komitenta na poslovni sistem banke. Poseban naglasak na likvidnost kao kriterijum kreditne sposobnosti treba da ima bankarski sistem u ekonomijama koje se preorijentišu na jačanje tržišnih parametara privređivanja, uvođenjem oštrih sankcija za finansijsku nedisciplinu. Održavanje likvidnosti je složen proces, pošto je likvidnost determinisana brojnim faktorima u okviru bilansne strukture, aktive i pasive. Jedan od mogućih pristupa rešavanju problema likvidnosti banke je pristup pul sredstava banke („*pool of funds approach*“)⁸.

S obzirom da postoji mnogo vrsta dužnika, od individua do vlada, kao i da postoje različite obaveze, od kredita do derivata, kreditni rizik se javlja u više formi. U tradicionalnom bankarstvu kreditni rizik predstavlja najvažniju vrstu rizika. Efekat uvođenja preciznih standarda i ograničenja za ulaganje kao i efekat diversifikacije su zapravo samo prethodni koraci za upravljanje kreditnim rizikom.

Uvođenjem ovih ograničenja smanjuje se u velikoj meri kreditna izloženost jer pre svega utvrđuje se dovoljna mogućnost diversifikacije. Dakle, na izvestan način sužava se prostor za ostvarivanje veće zarade. Takođe, kao metod za upravljanje kreditnim rizikom često se koristi model spajanja kredita i sredstava obezbeđenja i njihova prodaja na tržištu u paketu.⁹

Uprkos inovacijama u području finansijskih usluga, kreditni rizik je još najznačajniji pojedinačni uzrok stečaja banaka. Razlog je u tome što se više od 80% bilansa banke u principu odnosi na ovaj vid upravljanja rizicima.

U svom širem smislu kreditni rizik označava i rizik od smanjenja kreditnog rejtinga dužnika ili izdavaoca hartija od vrednosti, pri čemu se povećava verovatnoća neplaćanja i/ili

⁵ Levi, M.D. (2005). *International Finance*, Routledge, Taylor & Francis Group, London.

⁶ Casu B., Girardone C. and Philip M., (2006.), *Introduction To Banking*, Prentice Hall, London.

⁷ Ćurčić U., 2002, *Bankarski portfolio menadžment strategijsko upravljanje bankom, bilansom i portfolio rizicima banke*, Feljton, Novi Sad

⁸ Graddy, D., Spencer, A., (1990),: „*Managing Commercial Banks Community, Regional and Global*“, PrenticeHall, Englewood Cliffs, New Jersey.

⁹ Đukić, Đ., Bjelica, V., & Ristić, T. (2003). *Bankarstvo*. Beograd: Ekonomski fakultet.

gubitka uloženog novca. Izloženost kreditnom riziku se u savremenom bankarskom poslovanju meri procenom očekivanog gubitka po određenoj investiciji na osnovi kvantitativne analize, pri čemu očekivani gubitak po ovoj vrsti rizika zavisi od tri komponente:¹⁰

- verovatnoće da suprotna strana neće podmiriti obavezu na ugovoreno vreme i način, bilo u vremenu trajanja obaveze ili u određenom vremenskom periodu (npr. 1 godina – očekivana *default* frekvencija)

- iznosa gubitka koji bi se ostvario u slučaju nepoštovanja ugovora od suprotne strane, potencijalne izloženosti banke neplaćanju na određeni datum u budućnosti.

Rast OTC tržišta jedan je od glavnih razloga uvođenja obaveze držanja kapitala na temelju rizika. Bankama je određeno držanje kapitalnih rezervacija na temelju rizika. Kreditni derivati su najnoviji instrument za upravljanje kreditnim rizikom. Glavni cilj kupaca zaštite je hedžing kreditnog rizika koji je prisutan u kreditnoj aktivni. Izvršava se nakon stupanja kreditnog događaja kao što je stečaj, nepalaćanje i restrukturiranje.

2. KARAKTERISTIKE EVROPSKOG BANKARSTVA

Evropsko bankarstvo počev od 1990. godine doživljava veliku promenu. Dolazi do prestrukturiranja bankarskog sektora. Na ovaj proces konsolidacije u bankarstvu delovalo je uvođenje zajedničke valute, a drugi faktor je novi Bazelski sporazum koji je motivisao finansijske institucije da vrše adekvatnije formiranje kapitala. Došlo je do smanjenja broja banaka. Kamatna marža kao najbitniji pokazatelj u bankama, pod uticajem konkurencije, gubi na težini u odnosu na nekamatnosne izvore prihoda. Provizije su jedan od izvora prihoda čiji se rast beleži. Banke su sve više bile motivisane na kvalitet porfolija i efikasniju kontrolu rizika.

Kriza javnog duga u zemljama Evropske unije i način njenog rešavanja su aktivirali veliki problem. Naime, 26. oktobra 2011. godine Evropski savet je doneo odluku da se koeficijent kapitalne adekvatnosti na nivou osnovnog kapitala uveća na 9% do 30. juna 2012. godine. Evropsko regulatorno telo za bankarstvo (European Banking Regulatory Authority) je 8. decembra 2011. godine objavilo formalne preporuke i konačne podatke o potrebnim sredstvima za dokapitalizaciju.

Banke se upućuju da iskoriste privatne izvore finansiranja dodatnog kapitala: reinvestiranje profita, redukciju isplata za bonuse, nove emisije običnih akcija i „ostale mere upravljanja pasivom“. EBA je saopštila i iznos potrebnog dodatnog kapitala i po zemljama i po bankama. Uticaj krize na svaku pojedinačnu zemlju zavisi od potencijala rasta, rentabilnosti i rizika njihovih bankarskih sistema. Što je niži potencijal rasta i rentabilnost bankarske delatnosti – to je veća verovatnoća povlačenja kapitala. Kritično je važan i nivo kreditnih rizika.

Moguće su tri osnovne strategije povećanja kapitalne adekvatnosti.¹¹

Prva strategija može biti uvećanje kamatne marže povećanjem kreditnih (aktivnih) kamatnih stopa radi uvećanja i kasnijeg reinvestiranja neto profita.

Druga strategija može biti uvećanje osnovnog kapitala emisijom novih akcija uz zadržavanje postojeće strukture aktive. Ova strategija je povezana s prvom strategijom utoliko više što bi povećanje kamatne marže uvećavalo neto profit u očekivanu vrednost akcija banaka.

¹⁰ (Basel Committee on Banking Supervision, 2004).

¹¹ “Sl. glasnik RS”, br. 103/2016, 103/2018, 88/2019, 67/2020, 98/2020 i 137/2020)

Treća strategija jeste smanjivanje aktive, posebno rizične, što bi pri održavanju sadašnjeg nivoa osnovnog kapitala vodilo smanjivanju izloženosti rizicima i povećanju vrednosti koeficijenta kapitalne adekvatnosti na zahtevani nivo. Skraćivanje perioda prilagođavanja, što se i dogodilo odlukom EBA, isključuje postepeno povećavanje nivoa kapitalne adekvatnosti kao koncept i dovodi banke u situaciju bez izbora: smanjivanje aktive, posebno rizične (kontrakcija bilansne sume) ili, u optimističkoj varijanti ishoda, smanjivanje ponude kredita, posebno rizičnim klijentima (smanjivanje prirasta bilansne sume). Sve zemlje Evropske unije registruju rast nenaplaćenih potraživanja usled pandemije uslovljene Covidom-19. Ovaj proces ugrožava sadašnji nivo kapitalne adekvatnosti banaka i povećava potrebe za dodatnim kapitalom.

Ukoliko banke imaju dovoljan nivo osnovnog kapitala i dovoljan nivo rezervi za kreditne rizike – one mogu nastaviti uvećanje bilansne sume ali, izvesno, po nižim stopama nego pre donošenja ove regulative. Prvi tip reakcije nacionalnih monetarnih politika može biti podizanje referentnih (regulatornih) kamatnih stopa koje bi trebalo da spreče bekstvo kapitala i depresijaciju nacionalnih valuta.¹² Tako bi se u suštini podržala strategija povećavanja kamatne marže, što bi uz uobičajena ograničenja repatrijacije profita iz banaka supsidijara moglo uvećati njihovu kapitalnu adekvatnost. Na ove mere banke mogu aktivirati kontrastrategiju, odnosno mehanizme internih transfernih cena kredita i depozita. Uvećanje regulatornih kamatnih stopa će biti realistično, pa čak i nužno – ukoliko se aktivira reverzni proces odliva kapitala. Ove mere centralnih banaka bi mogle da prate i značajnije intervencije centralnih banaka na nacionalnim valutnim tržištima. Godina 2007. obeležena je primenom dva regulativna segmenta iz Akcionog plana za finansijske usluge kojim treba da se obezbedi puna integracija i konkurentnost tržišta za finansijske usluge u Evropi. Prvi se odnosi na primenu Direktive o adekvatnosti kapitala (Bazel II)¹³, a drugi se odnosi na primenu Direktive o tržištima finansijskih instrumenata kojom treba da se olakša pružanje prekograničnih finansijskih usluga investicionih firmi i bolja zaštita investitora. Primena ovih direktiva imaće značajne implikacije u bankarskim strukturama svih evropskih zemalja.

Visoka koncentracija omogućava bankama da posluju sa višim cenama i da ostvaruju ekstra profit na datom tržištu. Međutim, posmatrajući odnose između tržišne koncentracije i neto kamatnih marži može se konstantovati negativna relacija, odnosno da su marže niže na visoko koncentrisanim tržištima, a da su najviše na tržištima sa nižom koncentracijom.

U većini evropskih zemalja poboljšanje efikasnosti kroz smanjenje troškova je znak da banke koje slede strategiju korišćenja ekonomije veličine ostvaruju dobre rezultate, posebno u domenu produktivnosti. Stimulans za usavršavanje načina na koji se upravlja kreditnim rizikom u bankama dolazi i od nove međunarodne regulative bankarskog poslovanja, izražene kroz novu regulativu Bazel III. Od banaka će se tražiti povećanje operativnog kapitala, u slučaju poremećaja na tržištu i predstavlja nadogradnju regulative Bazela II. Dokument pod nazivom „Bazel III“ detaljnije razrađuje kapitalne zahteve, posebno ciljne pokazatelje, dopunjuje pravila o upravljanju likvidnošću i utvrđuje prelazne periode u kojima banke treba da se prilagode novom regulatornom okruženju.¹⁴

¹² <https://nbs.rs/sr/ciljevi-i-funkcije/monetarna-politika/instrumenti-monetarne-politike/pregledano> 20.10.2020.

¹³ The Basel Committee on Banking Supervision (2007), Bazel II sporazum o merenju kapitala.

¹⁴ http://www.ubs-asb.com/Portals/0/Casopis/2011/1_2/B01-02-2011-Ekoleks.pdf pregledano 15.11.2020.

Bazel III¹⁵ donosi obavezu objavljivanja nekoliko dodatnih paketa mera, pokazatelja i kalkulacija, što podrazumeva nove zahteve u pogledu prikupljanja i analiziranja podataka i IT sistema, organizacione promene i moguće strateško preusmerenje. Osim toga, ispunjenje rokova i očekivanja regulatornih tela oduvek su bili izazov.

Banke moraju prvo da sagledaju vlastitu informatičku infrastrukturu. Jedan od mogućih pristupa je uvođenje kvalitetnog sistema upravljanja na nivou cele organizacije, kojim bi se uspostavile odgovornosti na više platformi. Među glavnim inicijativama na zapadnim tržištima, ali i u nekim bankama u regionu, jeste i to da veće banke imenuju rukovodioca zaduženog za podatke, koji bi bio odgovoran za prikupljanje tačnih i pouzdanih podataka iz svih oblasti poslovanja i za njihovo čuvanje u konstruktivnom formatu, koji bi višem rukovodstvu omogućio donošenje ključnih poslovnih odluka.¹⁶

Uvećanje regulatornih kamatnih stopa će biti realistično, pa čak i nužno, ukoliko se aktivira reversni proces odliva kapitala. Ove mere centralnih banaka bi mogle da prate i značajnije intervencije centralnih banaka na nacionalnim valutnim tržištima. Pod delovanjem tržišnih zakona, međunarodnih ekonomskih organizacija i ustanova, te međunarodnih multinacionalnih kompanija, sa snažnim uticajima kroz razvoj tehnologije u oblasti informatike i komunikacija, sprovodi se ekonomska globalizacija kao jedan prirodan i nužan proces rasta međunarodnih tokova roba i kapitala.

Prema istraživanju koja su sprovedena za ocenu razvijenosti finansijskih tržišta King i Levin¹⁷ su:

1. Veličina finansijskog sektora u jednoj privredi koja se iskazuje kao rasio likvidne imovine finansijskog sistema u odnosu na BDP.
2. Bankarski sektor predstavlja utiče na finansijske razvijenosti. On sa može izraziti kao rasio bankarskih kredita u odnosu domaću aktivu centralne banke. Veća vrednost ovog indikatora ukazuje na veću ponudu finansijskih usluga i veći nivo finansijske razvijenosti;
3. Privatni sektor predstavlja rasio kredita alociranih privatnim preduzećima prema ukupnim domaćim kreditima. Veća vrednost ovog parametra ukazuje na redistribuciju kredita od javnih preduzeća i vlade ka privatnim kompanijama;
4. Učešće kredita odobrenih privatnom sektoru u odnosu na BDP predstavlja zadnji parametar. Veća vrednost ovog pokazatelja ukazuje da je veća vrednost kredita odobrena privatnim kompanijama. Ukoliko su veće vrednosti poslednja dva pokazatelja imamo viši nivo razvijenosti finansijskog tržišta.

2.1. Kreditna analiza na bazi parametara u evropskom bankarstvu

Definisali smo metodologije analize kreditne sposobnosti preduzeća u evropskim zemljama. Kako se kreditno tržište sve više razvija, sve je veća potreba za dobro razvijenim sistemom za zaštitu od rizika i gubitaka.

Finansijska analiza se zasniva na kritičnom ispitivanju Bilansa stanja, Bilansa uspeha, Izveštaja o novčanim tokovima i rasio brojevima. Analiza ocena boniteta preduzeća koja se

¹⁵ Basel III: towards a safer financial system, speech by Mr Jaime Caruana, General Manager of the BIS, at the 3rd Santander International Banking Conference, Madrid, 15 September 2010. p 9

¹⁶ Isto.

¹⁷ King, R. G., & Levine, R. (1993). Finance, entrepreneurship and growth. *Journal of Monetary economics*, 32(3), p.p 513-542.

primenjuje u evropskim bankama nije dovoljno efikasna. Iz tih razloga neophodno je poboljšati metodologiju, što bi doprinelo efikasnijoj kreditnoj analizi i efikasnijem poslovanju banaka u EU.

Konsolidacija evropskih banaka je znatno ubrzana, što je uticalo na uvećanje ekonomije obima. Sa povećanjem obima poslovanja postignuti su srazmerno niži troškovi poslovanja i uvećanje profitabilnosti. Tabelom br. 1 prikazan je bilans stanja preduzeća „B“ u periodu od 2017. do 2020. godine.

Tabela 1. Bilans stanja preduzeće „B“ (u 000 eur-a)

Kompanijski podaci		2017	2018	2019	2020
Bilans stanja	Osnovna sredstva	11	9	8	9
	Obrtna sredstva	100	163	161	127
	Od toga likvidna sredstva	11	12	2	3
	Kapital	91	103	131	107
	Finansijske obaveze	7	6	15	11
	Kratkoročne	2	3	14	10
	Dugoročne	5	3	1	1
	Ostale obaveze	13	64	24	18
	Kratkoročne	13	64	24	18
	Ukupne obaveze	20	70	38	29
Ukupna bilansna suma		112	173	169	136

U tabeli br. 2 prikazani su koeficijenti preduzeća „B“.

Tabela 2. Koeficijenti kod preduzeća „B“ (u 000 eur)

Poslovni prihodi	139	280	268	158
EBIT	18	22	39	5
EBITDA	22	27	40	7
Neto rezultat	17	23	37	7
Povraćaj na kapital	19%	23%	28%	6%

Poslovni prihodi u 2020. godini iznose EUR 158 hiljada i značajno su smanjeni u odnosu na 2019. godinu. Poslovni prihodi u 2020. godini beleže pad u odnosu na 2019. godinu zbog smanjenja zainteresovanih klijenata za kupovinu mašina za obradu stakla što je posledica manjeg investiranja u opremu zbog svetske ekonomske krize. Usred svetske pandemije, cene imovine i roba su počeli da opadaju neviđenom brzinom što je uslovalo pad berzanskih indeksa, cene nafte i naftnih derivata.¹⁸ Zbog širenja pandemije, tržište akcija je

¹⁸ Mishkin, S. F. (2006), Monetarna ekonomija, bankarstvo i finansijska tržišta, prevod, Data status, Beograd.

doživelo najbrži pad u istoriji trgovanja na berzi. Pad cena imovine dostigao je otprilike polovinu magnitude koja je viđena u najgorim slučajevima tokom globalne finansijske krize.¹⁹

U određenim delatnostima, poput maloprodaje različitih vrsta proizvoda, zalihe imaju dominantno učešće u imovini privrednog društva, zbog čega strategije moraju biti prilagođene ovoj činjenici i one moraju stavljati akcenat na što manju količinu proizvoda koji će biti na zalihama, što kraće rokove naplate potraživanja od kupaca i što duže rokove plaćanja obaveza prema dobavljačima²⁰

Sva veća staklorezačka preduzeća u zemlji koja su imala potrebu za obnavljanjem mašina za obradu stakla su u toku prethodnih godina investirale u istu opremu što se može i videti po poslovanju preduzeća u prethodnom period koja su prikazana Tabelom br.3. Međutim, globalna ekonomija doživeti najveću recesiju. Promenjena je svest o značajnosti javnog zdravlja, kao i povećanju ulaganja u medicinska istraživanja. Kriza ovakvih razmera podseća na krizu poznatu kao Velika ekonomska depresija iz 1929. godine. Velika ekonomska kriza, predstavlja jednu od najvećih ekonomskih krahova u svetskoj ekonomskoj istoriji.²¹ Kriza uslovljena virisom, koja je pažnju potencijalnih stranih i grinfield investicija skrenula sa investiranja u sopstvenu zemlje sa ciljem očuvanja sopstvene ekonomije i nacionalne privrede i finansijskog sistema sopstvene zemlje. Ova činjenica je usporila razvoj u svakom sektoru privrede i stvorila određene prepreke. To se može videti i iz prikazanog neto novčani tok preduzeća „B” u 2020. godini.

Tabela 3. *Neto novčani tok kod preduzeća „B”(u 000 eur-a)*

Kapital u odnosu na ukupnu bilansnu sumu u %	82%	59%	63%	79%
Neto stepen zaduženosti	-2%	-2%	33%	16%
EBITDA / troškovi kamate			11	15
Finansijske obaveze/EBITDA	0	0	1	2
Neto novčani tok	21	28	23	8

U delu prodaje sitnog inventara i okova za stakloprerađivačku industriju potražnja je smanjena u odnosu na prethodni period, kao i za razne vrste stakla i supstanci koje su neophodne za njegovu obradu, međutim vrednost navedenog je značajno niska tako da je i ukupan prihod preduzeća smanjen uprkos povećanoj prodaji ostale robe izuzev opreme.

Sa presekom poslovanja na dan bruto bilansa u 2019. godini uočava se značajno povećanje prihoda. Uvidom u poslovne knjige klijenta – bruto bilans 31.10.2019. godine i u PDV prijave kao dokaz o istinitosti bruto bilansa, povećao se prihod preduzeća u 2019. godini gde se očekuje da će do kraja godine prihodi porasti preko 100% u odnosu na 2018. godinu. Potražnja za okovima za prozore pre pandemije bila su veoma velika, međutim zbog smanjenja potražnje kao i zbog smanjenja izvoza klijent se obratio banci za pomoć pri

¹⁹ Isto

²⁰ Rabrenović M., Albandag S.M., Cogoljević M. (2018) Strategije za podizanje efikasnosti upravljanja neto obrtnim sredstvima na berzi, Pravni život, Udruženje pravnika Srbije, br.11, Tom II

²¹ Eichengreen, B (2020): “The human-capital costs of the crisis”, Project Syndicate, April.

dobijanju novog kredita radi izmirenja svih obaveza ili prolongaciju duga. Potraživanja od kupaca na 31.12.2019. godine iznosila su 19 hiljada EUR-a i iznose 14% bilansne sume. Uočava se tendencija povećanja potraživanja od kupaca u odnosu na bilans 2018. godine. Profitabilnost preduzeća je smanjena u 2020. godini. BPM iznosi 40 hiljada EUR-a, što čini 25% poslovnih prihoda. EBITDA u 2019. godini iznosi 7 hiljada EUR-a što čini 4% poslovnih prihoda, dok je u 2018. godini iznosila 27 hiljade EUR-a što čini 10% poslovnih prihoda i njeno učešće u kratkoročnim finansijskim obavezama iznosi 70%. Neto dobit u 2020. godine iznosi 7 hiljada EUR-a, što čini 4% poslovnih prihoda.

Tabela 4. Tokovi gotovine prema IAS su negativni

Tokovi gotovine EUR 000	2017	2018	2019	31.12.2020.	2021	2022
1. Aktivnosti iz poslovanja	0	-12	19	-15	35	16
2. Investiciona aktivnost	10	5	1	-1	-1	-3
3. Finansijska aktivnost	-4	0	-20	18	-33	-12
4. Ostale aktivnosti	-4	0	-1	-	-	-
5. Neto tok gotovine	2	-8	-1	2	1	1

Preduzeće je projektovalo povećanje tokova gotovine iz poslovnih aktivnosti u 2021. i 2022. godini. Tokovi gotovine prema NBS metodologiji su za period 2021. godini i 2022. godini pozitivni kada je i rok otplate predmetnih kredita. U tabeli br. 5 prikazane svi krediti preduzeća „B”.

Tabela 5. Krediti na dan apliciranja u KB-a klijenta

Banka	Obezbeđenje	Datum odobrenja	Datum isteka	Iznos duga u 000 EUR
X	menice	05.03.2020.	05.3.2021.	10
Ukupno				10

Klijent sa 31.12.2020. godine ima 9 hiljada EUR-a obaveza koje su knjižene kao obaveze prema dobavljačima od čega su obaveze prema domaćim dobavljačima 1,5 hiljada EUR-a i odnose se na više sitnih dobavljača i obaveze prema dobavljačima iz inostranstva oko 7,5 hiljada EUR-a. Obaveze prema dobavljačima izmiruju se u roku od 120 dana, u zavisnosti od datuma valute dospeća. Na osnovu pokazatelja racio analize i neto obrtnog fonda o preduzeću “B” možemo reći i da su pokazatelji likvidnosti su zadovoljavajući, ali se precizna ocena o njihovom kvalitetu može dati na bazi rokova dospelosti (strukture) kratkoročnih obaveza i očekivanih novčanih tokova preduzeća. Učešće pozajmljenih izvora finansiranja koji su niži u odnosu na sopstveni kapital: sopstvenim kapitalom finansirana su osnovna sredstva i trajna obrtna sredstva. Preduzeće u 2020. prikazuje pad aktivnosti, izvoz proizvoda smanjen je uslovljen pandemijom, dok imamo i smanjenje uvoza stakla iz Kine. Iz navedenog razloga, predložićemo preduzeću da u skladu sa Odlukom Narodne banke Srbije o privremenim

merama za banke u cilju adekvatnog upravljanja kreditnim rizikom u uslovima pandemije COVID-19²² prihvati zastoj u otplati kredita. Klijent je u 2020. godini imao pad poslovnih prihoda, odnosno prometa od najmanje 15% u odnosu na 2019. godinu usled pandemije COVID-19.

3. MEHANIZMI ZAŠTITE OD RIZIKA U BANKARSKOM SEKTORU

Da bi se bankarski sektor zaštitio od uticaja sve češćih pojava finansijskih kriza, Bazelski komitet je pristupio regulaciji bankarskog poslovanja kroz uvođenje standarda poslovanja, poznatijim kao Bazelski sporazumi ili Bazel. U izradi internih modela za merenje tržišnog i kreditnog rizika učestvovala su vodeće finansijske institucije. Iz navedenih razloga usvojen je započet je rad na novom izdanju sporazuma o međunarodnom kapitalu, koji je danas poznat kao Bazel II. Primarni cilj Bazela II bio je polaganje čvrstih temelja za stabilan i zdrav finansijski sistem.

Bazel I je regulisao sva područja bankarskog sektora, odnosno definisao je stavku kapitala, utvrdio stopu adekvatnosti kapitala, te uvrstio tržišni rizik kao predmet regulacije. Jedna od ključnih novina koja je predložena u Drugom bazelskom sporazumu jeste zahtev da banke drže kapital u meri u kojoj mogu da se suoče sa poslovnim rizikom pored već postojećih kreditnih i tržišnih rizika.

Ova vrsta izloženosti rizika uključuje i takve situacije kao što su gubici od malverzacija zaposlenih, promašaji u pružanju usluga, računovodstvene greške, kompjuterske kvarove i prirodne katastrofe. Da bi smanjili svoj nivo potrebnog kapitala, bankari moraju da pokažu efikasnost mera radi smanjenja poslovnog rizika. Banke bi trebalo da pružaju procenu verovatnoće negativnih situacija poslovnog rizika i potencijalnih gubitaka koje one mogu da proizvedu.²³ Primena Bazela II je vremenom odgađana zbog političkih uticaja i neadekvatnog nadzora, tako da su banke u praksi zanemarivale principe odnosa kapitala i rizika, s ciljem sticanja profita. Krajem 2010. godine usvojen je Bazel III. Novina ovog Sporazuma je u definiciji i kvalitetu kapitala, kao i u povećanju kapitalnih koeficijenata.²⁴

Finansijski derivati su deo strategije upravljanja rizicima, ali isto tako čine banke i druge finansijske institucije podložne specifičnim rizicima poslovanja finansijskim derivatima. Stoga su neophodni savremeniji finansijski instrumenti prilikom poslovanja, javlja se sve veća potreba za smanjenjem rizika usled nepredvidljivosti tržišta i velikih oscilacija cena. Smanjenje tih vrsta rizika u poslovanju predstavlja hedžing. Hedžing je investicija koja služi da smanji ili ukine rizik koji se odnosi na neku drugu investiciju. Hedžing je kreiran da minimizira izlaganje nepoželjnom poslovnom riziku, ali takođe dozvoljava i da se profitira od investicije.²⁵

²² "Sl. glasnik RS", br. 150/2020

²³ Neogradi S. (2013) Modeli za procenu i upravljanje kreditnim rizikom, *Ekonomski signali* br.1, Vol. 8. br. 1, 2013, str. 55-68, ISSN: 1452-4457. M 52

²⁴ Neogradi S. (2017) Methodology of credit Analysis development, *časopis Economic Analysis* 50(3-4): 75-85.

²⁵ Isto.

Narodna banka Srbije sprovodi režim rukovođeno plivajućeg deviznog kursa. Devizni kurs se formira slobodno, na osnovu ponude i tražnje deviza, a Narodna banka Srbije može da sprovodi intervencije na deviznom tržištu radi smanjenja prekomernih kratkoročnih oscilacija kursa dinara, radi očuvanja cenovne i finansijske stabilnosti.²⁶

Kretanje kursa u malim i otvorenim privredama kao što je privreda Republike Srbije naročito je značajno u kratkom roku, jer promene kursa utiču na kretanje cena inostranih dobara i usluga u okviru zemlje i samim tim utiču na tražnju, kako za njima tako i za domaćim dobrima i uslugama.

Svet iz krize izlazi sa kristalno jasnim iskustvom da su svi učesnici na finansijskom tržištu izloženi riziku što stvara potrebu procene rizika, merenja rizika i potrebu adekvatnog upravljanja rizikom. Svako ko odluči da svoj kapital uloži u finansijske derivate naći će se pred dilemom o odnosu prinosa i rizika. Ova dva pojma čine osnovu vrednovanja svih hartija od vrednosti kao i analizu finansijske mogućnosti.

U uslovima turbulentnog i promenljivog poslovnog okruženja, pitanje zaštite od različitih vrsta rizika koji mogu da pogode finansijsku instituciju kao i sve učesnike na finansijskom tržištu postaje centralno i najvažnije pitanje za donošenje poslovnih i strateških odluka. Primena finansijskih inovacija ima za posledicu jačanje tržišta hartija od vrednosti i ekspanziju terminskih berzanskih poslova i stvaranje specijalizovanih terminskih berzi. Analiza i istraživanja finansijskog sistema u Srbiji pokazuje da je sistem unapređen zahvaljujući prisustvu inostranog kapitala. Iako, inostrane banke posluju u ekonomskom okruženju koje ispoljava ciklična kretanja i generiše različite rizike, primenjene strategije i modeli za upravljanje rizicima na srpskom tržištu kreirali su privredni ambijent u kome su banke ostale stabilne, uspevaju da kreditiraju stanovništvo i privredu, pospešuju efikasnu alokaciju finansijskih resursa i uvode finansijske inovacije. Shodno ovome, svaka je banka preuzela obavezu da prema Zakonu o bankama svojim aktima propiše strategiju i politike za upravljanje rizicima.

Razvoj digitalne ekonomije²⁷ je uticao na digitalnu transformaciju poslovanja u svim poslovnim sektorima, a posebno na bankarstvo. Pored, prethodno detaljno analiziranih kreditnih rizika koji utiču direktno na finansijske rezultate postoje i nefinansijski rizici²⁸ koji mogu uticati na reputaciju finansijskih institucija i koji su regulatorno uređeni (Zakon o bezbednosti informacija, Zakon o zaštiti podataka o ličnosti, Minimalni standardi upravljanja informacionim sistemom finansijske institucije...). Banke koje ne teže procesu digitalizacije i razvoju digitalnih kanala prodaje, predstavljaju smetnju razvoju novih modela bankarstva na globalnom nivou i kod njih se zapaža trend inkrementalnog gubljenja klijenata.²⁹

Primenom internet i digitalnog bankarstva banke povećavaju tržišno učešće, imaju bolje pozicioniranje na tržištu i mogućnost da akviziraju i nude svoje kreditne usloge na brz i jednostavan način. Većina banaka u Srbiji putem mobilne aplikacije odobrava kreditne

²⁶ https://nbs.rs/sr/finansijsko_trziste/devizne-svop-aukcije/ pregledano 11.11.2020.

²⁷ "Sl. glasnik RS", br. 150/2020

²⁸ "Sl. glasnik RS", br. 150/2020

²⁹ Sanader, D. (2014). Mobile banking: New trend in the contemporary banking sector. *Bankarstvo*, 43(5), 86-109

proizvode, gde je neophodno da obrati pažnju na bezbednosti podataka klijenata pri korišćenju internet i mobilnog bankarstva, kao i na mogućnost izloženosti kreditnom riziku. Iz navedenog razloga, veći broj banaka se opredeljuje da ovu vrstu usluge pruža postojećim klijentima.

4. ZAKLJUČAK

U radu definisani su parametri i faktori koji deluju na kreditnu sposobnost evropskoj privredi i sličnosti i razlike evropskog i srpskog zakonodavstva. Drugi bazelski sporazum akcentira stavljajući na upravljanje rizicima od strane menadžmenta banaka, to će banke morati da arhiviraju podatke, u prvom redu pomeranjem rejtinga i neizvršavanja obaveza, utvrđivanjem distribucije ovih pojava po klasama rejtinga.

Banke su u obavi da pratite stopu gubitaka koja se javlja usled neizvršavanja obaveza korisnika kreditnih proizvoda u zavisnosti preduzeća. Na osnovu toga neophodno je da uskladjuju svoju kreditnu politiku i smanje izloženost banke kreditnom riziku. Neophodno je da banke primenjuju kredit scoring modele koji se koriste u razvijenim zemljama i utiču na smanjenje kreditnog rizika i ekspeditivnosti u rešavanju kreditnih zahteva. Informacijama dobijenih iz finansijskog izveštaja vlasnika preduzeća i kreditnog izveštaja preduzeća trebaju da dodaju i informacije dobijene na bazi kredit scoring modela kao što su kreditne karakteristike, broj godina poslovanja, koeficijent tekuće likvidnosti, koeficijent finansiranja, profitabilnost i dugovanja. Uticaj na smanjenje kreditnih rizika regulisan je usklađivanjem bankarskih procedura u Srbiji sa evropskim zakonodavstvom, kao povezanost svih banaka sa sistemom kreditnog biroa. Adekvatna procedura sagledava se u obuhvatnosti sledeće elemente:

- obezbedjenje uslova da se procedura poštuje i da se prilikom donošenja odluke praktikuje pristup dobrog rasudjivanja, sve u cilju izbegavanja problematičnih kredita;
- obezbedjenje kredita sa adekvatnom kolateralom u formi realne imovine ili drugog sredstva koje banka može da preuzme u vlasništvo u slučaju neizmirenja obaveza od strane dužnika;
- stalni monitoring portfelja kredita koji su odobreni, uz budno motrenje problematičnih kredita, u kontekstu odlučivanja o izdvajanju rezervi za predviđene gubitke;
- primena reprograma i restrukturiranja problematičnih kreditnih plasmana;
- preduzimanje odgovarajućih mera za naplatu kredita ili prodaja potraživanja po osnovu kredita.

Sve je veća zainteresovanost investitora na uticaj pandemije, kakvi će biti makroekonomske efekti i kako će se to odraziti na poslovanje kompanija. Očekivanja su da tokom 2021 godine doći do pada prihoda u bankama i ostalim sektorima. Finansijske institucije će imati velike gubitke ne samo zbog povećanja NPL i ne plaćanja rata kredita, već i zbog povećanja nezaposlenosti kao i zbog smanjenog plasiranja sredstava, kako privrednom tako i sektoru stanovništva.

LITERATURA

- The Basel Committee on Banking Supervision (2007), Bazel II sporazum o merenju kapitala.
- Basel III: towards a safer financial system, speech by Mr Jaime Caruana, General Manager of the BIS, at the 3rd Santander International Banking Conference, Madrid, 15 September 2010. p 9.
- Casu B., Girardone C. and Philip M., (2006.), Introduction To Banking, Prentice Hall, London
- Ćirović M., 2001, Bankarstvo, Bridge company, Beograd.
- Ćurčić U., 2002, Bankarski portfolio menadžment strategijsko upravljanje bankom, bilansom i portfolio rizicima banke, Feljton, Novi Sad.
- Graddy, D., Spencer, A., (1990),: „ Managing Commercial Banks Community, Regional and Global”,PrenticeHall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- De Grawe P., Hudgins S.(2005), Bankarske usluge i finansijski menadžment, Data status, Beograd.
- Đukić Đ., Bjelica V., Ristić Ž., 2003, Bankarstvo, Beograd.
- P. Đukić, Globalna i nacionalna ekonomska kriza - izazov za reforme i održivi rast. ekonomije, Škola biznisa br.1, 2010, str.4.
- Đukić, Đ, (2007), Upravljanje rizicima i kapitalom u bankama, Svetlost, Čačak, (2007).
- Eichengreen, B (2020): “The human-capital costs of the crisis”, Project Syndicate, April.
- Mishkin, S. F. (2006), Monetarna ekonomija, bankarstvo i finansijska tržišta, prevod, Data status, Beograd.
- Neogradi S. (2017) Methodology of credit Analysis development, časopis Economic Analysis 50(3-4): 75-85.
- Neogradi S. (2013) Modeli za procenu i upravljanje kreditnim rizikom, Ekonomski signali br.1, Vol. 8. br. 1, 2013, str. 55-68, ISSN: 1452-4457.
- Neogradi S. (2002), „Kreditna analiza i njena primena u jugoslovenskom bankarstvu, Magistarski rad, Ekonomski fakultet, Beograd.
- Rašević I, Raketić O., (2017), Instrumenti finansijske analize u oceni boniteta preduzeća na primeru ‘Metalac’ a.d. Gornji Milanovac, Serbian Journal of Engineering Management.
- “Sl. glasnik RS”, br. 150/2020.
- “Sl. glasnik RS”, br. 103/2016, 103/2018, 88/2019, 67/2020, 98/2020 i 137/2020).
- Sanader, D. (2014). Mobile banking: New trend in the contemporary banking sector. Bankarstvo, 43(5), 86-109
- Pantović, V. Slobodan Dinić, S., Starčević, D, *Savremeno poslovanje i Internet tehnologije – Uvod u digitalnu ekonomiju, InGraf, ISBN 86-83723-01-1, Beograd, 2002.* COBISS.SR-ID – 177675015
- Pantović, V. *Zaštita podataka o ličnosti: Standardi i metodološki okvir za implementaciju, Predavanje po pozivu, Zbornik radova INFOTECH 2019, Arandjelovac, 5-6. Jun 2019.*

Elektronski izvori:

- http://www.ubs-asb.com/Portals/0/Casopis/2011/1_2/B01-02-2011-Ekoleks.pdf pregledano 15.11.2020.
- <https://nbs.rs/sr/ciljevi-i-funkcije/monetarna-politika/instrumenti-monetarne-politike/> pregledano 20.10.2020.
- https://nbs.rs/sr/finansijsko_trziste/devizne-svop-aukcije/ pregledano 11.11.2020

Sladana Neogradi
Sladana Vujičić
Vladan Pantović

005.311:336.717.061
005.334:336.77
DOI: 10.5937/MegRev2203227N
Primljen 09.05.2022.
Odobren 20.12.2022.
Originalni naučni rad

CREDIT ANALYSIS BASED ON PARAMETAR AND EUROPEAN BANKING

Abstract: *The subject of this research is to define the methodology for credit analysis and assessment of the degree of credit risk. By researching the subject, we point out the process of the loan application, the margins of acceptable and unacceptable risks. The degree of credit risk by the bank is the result of its preferences for liquidity and profitability. We present the results of financial analysis on a specific company in European bank through methodology research framework which must be viewed in a comparative context in which we determine the position of companies in a group of related companies, in the sector and branch which belongs to the borrower. Additional caution is required in the use of financial statements referring to their reliability and verification by an independent audit. By this research we point out the process of the loan application procedure through analysis of financial statements in order to relevantly assess the credit worthiness of users.*

Key words: *credit, credit analysis, credit risk, credit process, credit credit capabilities*

PRAVO

Marko M. Milović*
Borivoje Baltezarević**

343.264:343.852(497.11)
341.43
DOI: 10.5937/MegRev2203243M
Originalni naučni rad
Priljubljen: 25.10.2022.
Odobren: 15.11.2022.

(NE)EFIKASNOST SPROVOĐENJA MERE BEZBEDNOSTI PROTERIVANJA STRANCA IZ ZEMLJE SA POSEBNIM OSVRTOM NA MIGRANTE¹

Sažetak: *U vreme migrantske krize u svetu, i kod nas je prisutan određen broj ove populacije. Očekivano je da neki od njih na teritoriji Republike Srbije vrše krivična dela, zbog čega se vodi krivični postupci pred našim pravosuđem. Shodno zakonskim propisima, obzirom da je reč o stranim državljanima, nakon okončanja krivičnog postupka u kojem se oglase krivim, nužno im se izriče mera bezbednosti proterivanja stranca iz zemlje u smislu člana 88. Krivičnog zakonika. No, tada nastaju problemi u praksi jer sem instrukcije za napuštanje naše države, ne preduzimaju se nikakvi drugi "koraci" da se ta mera zaista i sprovede, i da ta lica fizički napuste našu zemlju. Osim toga postoji latentna opasnost od daljeg vršenja krivičnih dela (i ne samo krivičnih!), koja mogu da se ogledaju i u napadima na naša kulturno istorijska dobra. Stoga u praksi može da nastane (mada taj problem u određenoj meri i postoji već duži niz godina) sa licima – migrantima koja su izvršila krivično delo, kada se pravosnažno okonča krivični postupak, kako ovu meru bezbednosti sprovesti, što predstavlja suštinu ovog rada.*

Ključne reči: *migrant, krivična dela, krivični postupak, pritvor, mera bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje.*

* Vanredni profesor na Pravnom fakultetu Megatrend univerziteta, mmilovic@megatrend.edu.rs

** Vanredni profesor, naučni saradnik Instituta za srpsku kulturu, Leposavić; baltezb@yahoo.co.uk; baltez@gmail.com

¹ Rad je rezultat Projekta FPISKLMaterijalno i duhovno blago Kosova i Metohije – pravni aspekt.

1. UVODNA RAZMATRANJA

Ova mera bezbednosti (proterivanje stranca iz zemlje – član 88. Krivičnog zakonika) je za razliku od većine drugih mera bezbednosti „jednostavnija“ za izricanje. Ne traži se veštačenje, kao što je slučaj kod većine mera bezbednosti medicinskog karaktera – kada su krivična dela učinjena usled psihičkih problema ili pak zbog bolesti zavisnosti u vezi narkomanije ili alkoholizma.¹ Dakle, nije neophodno angažovanje lekara veštaka radi davanja nalaza i mišljenja ili medicinska ekspertiza da bi se primenila neka od navedenih mera bezbednosti. No, to što nije objektivno problem u pogledu izricanja mere bezbednosti proterivanja stranca iz zemlje, jer su u takvim krivičnim postupcima situacije prilično jednostavne, ne znači da nema poteškoća u pogledu njihove primene. Nadležna javna tužilaštva, u pogledu predlaganja, ali i sudovi u pogledu izricanja, imaju uglavnom jasnu situaciju. U pitanju je okrivljeni, odnosno kasnije osuđeni koji je strani državljanin i koji je učinio neko krivično delo u našoj zemlji.

Najčešća krivična dela od strane stranih državljana poslednjih godina su krivična dela protiv imovine kao što su krađe, teške krađe, razbojništva, ali i druga krivična dela kao što su falsifikovanja putnih isprava pre svega pasoša i ličnih dokumenata, kao i krivično delo nedozvoljen prelazak državne granice i krijumčarenja ljudi. Takođe su prisutna i krivična dela protiv života i tela (lake telesne povrede, teške telesne povrede, učestvovanje u tuči, pa čak i ubistva), koji su sve prisutniji u poslednje vreme. Migrantska kriza u svetu je doprinela da imamo povećan broj ljudi iz Azije i Afrike koji u potrazi za boljim životom i spasom iz ratom zahvaćenih područja (odakle najčešće dolaze), prelaze preko naše teritorije.² Srbija je geografski tranzitno područje na tom putu ka „boljem životu“ koji se zove Evropska Unija (još uvek!!!). Mnoge izbeglice iz Avganistana, Pakistana, Iraka, Irana, Libije, Sirije, Somalije, Bangladeša, itd. da bi došli do zapadne Evrope kao njihovog konačnog odredišta idu tzv. balkanskom rutom koja podrazumeva i prelazak preko teritorije Republike Srbije. U tom tranzitu izvestan broj tih migranata se kod nas zadržavaju duže ili kraće vreme, u kojem neki od njih (a ponekad i grupe) vrše neke od navedenih krivičnih dela.

2. PROBLEMI U PRAKSI SA SPROVOĐENJEM MERE BEZBEDNOSTI PROTERIVANJE STRANCA IZ ZEMLJE

Motivi za vršenje krivičnih dela od strane migranata su mnogobrojni, pre svega teška materijalna situacija odnosno nedostatak novca, životna neizvesnost ili bolje reći odsustvo nade u bolji život, usled čega često iz očaja i beznada su prinuđeni da krađu po ulicama i prodavnicama, ili vrše neka druga krivična dela, jer su na tom dugačkom putu (koji se često meri hiljadama kilometara) potrošili sav novac koji su imali. Zanimljivo je da izvestan broj

¹ U pitanju su mere bezbednosti - obavezno psihijatrijsko lečenje i čuvanje u zdravstvenoj ustanovi (član 81. KZ), obavezno psihijatrijsko lečenje na slobodi (član 82. KZ), obavezno lečenje narkomana (član 83. KZ) i obavezno lečenje alkohičara (član 84. KZ) – napomena autora

² Mnogi migranti su ovu krizu iskoristili ili bolje reći zloupotrebili da odu iz svojih zemalja koje nisu zahvaćene ratom, znajući da kada dođu na evropski kontinent, da je prosto nemoguće da ih vrate u zemlju porekla – napomena autora.

migranata na putu ka Evropi koriste falsifikovane putne isprave (pasoše) koji se najčešće otkrivaju na aerodromu ili prilikom kontrola odnosno legitimisanja tih lica tokom dolaska ili boravka u našoj zemlji. U pitanju su kupljeni pasoši, krivotvoreni, u kojima je njihova slika sa lažnim podacima. Očigledno je to već dobro „uigrana šema“ od strane dobro organizovanih međunarodnih kriminalnih grupa koji postoje u raznim mestima sveta i koji uz određenu novčanu naknadu prodaju te falsifikovane pasoše ili za njega traže neke druge „protivusluge“ kako bi došli do zemalja Evropske Unije.

No, bez obzira na motive za vršenje krivičnih dela, takva ponašanja se ne mogu opravdavati, niti preko njih prelaziti. Država, razumljivo ne može i ne sme da toleriše krivična dela koja vrše, ma koja da su u pitanju.³ S tim u vezi, pravosudni organi su proteklih godina imali veći broj slučajeva u kojima su okrivljeni bili migranti. Ti postupci su karakteristični zbog svojstva okrivljenog zbog čega su bili mahom tzv. pritvorski i što se uglavnom završavaju sporazumima o priznanju krivičnog dela (uglavnom u istražnom postupku, a ređe na glavnom pretresu). Logično je da su ti krivični postupci „pritvorski“ jer okrivljeni nisu naši državljani, nemaju kod nas ni prebivalište ni boravište, o imovini da ne govorimo, a sem toga o njihovom ranijem životu ne znamo ništa – da li su osuđivani i ako jesu zbog čega, lične podatke o sebi daju bez mogućnosti da se mogu proveriti što otvara prostor za manipulaciju itd. Dakle, jedini način da se krivični postupak uspešno okonča je određivanje pritvora kao jedina moguća mera obezbeđenja prisustva okrivljenog u krivičnom postupku. U suprotnom, to lice – okrivljeni migrant bi najverovatnije otišao (pobegao) iz naše zemlje i više ne bi bilo moguće obezbediti njegovo prisustvo. Dalje, krivična dela koja učine su najčešće lako dokaziva od strane nadležnog javnog tužilaštva, npr. veštačenje pasoša za koji se utvrdi da je falsifikovan ili snimak kamere u prodavnicama ili na ulicama na osnovu kojeg se identifikuje lice koje krade, te krivični postupci protiv njih traju relativno kratko.⁴ Uz izrečenu krivičnu sankciju koja najčešće bude uslovna osuda (ako nisu u pitanju teža krivična dela), obavezno se izriče i mera bezbednosti proterivanja stranca iz zemlje.

Sa izricanjem presude i puštanjem na slobodu osuđenog – stranog državljanina, konkretno migranta, nastaje novi problem! Za razliku od samog krivičnog postupka koji je kao što smo istakli uglavnom efikasan, problem nastaje nakon njegovog okončanja. Šta dalje? Šta nakon puštanja na slobodu?

Dosadašnja praksa je pokazala da ta lica nakon izlaska iz pritvora dobijaju određen rok da napuste našu zemlju, shodno izrečenoj meri bezbednosti. Međutim, sprovođenje te mere niko ne kontroliše, a policijski i pravosudni organi nemaju uvid gde se kreću i nalaze ta osuđena lica (koja nisu naši državljani), kada izađu na slobodu. S tim u vezi, otvaraju se mogućnosti brojnih opasnosti i zloupotreba od strane tog proteranog „stranca“ ili pak lica koja su sa njim na vezi – najčešće od svojih sunarodnika. Dakle, gde će ta lica da budu (borave) nakon izlaska iz pritvora, s kim će da budu, čime će se baviti nakon izrečene mere bezbednosti, ostaje nedoumica ili bolje reći nepoznanica. Ono što predstavlja realnu opasnost su mo-

³ Vršenje krivičnih dela protiv imovine je nekako, po prirodi stvari, više vezano za ilegalne migrante, jer legalni migranti koji se u našoj državi se registruju, imaju pored zdravstvenih usluga, obezbeđen smeštaj i hranu. – napomena autora.

⁴ Naravno, postoje izuzeci, kada su u pitanju krivična dela ubistva, kada je teško utvrditi (u situacijama kada nema drugih – materijalnih dokaza) ko je izvršio taj zločin jer često migranti iz nekih svojih razloga ne žele da saraduju sa nadležnim organima, a neki imaju strah od „svojih“ ako bi progovorili, ali takvih slučajeva je objektivno malo. – napomena autora

gući sukobi među migrantima, ali i napadi na ovdašnje stanovništvo kojih je bilo proteklih godina i meseci. Naime, u slučaju ostanka osuđenog stranca (migranta) u nekom periodu, ukoliko ne napusti u najkraćem roku teritoriju naše zemlje, postoji mogućnost vršenja novih krivičnih dela krađa, teških krađa, ali i međusobnih fizičkih obračuna sa ozbiljnim posledicama koji mogu da rezultiraju teškim telesnim povredama, pa i ubistvima.

Načelno posmatrano, naravno da nije nužno da za svako krivično delo strani državljanin uz osuđujuću presudu dobije i meru bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje, bez obzira da li je u pitanju migrant ili neki drugi „stranac“. Ipak u tom smislu dosadašnja sudska praksa je naklonjenija stranim državljanima koji nisu migranti u pogledu izricanja ove mere bezbednosti. Prema tome, da li će biti izrečena ova mera bezbednosti zavisi od niza okolnosti koje se tiču i samog okrivljenog, ali i od samog krivičnog dela koje je izvršeno. Tako npr. u jednoj presudi je zauzet stav da „činjenica da okrivljeni živi u Jugoslaviji (kako nam se zvala nekadašnja država!) zajedno sa članovima svoje porodice, da nije ranije osuđivan, i da je izrazio kajanje zbog izvršenog krivičnog dela iz člana 53. KZS⁵ i izvinio se oštećenima, opravdava da se prema okrivljenom stranom državljaninu ne izrekne mera bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje.“ (presuda Okružnog suda u Beogradu, K. 501/02 od 24. maja 2002. godine).⁶ U starijoj sudskoj praksi nalazimo primer gde je ondašnji Vrhovni sud Srbije zauzeo stav da „Teško delo protiv bezbednosti javnog saobraćaja (član 201. stav 2. u vezi sa članom 195. stav 1. KZS), po svojoj prirodi nije takvo krivično delo da bi se zbog njegovog izvršenja strancu mogla, na osnovu člana 70. Krivičnog zakona SFRJ, izreći mera bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje.“ Naime, prvostepenom presudom je optuženi zbog navedenog krivičnog dela osuđen na kaznu zatvora od osam godina, i istovremeno je prema njemu izrečena pomenuta mera za vreme od pet godina. Povodom žalbe branioca optuženog, Vrhovni sud je preinačio presudu Okružnog suda u pogledu mere bezbednosti, tako da je istu otklonio, navodeći u obrazloženju da: „Nema uslova da se optuženom kao stranom državljaninu koji je izvršio teško delo protiv bezbednosti javnog saobraćaja (član 201. stav 2. u vezi sa članom 195. stav 1. KZS) izrekne, na osnovu člana 70. Krivičnog zakona SFRJ, mera bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje, jer se ova mera izriče kad je delo učinjeno iz takvih pobuda, na takav način ili pod takvim okolnostima koje ukazuju na nepoželjnost daljeg boravka stranca u SRFJ, što ovde, s obzirom na prirodu krivičnog dela, nije slučaj“ (Vrhovni sud Srbije, Kž.142/81 od 2. jula 1981. godine).⁷

Navedeni primeri u kojima nije izrečena mera bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje predstavljaju izuzetak, koji ne bio smeo da se češće primenjuje, i mogu se odnositi pretežno na krivična dela koja su učinjena iz nehata (kao kada je u pitanju gore navedeni primer iz oblasti javnog saobraćaja).⁸

⁵ U pitanju je krivično delo teške telesne povrede koje je bilo u navedenom članu nekadašnjeg Krivičnog zakona Republike Srbije, koji je važio do 2006. godine. – napomena autora

⁶ I. Simić – A. Trešnjev, Zbirka sudskih odluka iz krivičnopravne materije, 500 odluka, peta knjiga, Službeni glasnik, Beograd, 2004, str. 54.

⁷ Videti: B. Čejović, Krivično pravo u sudskoj praksi, prva knjiga, opšti deo, drugo izdanje, Beograd, 1985, str. 491.

⁸ U tom smislu B. Čejović, s pravom ističe da je prihvaćeno gledište da se ova mera bezbednosti ne može izreći za bilo koje krivično delo. – B. Čejović, Uloga i značaj mera bezbednosti, Aktuelna pitanja kriminalne politike u Jugoslaviji, Herceg Novi, 1986, str. 201.

Dosadašnja sudska praksa je pokazala da strana lica koja imaju status (ne)legalnih migranata kod nas ne vrše nehatna krivična dela. Naprotiv, reč je o umišljajnim krivičnim delima, koja su kao što smo istakli, krivična dela protiv imovine, krivična dela protiv života i tela (na umišljajni način), falsifikovanje isprava (pasoša) i tome slično. Dakle, kod njih postoji svest o tome da rade nešto zabranjeno, odnosno svesni su svog dela i hoće njegovo izvršenje (direktni umišljaj) ili su svesni da mogu učiniti zabranjeno delo pa na to pristaju (eventualni umišljaj). Stoga za takva krivična dela (učinjena sa umišljajem) u najvećem delu bi trebalo uz osuđujuću presudu izreći i ovu meru bezbednosti. U tom smislu je prvostepeni sud u jednoj presudi oglasio krivim okrivljenog H.S. zbog toga što je na graničnom prelazu aerodroma „Nikola Tesla“ lažnu ispravu upotrebio kao pravu jer je prilikom dolaska na granični prelaz, a u nameri da otputuje avionom srpske avio kompanije „Air Srbija“ na izlaznom šalteru granične kontrole policijskom službeniku Republike Srbije zaduženom za graničnu kontrolu predao na uvid javnu ispravu ličnu kartu Francuske na ime... broj... izdate... sa rokom važenja... čiji obrazac nije autentičan, što je utvrđeno naknadnim veštačenjem, nakon što mu je oduzeta putna isprava. Zbog ovog izvršenog krivičnog dela falsifikovanja isprave iz člana 355. stav 2. u vezi stava 1. Krivičnog zakonika je osuđen na kaznu zatvora u trajanju od pedesetpet dana,⁹ (po prethodnom sporazumu tužilaštva i odbrane) uz meru bezbednosti oduzimanja predmeta i meru bezbednosti proterivanja stranca iz zemlje za vreme od pet godina.¹⁰

Zanimljivo je da ogromna većina migranata protiv kojih se vodi krivični postupak, na suđenju imaju gotovo istovetne odbrane. U pogledu falsifikovanja javnih isprava, kao u navedenom primeru, ističu da im je „neko“ poslao taj dokument, ali kako su mahom nepismeni ne znaju šta u tim dokumentima piše, odnosno da li je navedeno njihovo ime ili ime nekog drugog lica. Dalje, uvek im je neko platio da dobiju te falsifikovane isprave – roditelji, braća... i „uvek“ idu kod nekog bliskog od rodbine (tetke, ujaci, stričevi itd.) koji su već u Francuskoj, Nemačkoj, Švedskoj i drugim državama Evropske Unije. Takođe je karakteristično u pogledu ličnih podataka da imaju svi ili skoro svi datum rođenja 1. januar. 1999. godine, ili 1. januar 2000, 2001, 2002. godine. Šta je razlog takvim izjašnjenjima teško je odgonetnuti, ali izvesno je da je to deo nekog dogovora „na višem nivou“ koji oni moraju da poštuju. Najzad, svi njihovi lični podaci su vrlo diskutabilni, jer nema načina da se proverí validnost tih podataka. Stoga naši državni organi su prinuđeni počev od predistražnog postupka, pa do okončanja krivičnog postupka da ime, prezime, mesto rođenja, državljanstvo zemlje odakle dolaze, godine rođenja uzimaju kao istinite (koji oni saopštavaju preko tumača za jezike paštu, urdu, farsi...). Izvesno je da određen broj njih daje o sebi lažne podatke, upravo iz razloga što su svesni da naši državni organi, kao što smo već istakli, nemaju mogućnosti kako da provere i utvrde (npr. prosto je nemoguće dobiti podatke od zvaničnih organa Avganistana

⁹ U praksi, kada su migranti kao okrivljeni u pitanju i kada im se ne sudi za teža krivična dela, najčešće se izriče kazna zatvora u vremenskom trajanju tako da se „pokrije“ pritvor, koje ujedno prati i donošenje odluke o ukidanju tog pritvora – napomena autora.

¹⁰ Neobjavljena presuda Trećeg osnovnog suda u Beogradu, K. 392/20 od 31.07.2020. godine. Inače, ovakvih i sličnih primera u našoj sudskoj praksi, naročito koji su u nadležnosti ovog suda, ima dosta – napomena autora

za nekog njihovog državljanina koji se kod nas nalazi, imajući u vidu njihovu političko-bezbedonosnu situaciju).¹¹

Očekivano je da krivična dela izvršena sa umišljajem koja „rezultiraju“ osuđujućom presudom opravdavaju izricanje ove mere bezbednosti. Razlog se može lako naslutiti, tako da je i pravnom laiku jasno. Država koja ukaže gostoprinstvo stranom državljaninu, po bilo kom osnovu, prirodno je da očekuje od njega da „ne pravi problem“. Uostalom, takvo ponašanje očekuje svaka država koja prima strane državljanane na svojoj teritoriji (poslovno, turistički, na školovanju itd.). Svako kršenje zakona (a naročito krivičnog), ali i ostalih pravila i običaja zemlje domaćina, očekivano vuče sa sobom određene konsekvence. Ovo se naročito odnosi na strance koji vrše krivična dela i logično je da pored krivične sankcije bude im izrečena i mera bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje, jer svojim (kriminalnim) ponašanjem nanose štetu, bez obzira u kom obliku ili na koji način, zemlji domaćinu, zbog čega mu se s pravom ovom merom „otkazuje gostoprinstvo“ u određenom vremenskom periodu. Stoga sud, uslov za primenu ove mere postavlja nepoželjnost boravka na teritoriji Republike Srbije prilikom odlučivanja o njenom izricanju, uzimajući u obzir prirodu i težinu krivičnog dela, pobude iz kojih je krivično delo učinjeno, način izvršenja krivičnog dela i druge okolnosti koje ukazuju na tu nepoželjnost.¹²

Postojalo je i mišljenje da je ova mera bezbednosti (pored mera bezbednosti zabrana vršenja poziva, delatnosti i dužnosti, zabrana upravljanja motornim vozilom, oduzimanja predmeta) po svojoj suštini predstavljaju kazne. Polazeći od njenog najbitnijeg obeležja – karakter zla koji se nanosi učiniocu, ova mera bezbednosti u konkretnom slučaju zavisice od ličnih veza i odnosa kažnjengog sa zemljom iz koje ga proteruju. U određenim slučajevima ono može da predstavlja veoma tešku ličnu, porodičnu i uopšte životnu tragediju, kada je stranac u zemlji zasnovao porodicu, koja ne može ili neće da napusti zemlju, kada je ostvario određen društveni odnosno profesionalni položaj u zemlji i sl.¹³ Zbog toga treba voditi računa o principu srazmernosti jer opravdanje za to leži u prirodi ove sankcije, jer iako nije prihvatljivo mišljenje da je u suštini reč o kazni, teško se može poreći činjenica da ona u nekim slučajevima ima izvesne osobine kazne.¹⁴

No, možemo ovu problematiku posmatrati i iz drugog ugla, te u tom smislu postaviti pitanje svrsishodnosti ove mere bezbednosti. Ako posmatramo iz ugla većine migranata, Srbija je usputna stanica ka put u države Evropske Unije i oni inače nemaju nameru da se kod nas (duže) zadržavaju. Drugim rečima, oni svakako ne bi se zadržavali u našoj zemlji niti se pak vraćali u nju u nekom kasnijem periodu. Srbija nije krajnje odredište ogromne većine migranata, šta više možemo slobodno reći skoro ni jednog, pa im ta mera bezbednosti neće

¹¹ Više o tome: M. Milović – V. Darijević, Mogućnosti naše države u zaštiti svojih interesa u postojećoj migrantskoj krizi sa osvrtom na probleme sa migrantima koji su u sukobu sa zakonom, *Megatrend revija*, broj 4, 2021, Beograd, str. 357.

¹² Više o tome: Z. Stojanović, *Komentar Krivičnog zakonika*, četvrto izdanje, Službeni glasnik, Beograd, 2012, str. 329.

¹³ Videti: Đ. Marjanović, O suštini mera bezbednosti u jugoslovenskom krivičnom pravu, *Anali Pravnog fakulteta*, broj 6, Beograd, 1987, str. 699.

¹⁴ Tako misli: Z. Stojanović, *Krivično pravo, opšti deo*, drugo izdanje, Službeni glasnik, Beograd, 2000, str. 314.

teško pasti. Posmatrano na taj način, proizilazi da svaka kazna zatvora i mera bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje gubi smisao jer svakako ih za našu državu ni u jednom pogledu ništa ne veže, niti ih ona više zanima.

Ipak možemo slobodno reći, iako prethodne konstatacije nisu sporne, za našu državu je problem, sama spoznaja da ta lica mogu da izvrše u međuvremenu i nova krivična dela kod nas, a mogu se otvoriti i neki drugi problem, pre svega bezbedonosni. Poznato je da određen broj migranata sa područja Sirije, Avganistana, Pakistana, Iraka,... se borio na strani raznih islamističkih terorističkih grupa, i upravo takvi ljudi mogu da predstavljaju opasnost za bezbednost države Srbije i njenih građana dužim boravkom ili boravkom nakon puštanja iz pritvora odnosno zatvora. Srećom, do sada takvih posledica nije bilo, što ne znači da se ne mogu desiti u budućnosti, ali kako bezbedonosna pitanja u vezi migranata nije tema ovog rada, nećemo se na taj segment osvrutati.

Šta je rešenje? Nekog posebnog i spasonosnog rešenja nema, ali ga nemaju ni druge države koje imaju iste takve probleme kao i mi. Konkretno, jasno nam je da ne možemo ni na koji način uticati na migrantsku krizu koja je već nekoliko godina problem u svetu, a naročito u Evropi. Logično, taj problem se u određenoj meri „prelio“ i na našu zemlju, pa imamo, kao što možemo i lično da se uverimo, izvestan broj migranata u našem neposrednom okruženju koji borave, što legalno, što ilegalno. Od tih migranata (bez obzira da li su legalni ili ilegalni), jedan manji broj njih vrše krivična dela u našoj zemlji, zbog čega se mogu i moraju prema njima primeniti neke strožije, efikasnije i sveobuhvatnije mere. To mislimo pre svega na one migrante koji su pravosnažno osuđeni i prema kojima je izrečena mera bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje.

Ne treba zanemariti ni finansijski aspekt ovog problema, odnosno sudskih troškova koji nastaju u krivičnim postupcima. Pre svega mislimo na boravak stranca (migranta) u pritvoru, troškove prevodioca (tumača) jer ne poznaju naš jezik, eventualna veštačenja (npr. lažnih pasoša), angažovanje advokata po službenoj dužnosti jer novca uglavnom nemaju da ga sami angažuju, eventualni troškovi lečenja, kao i eventualni dalji boravak na izdržavanju kazne zatvora u kazneno-popravnim ustanovama.¹⁵ Svi ovi troškovi, koji nisu mali, predstavljaju ozbiljan izdatak u budžetu naše države, a tih krivičnih postupaka u prethodnih nekoliko godina je bilo prilično mnogo.

3. SVRSISHODNOST PRIMENE MERE BEZBEDNOSTI PROTERIVANJE STRANCA IZ ZEMLJE KOD OŠTEĆENJA I UNIŠTAVANJA KULTURNIH DOBARA OD STRANE MIGRANATA

Ono što može da bude veoma opasno u narednom periodu je uništavanje ili oštećenje naših kulturnih dobara od strane migranata. Ova pojava nije uzela maha, ali postoji opasnost da se to u budućnosti desi, naročito ako se ovaj migrantski talas iz Afrike i Azije i dalje nastavi ka evropskom kontinentu. Realna je mogućnost ovakvog „scenarija“ da

¹⁵ Više o tome: M. Milović – V. Darijević, op. cit. str. 359. Inače, generalno posmatrano, procene su da pritvorena ili osuđena lica državu koštaju na dnevnom nivou između 15 i 20 evra, a postoje procene da boravak u pritvoru odnosno zatvoru košta čak i do 50 evra.

pored već navedenih krivičnih dela koja migranti vrše kod nas, budu i krivična dela koja su uperena prema našim kulturno-istorijskim spomenicima, religijskim objektima i slično. Možemo se upitati koja bi u tom slučaju bila svrha kako izrečene krivične sankcije, tako i mere bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje. Sporadično skrnavljenje ovih vrednosti je već zabeleženo kod nas, a da li su to izolovani incidenti ili nešto što nagoveštava nastavak takvih nečasnih radnji teško je prognozirati. Za ove incidente se može reći da su očigledno „obojeni“ izvesnim verskim i kulturnim animozitetom prema tradiciji i kulturi ovog dela Evrope. Tako npr. u martu mesecu 2021. godine je od strane migranta oskrnavljen spomenik Stefanu Nemanji, na Savskom trgu u Beogradu. Tom prilikom je otkinut deo krsta, koji je prilikom bežanja sa lica mesta, taj migrant odbacio.¹⁶ Indikativno je da je baš ošteti deo krsta, kao simbola hrišćanstva, a u pitanju je dvadesetosmogodišnji Avganistanac, što jasno govori da je u pitanju verska netrpeljivost. U vezi tog migranta, treba istaći da je on prekršio od ranije obavezu napuštanja teritoriju Republike Srbije, u roku koji mu je bio određen. Ovo lice je privedeno u policiju gde je uz zahtev za pokretanje prekršajnog postupka bio predat sudiji za prekršaje.¹⁷ Sledstveno tome, možemo se ponovo zapitati, kao što smo već istakli za druga krivična dela u radu, a šta dalje? Osudili ga na zatvorsku kaznu ili ne, to lice će biti u dogledno vreme na slobodi, i ponovo će moći da vrši ista ili slična (pa i druga) krivična i prekršajna dela. Kako je već napomenuto, država nema nikakvu evidenciju o kretanju tih ljudi kojima je izrečena mera bezbednosti ili uopšte obaveze napuštanja Republike Srbije! Dakle, što bi se reklo „vrtimo se u krug“, bez iole opipljivih rezultata.

Drugi primer je lokalno groblje u naselju Rabe u Novom Kneževcu gde je oštećeno više nadgrobnih spomenika. Iako nisu bili uhvaćeni počinioci, postoje saznanja da se radi o migrantima, obzirom da ih je na tim prostorima ima veći broj, koji su na putu ka Mađarskoj, odnosno Evropskoj Uniji.¹⁸ Nema indicija da se radi o domaćem stanovništvu, jer se tako nešto nije dešavalo decenijama i vekovima unazad, pa je gotovo izvesno da se radi o migrantima, a pobude mogu da budu iste, kulturno – verske prirode, kao i u primeru koji smo prethodno istakli. U prilog tome je i činjenica da su porušeni i polomljeni nadgrobnih krstovi,¹⁹ što teško se može pripisati slučajnošću i običnim vandalizmom. Ova lica verovatno za ovaj vandaliski čin nikada neće biti kažnjena jer je izvesno da su napustili teritoriju naše zemlje.

Oštećenje i uništenje kulturno-istorijskih spomenika, uključujući i groblja od strane migranata imamo i u zemljama regiona, naročito u Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj. Gotovo sa identičnim „migrantskim“ problemima se susreću i ove države, ali i druge države na Balkanu, i ono što je zajedničko je da nemaju (kao ni mi) adekvatna rešenja da se izbore sa ovim problemima. Naravno, tu mislimo i na krivična dela i prekršaje koje takođe vrše.

S tim u vezi, treba istaći i da država nema mogućnost naplate štete usled uništenja kulturno-istorijskih dobara i groblja od strane tih istih migranata. Kao što je poznato, oni uglavnom dolaze bez novca (ili se bar tako prikazuju) pa troškove koji nastanu usled skr-

¹⁶ „Oskrnavljen spomenik Stefanu Nemanji“, Radio televizija Srbije, 27. mart 2021. godine, izvor Tanjug, pristup sajtu 09.10.2022. godine

¹⁷ „Uhapšen migrant koji je oskrnavio spomenik Stefanu Nemanji“, Happy BSC portal, izvor Tanjug, pristup sajtu 09.10.2022. godine

¹⁸ „Sramota na groblju u Novom Kneževcu: Vandali rušili i lomili nadgrobnih spomenike, sumnja se da su migranti“, Telegraf, rs od 16.juna 2022. godine

¹⁹ „Oskrnavljena grobna mesta na groblju u naselju Rabe“, izvor Pannon RTV, od 16.06.2022. godine, pristup sajtu 14.10.2022. godine

navljenja ovih dobara mora da snosi država. Dakle, pored troškova krivičnog i prekršajnog postupka koji kao što smo istakli nisu mali, dolazimo u pojedinim situacijama da imamo i dodatne troškove. Imajući u vidu sve napred navedeno, država bi morala naći načina i finansijska sredstva da izrečene mere bezbednosti proterivanja stranca iz zemlje se sprovodu striktno, bez izuzetka i odlaganja u opštem interesu.

4. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Dosadašnja praksa u pogledu primena mera bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje, naročito kada su u pitanju migranti, nije se naročito pokazala efikasnom. O tome ne postoje ni evidencija gde su ta lica i da li su pre svega ta lica (kao prethodno pitanje) napustila našu zemlju, shodno izrečenoj meri. Samim tim, dolazimo do zaključka da je procenat izvršnosti ove mere u sferi nagađanja. Šta više, ne postoje ni približne procene, niti se o ovom pitanju vodila neka evidencija niti preduzimalo nešto konkretnije. Možemo konstatovati da sticajem srećnih okolnosti, ako ih tako možemo nazvati, ti osuđeni strani državljani, mahom migranti, našu zemlju ne smatraju "obećanom zemljom" niti je to njihovo konačno odredište.²⁰ Samim tim, i oni sami žele kao i ostali migranti da što pre napuste teritoriju Republike Srbije i nastave put prema zapadnoevropskim državama. No, uprkos tome, naši državni organi bi morali preduzimati konkretnije mere, koje bi obuhvatale i sprovođenje tih osuđenih stranaca do granica naše zemlje ili obezbediti način da se ta osuđena lica sa izrečenom merom bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje se vrate u zemlju svog porekla ili eventualno neku drugu državu koja bi bila spremna da ih primi. Već duže vremena ni jedna od država u Evropi ne pokazuje želju da primi migrante, jer su ih tokom proteklih godina primili priličan broj. Naročito, ne bi pokazale želju da prime migrante koji su već osuđivani zbog krivičnih dela, što je i razumljivo, naprotiv! Na žalost, problem je i što vraćanje u zemlju porekla je skopčano sa mnogim problemima, od bezbedonosnih do finansijskih, zbog čega ta mogućnost izgleda kao "nemoguća misija". Neke od tih država odakle su došli su u ratu, neki od tih lica ne smeju da se vrate iz straha od odmazde ili osвете, neki nemaju gde da se vrate, a sem toga treba imati u vidu da sa većinom tih država nemamo direktne, saobraćajne veze uključujući i avio letove. Obzirom da su te zemlje udaljene od Srbije nekoliko hiljada kilometara, sprovođenje ove mere bezbednosti je ogroman finansijski problem jer iziskuje velike troškove. Imajući sve ovo u vidu, očigledno je da u dogledno vreme neće biti adekvatnog rešenja za ovu vrstu problema sa migrantima, odnosno transparentnog i efikasnog sprovođenja mere bezbednosti proterivanje stranca iz zemlje.

LITERATURA

- Čejović B., *Krivično pravo u sudskoj praksi*, prva knjiga, opšti deo, drugo izdanje, Beograd, 1985.

²⁰ S tim u vezi, Z. Stojanović opravdano ističe da ova mera bezbednosti ima sasvim drugu težinu za stranca koji je u tranzitu (kao što su migranti – napomena autora) u odnosu na stranca koji živi u Srbiji, gde ima porodicu i gde radi ili studira. – Komentar Krivičnog zakonika, op. cit. str. 329.

- Čejović B., Uloga i značaj mera bezbednosti, Aktuelna pitanja kriminalne politike u Jugoslaviji, Herceg Novi, 1986.
- Happy BSC portal, Uhapšen migrant koji je oskrnavio spomenik Stefanu Nemanji, izvor Tanjug, 2021.
- Marjanović Đ., O suštini mera bezbednosti u jugoslovenskom krivičnom pravu, Anali Pravnog fakulteta, broj 6, Beograd, 1987.
- Milović M. – Darijević V., Mogućnosti naše države u zaštiti svojih interesa u postojećoj migrantskoj krizi sa osvrtom na probleme sa migrantima koji su u sukobu sa zakonom, Megatrend revija, Beograd, broj 4, 2021.
- Pannon RTV, Oskrnjavljena grobna mesta na groblju u naselju Rabe, 2022.
- Radio televizija Srbije, Oskrnjavljen spomenik Stefanu Nemanji, izvor Tanjug, 2021.
- Simić I. – Trešnjev A., Zbirka sudskih odluka iz krivičnopravne materije, 500 odluka, peta knjiga, Službeni glasnik, Beograd, 2004.
- Stojanović Z., Krivično pravo, opšti deo, drugo izdanje, Službeni glasnik, Beograd, 2000.
- Stojanović Z., Komentar Krivičnog zakonika, četvrto izdanje, Službeni glasnik, Beograd, 2012.
- Telegraf, rs – Sramota na groblju u Novom Kneževcu: Vandali rušili i lomili nadgrobne spomenike, sumnja se da su migranti, 2021.

Marko M. Milović
Borivoje Baltezarevic

343.264:343.852(497.11)
341.43
DOI: 10.5937/MegRev2203243M
Originalni naučni rad
Primljen: 25.10.2022.
Odobren: 15.11.2022.

(NO) EFFICIENCY OF IMPLEMENTING SECURITY MEASURES TO EXPEL FOREIGNERS FROM THE COUNTRY WITH SPECIAL ATTENTION TO MIGRANTS

Abstract: *At a time of the migrant crisis in the world, a certain number of this population is present. Some of them are expected to commit crimes on the territory of the Republic of Serbia, which is why criminal proceedings are being pursued before our judiciary. Pursuant to legal regulations, since they are foreign nationals, after the completion of the criminal proceedings in which they are found guilty, they are necessarily given a security measure to expel a foreigner from the country under Article 88. The criminal code. But then problems arise in practice because other than instructions to leave our state, no other “steps” are taken to actually implement the measure, and for these persons to physically leave our country. In addition, there is a latent danger of further committing crimes (and not just criminal ones!), which can be reflected in attacks on our cultural historical goods. Therefore, in practice it can arise (although this problem has existed for many years) with persons – migrants who have committed a crime, when the criminal proceedings are finalised, how to implement this security measure, which is the essence of this work.*

Keywords: *migrant, crimes, criminal proceedings, detention, security measures to expel a foreigner from the country.*

Milica Rakonjac*

343.91-053.6

343.95:159.97

343.238-053.6

DOI: 10.5937/MegRev2203255R

Primljen 16.12.2021.

Odobren 23.02.2022.

Stručni članak

RECIDIVIZAM KRIVIČNIH DELA U MALOLETNIČKOJ DELINKVENCiji

Sažetak: *Recidivizam maloletnih učinilaca krivičnih dela u domaćoj stručnoj literaturi je nedovoljno istražena društveno neprihvatljiva pojava, u odnosu na kriminalitet punoletnih lica. Iako je maloletnička delinkvencija po obimu široko rasprostranjena u zemljama širom sveta pa i kod nas, statistički podaci govore da postoji velika disproporcija u pogledu zastupljenosti recidivizma maloletnih učinilaca krivičnih dela u ukupnom kriminalitetu. Recidivizam je pojava koja se može izučavati sa aspekta nekoliko oblasti poput krivičnogopravne, kriminološke, penološke, međutim za potrebe ovog rada, fokus je na krivičnogopravnoj nauci.*

Cilj rada je da se ukaže na sam pojam i razvoj recidivizma kod maloletnih lica i to sa aspekta pravne nauke. Međutim, kroz ovaj rad nastojaće se što detaljnije prikazati vrste krivičnih dela i oblasti kriminaliteta, gde se maloletnici najčešće javljaju kao povratnici u izvršenju.

Ključne reči: *maloletnička delinkvencija, maloletnici, krivična dela, recidivizam.*

* Istraživač pripravnik, IRM Bor. Doktorand Pravnog fakulteta Univerziteta Megatrend, Beograd; milica.rakonjac@gmail.com

1. UVOD

Delinkventno ponašanje maloletnih lica često je indicija kompleksnih poremećaja u ponašanju koje nadalje ugrožavaju sam razvoj maloletnika te njegovu mogućnost da efikasno i pozitivno deluje u društvenoj zajednici. Savremena društva posebnu pažnju pridodaju kriminalitetu maloletnika, obzirom da je reč o budućem naraštaju od kojeg zavisi celokupni razvoj društva i zajednice u budućnosti.

Maloletnička delinkvencija je fenomen koji se i sociološki i kriminološki izdvaja kao posebna kategorija u okviru opšteg kriminaliteta, upravo zbog psiholoških, bioloških, socijalnih, ali i pravnih svojstava maloletnih lica. Istorijski gledano, u periodu pre 18. i 19. veka, proučavanje kriminaliteta kao društveno negativne pojave, bilo je dosta sporadično i individualno, sve dok se kriminologija nije izdvojila kao posebna nauka, čiji je cilj bio suzbijanje kriminaliteta te proučavanje i objašnjenje uzroka istog. U tom pogledu, proučavalo se i delinkventno ponašanje maloletnih lica, a posebno onih koji se u vršenju krivičnih dela javljaju ponovo. Sa kriminološkog aspekta takva lica se smatraju recidivistima (povratnicima) u vršenju krivičnih dela.

Pored toga što maloletnička delinkvencija predstavlja ozbiljan društveni problem, važno je istražiti i pojavu recidivizma odnosno kriminalnog povrata kod maloletnika, u svrhu otkrivanja uzroka te suzbijanja ove negativne pojave. Suzbijanje maloletničkog kriminaliteta i kriminalnog povrata pozitivno utiče na suzbijanje kriminaliteta uopšteno, ako se uzme u obzir činjenica da većina osuđenih kriminalaca svoju karijeru započinje još u adolescenciji.

Jedna od karakteristika maloletničke delinkvencije u zemljama širom sveta jeste povećanje recidivizma (povrata) maloletnih učinilaca u vršenju krivičnih dela. Recidivizam je društveni fenomen čije precizno definisanje zavisi od samog aspekta posmatranja. Dakle u tom slučaju, pitanje je da li se radi o kriminološkom, krivičnopravnom ili penološkom pristupu. Obzirom, da se ova tema razrađuje u oblasti pravne nauke, u tom slučaju, fokus je na krivičnopravnom pristupu. Kada je reč o maloletničkom recidivizmu u krivičnopravnom smislu, pod tim pojmom se može podrazumevati maloletnik koji je ponovo izvršio krivično delo nakon što je izdržao kaznu za to delo ili mu je kazna zastarela ili je oslobođen od daljeg izdržavanja kazne. Obzirom na činjenicu da povrat zahteva izrečenu kaznu, tako i u slučaju maloletnih učinilaca, kazna mora biti izrečena prema istom.

U strukturi krivičnih dela koje maloletnici vrše u većini zemalja širom sveta preovlađava imovinski kriminalitet. O navedenom govore mnogobrojna istraživanja na temu maloletničke delinkvencije, kao i zvanični statistički podaci Republičkog zavoda za statistiku Srbije. Pored toga, sve veći broj maloletnika se javlja u ponovnom vršenju krivičnih dela i prekršaja, što situaciju još dodatno čini težom i složenijom. Kao što je napred navedeno, najzastupljenija su krivična dela protiv imovine, a na drugom mestu, odmah se nalaze krivična dela protiv života i tela, što je veoma zabrinjavajuća okolnost. Maloletnici, su postali sve nasilniji i agresivniji i s tim u vezi sve je veći broj krivičnih dela nanošenja teških i lakih telesnih povreda. Generalno gledajući, kriminalitet u vezi sa maloletnicima, ima sledeće karakteristike: u stalnom je porastu, javlja se u novim i složenijim oblicima, sve se više ispoljava kroz nasilje, agresiju, svirepost, bahatost, zatim i grupno vršenje krivičnih dela je sve prisutnije, pa se zbog toga javlja u sve organizovanijem obliku i na kraju recidivizam maloletnika iz dana u dan je u sve većem porastu.

2. RECIDIVIZAM MALOLETNIH UČINILACA KRIVIČNIH DELA

Pre nego što se konkretno fokusiramo na samu temu, a koja se odnosi na recidivizam maloletnih lica, radi lakšeg razumevanja, ukazaćemo na neke osnovne definicije i određenja recidivizma odnosno povrata. Sama reč povrat potiče od latinske reči *interum jadere*, što u doslednom prevodu znači ponovo pasti. U našem jeziku, povrat ima više značenja, a neka od njih su: ponavljanje, vraćanje, nastavljajanje sa nečim ranije započetim, ponovo padanje u istu grešku. U latinskom jeziku, *recidivus* je povratnik, odnosno osoba koja učini ponovo isto ili slično krivično delo.¹ Prema Krivičnom zakoniku Republike Srbije², povrat se definiše na sledeći način „ako je učinilac krivičnog dela učinjenog sa umišljajem ranije osuđen za umišljajno delo, sud će tu okolnost uzeti kao otežavajuću, ako od ranije osude ili izdržane kazne nije proteklo pet godina.“

Najstariji period u razvoju krivične odgovornosti maloletnih lica prethodio je nastanku prvih škola krivičnog prava. Osnovna karakteristika tog perioda bila je regulisanje krivične odgovornosti maloletnih lica, na isti način kako je to izvršeno prema punoletnim licima. Pomenuti period obuhvata celi stari i srednji vek i traje sve do Francuske buržoaske revolucije. Sve dok nije došlo do pojave prvih škola krivičnog prava, nije se posebna pažnja poklanjala niti se vodilo računa o položaju maloletnika. Pozitivistička i sociološka škola imale su ogroman uticaj u krivičnopravnom sagledavanju starosnih granica maloletstva.³

U našem krivičnom zakonodavstvu, Zakonom o izmenama i dopunama Krivičnog zakonika FNRJ iz 1959. godine u posebnoj glavi izdvojene su odredbe o kažnjavanju maloletnika, koji izvrše neko krivično delo.⁴ U Srbiji 1. januara 2006. godine konstituisano je maloletničko krivično pravo. Zakon o maloletnim učinilcima krivičnih dela i krivičnopravnoj zaštiti maloletnih lica⁵ predstavlja jedan veoma značaj propis koji obuhvata celokupnu materiju maloletničkog krivičnog prava, kako materijalni i procesni, tako i izvršni deo.⁶ Prema navedenom zakonu, odredbe se ne mogu primeniti prema licu koje u vreme izvršenja dela nije napunilo četrnaest godina, jer u krivičnopravnom smislu još uvek je reč o detetu koje ne može biti krivično odgovorno.

Kriminalni povrat ili recidivizam kod maloletnih učinilaca krivičnih dela jedna je od najsloženijih pojava vezanih za maloletnički kriminalitet. Veliki broj maloletnih delinkvenata nakon prolaska kroz krizne periode odrastanja odustaje od kriminalnih modela ponašanja. Međutim, mnoga su istraživanja potvrdila ukorenjenu pretpostavku da veliki broj povratnika u vršenju krivičnih dela započinje svoju kriminalnu karijeru u adolescenciji. Iz

¹ Skakavac Tatjana (2014): *Recidivizam maloletnih učinilaca krivičnih dela*, Niš: Pravni fakultet, 28.

² *Službeni glasnik Republike Srbije*, 85/2005, 88/2005 - ispr., 107/2005 - ispr., 72/2009, 111/2009, 121/2012, 104/2013, 108/2014, 94/2016 i 35/2019. čl. 55/1.

³ Konstatinović V. Slobodanka, Ristanović N. Vesna, Kostić Miomira (2009): *Kriminologija*, Niš: Pelikan, 221.

⁴ Jovašević Dragan (2011): *Maloletničko krivično pravo*, Niš: Pravni fakultet, 13.

⁵ *Službeni glasnik Republike Srbije*, 85/2005.

⁶ Skakavac Tatjana, 58.

tog razloga, veoma je bitno razumevanje faktora koji dovode do ponovljenih krivičnih dela maloletnika, kako bi se efikasnije i bolje pristupilo sprečavanju istih.⁷

U teoriji postoji veoma različita shvatanja i mišljenja oko određivanja pojma recidivizma (povratništva, povrata) u činjenju krivičnih dela. Jedna opšta i od svih prihvaćena definicija do sada nije stvorena jer ovu pojavu konstituise niz elemenata koji se različito shvataju i tretiraju. Kao što smo napred naveli, u mnoštvu definicija o maloletničkom recidivizmu, moguće je izdvojiti svega tri, obzirom na same karakteristike maloletnika, ali i maloletničkog prestupništva: krivičnopravna, kriminološka i penološka definicija.

Prema krivičnopravnoj definiciji povrat predstavlja ponovno vršenje krivičnih dela od strane maloletnika koji je već bio osuđen za neko krivično delo. Ova definicija polazi od postojanja jedne ili više pravosnažnih sudskih odluka pre izvršenja krivičnog dela, koje je predmet sudske rasprave, zatim od prirode krivičnog dela, vremenskog intervala između izvršenih krivičnih dela i broja izvršenih krivičnih dela. U okviru krivičnopravne definicije razlikuju se opšti i specijalni povrat. Opšti povrat je ponovno izvršenje bilo kojeg krivičnog dela posle izricanja sankcije za ranije izvršeno krivično delo, dok je specijalni povrat ponovno vršenje istog krivičnog dela posle ranije osude za to krivično delo. Teorija krivičnog prava i krivični zakon pojedinih zemalja razlikuju takođe obični povrat od tzv. višestrukog povrata, koji postoji kada lice više puta vrši krivična dela pokazujući sklonosti i navike za vršenje istih ili različitih krivičnih dela.⁸

Za razliku od krivičnogpravog definisanja recidiva maloletnika, kriminološko shvatanje polazi od izvršenja novog krivičnog dela bez obzira na prethodnu osuđivanost za ranije izvršeno krivično delo. Bitno je da je jedno lice izvršilo više od jednog krivičnog dela iste vrste ili bilo koje drugo krivično delo. Prema kriminološkoj definiciji materijalno postoji više krivičnih dela i sva su ona povezana izvesnim svojstvima ličnosti njihovog učinioca. Penološka definicija povrata kod maloletnika polazi od ponovnog dolaženja učinioca krivičnog dela u kaznenu ili drugu ustanovu radi izvršenja krivične sankcije institucionalnog karaktera za delo koje je učinio posle izdržane sankcije za prethodno krivično delo.⁹

Prilikom definisanja recidivizma kod maloletnika nameću se određene specifičnosti obzirom na poseban položaj maloletnih lica u krivičnom pravu. Kod punoletnih učinilaca krivičnih dela, povratnikom se smatra svaka osoba kojoj je za učinjeno delo već izrečena krivična sankcija. Međutim, ovu definiciju ne možemo primeniti na maloletne učinioce, iz više razloga. Kod maloletnih lica ova definicija ne obuhvata sve povratnike, obzirom na činjenicu da kod maloletničke delinkvencije odnosno maloletne delinkventne populacije deluju normativni mehanizmi zbog kojih tek mali deo učinilaca bude izveden pred sud u svrhu izricanja presude. Konkretnije rečeno, svega jedna petina maloletnih učinilaca bude izvedena pred sud radi izricanja neke od sankcija.¹⁰

⁷ Singer Mladen, Hirjan Franjo (1991): *Maloletnici u krivičnom pravu: materijalnopravni i procesnopravni položaj maloletnih učinilaca krivičnih dela, krivičnopravna zaštita maloletnika, kriminalna politika*, Zagreb: Globus, 28.

⁸ Ministarstvo pravde Federacije Bosne i Hercegovine (2016): *Zaštita i postuoanje sa decom i maloletnicima u krivičnom postupku*, Sarajevo: Save the Children, 36.

⁹ *Ibid*, 36.

¹⁰ Radusin Lana (2018): *Kriminalni povrat maloletnika*, Zagreb: Univerzitet u Zagrebu, Hrvatski studij, 5.

Drugi razlog, je što se prema jednom broju maloletnika ne može primeniti bilo kakva mera od tužioca ili sudije, jer u vreme izvršenja krivičnog dela nisu imali navršenih četrnaest godina života i po odredbama krivičnog zakonodavstva spadaju u kategoriju dece odnosno u kategoriju krivično neodgovornih osoba.¹¹

I na kraju, treći razlog je što se u kategoriji odgovornih maloletnika, odnosno lica u dobi od 14 do 18 godina života veoma često primenjuje načelo oportuniteta. Singer ističe da se ovo načelo primenjuje i povodom prijave, pri odlučivanju povodom dovršenog pripremnog postupka, pa i u trenutku većanja o vrsti sankcije koju bi trebalo izreći. Zato, ukoliko bismo recidivistima smatrali samo one maloletnike kojima je izrečena neka sankcija, dobili bismo pogrešnu percepciju o stvarnoj rasprostranjenosti recidivizma kod maloletnih lica. Realan osvrt na stanje i kretanje kriminalnog povrata kod maloletnih učinilaca, možemo dobiti, ako povrat posmatramo u odnosu prema ukupno prijavljenim, a ne samo pravosnažno presuđenim maloletnicima i naravno ako pojam povrata definišemo ekstenzivno, pa u tom slučaju povratnicima ne smatramo samo one koji su presuđeni, nego i one koji su prijavljeni.¹²

U stručnoj literaturi pojava recidivizma među maloletnim delinkventima označava se kao siguran indikator neuspeha mera resocijalizacije ili izostanka određene društvene reakcije, jer zajednička, spoljašnja karakteristika svih recidivista, bez obzira na podele, ogleđa su u tome što prema njima krivična sankcija ili neki drugi, alternativni, oblik društvene reakcije za prvo ili ranije izvršena krivična dela nije dala neke pozitivne rezultate, čak naprotiv oni su nastavili sa delinkventnim ponašanjem i vršenjem krivičnih dela.¹³

Značaj proučavanja recidivizma jeste u ukazivanju na povećanu društvenu opasnost recidivizma, koja se ogleđa u njegovoj postojanosti te povezanosti sa drugim devijantnim ponašanjima. Recidivisti ne predstavljaju homogenu skupinu, već se razlikuju po psihološkim, socijalnim i drugim karakteristikama, tako da je veoma teško izvršiti određenu klasifikaciju maloletnika i posmatrati recidiviste po određenim tipovima. Prema dosadašnjim istraživanjima, uzroci recidivizma učinilaca krivičnih dela su mnogobrojni i veoma heterogeni. Međutim, kada je reč konkretno o maloletnicima, najvažniji faktori su:

1. uzroci vezani za porodicu (bez roditelja ili nepotpuna porodica; loši odnosi između roditelja u porodici; jedan ili oba roditelja sklona devijantnom ponašanju; pojava alkoholizma, narkomanije i drugih sociopatoloških pojava u porodici; nasilje u porodici);

2. uzroci ekonomske prirode (nezaposlenost roditelja, nerešena stambena pitanja, nemaština i sl.);

3. uzroci vezani za ličnost maloletnika (nizak nivo vaspitanja i obrazovanja, inteligencija ispod proseka; loše ili nikakve radne navike, devijantno ponašanje od ranog detinjstva kao što su narkomanija, alkoholizam, bežanje od kuće, napuštanje škole, svađe, tuče i druga nedolična ponašanja);

4. uzroci vezani za socijalnu sredinu (loša socijalna situacija i okruženje; porast vršnjačkog nasilja, odbačenost u socijalnoj sredini, porast delinkventnog ponašanja među vršnjacima).¹⁴

¹¹ Buljubašić Suada (2011): Recidivizam u maloletničkoj delinkvenciji, *Zbornik radova Pedagoškog fakultet u Zenici*, 9, 173-187

¹² Singer Mladen (1996): *Kriminologija*, Zagreb: Globus, 217.

¹³ Buljubašić Suada, 194.

¹⁴ Konstatinović V. Slobodanka, Ristanović N. Vesna, Kostić Miomira, 219.

Sem tih nekih psiholoških faktora koji su direktno vezani za osobine ličnosti i koji utiču na recidivizam kod maloletnika, u literaturi se često navodi da veliki broj maloletnika recidivista spada u grupu sociopata ili psihopata. Obzirom na osobine koje sociopate odnosno psihopate imaju, kao što su implusivnost, eksplozivnost, razdražljivost, bezosećajnost, egoizam i povodljivost u moralno-etičkoj oblasti; uzbudljivost, kolebljivost, nestalnost, emocionalna nezrelost, emocionalna hladnoća, izopačena seksualnost, sugestibilnost, nemogućnost adaptacije na postojeće životne prilike i uslove, nedostatak čvrsto postavljenog životnog cilja i sl., proizilazi da kod njih mogu postojati predispozicije ka kriminalnom ponašanju. Svakako da se sve navedene osobine ličnosti ne mogu posmatrati izolovano i odvojeno od delovanja ostalih faktora na ponavljanje kriminalnog ponašanja.¹⁵

Povratnici u kriminalitetu maloletnih učinilaca su uglavnom psihopatski strukturirane ličnosti, veoma često je reč bezosećajnim, egocentričnim, emotivno labilnim i povodljivim osobama, sa izrazito negativnim odnosom prema radu i takođe je prisutno odsustvo radnih navika. Osobe u kriminalnom povratu vrlo su problematičan deo svake delinkventne populacije, bilo da je reč o maloletnim ili punoletnim učiniocima krivičnih dela. Ono što je posebno zabrinjavajuća okolnost jeste daje poslednjih godina na našim prostorima zabeležen i porast vršnjačkog nasilja u kategoriji maloletnih lica. Dakle, agresivnost i impulsivnost maloletnih lica je sve prisutnija u našoj zemlji. Posledica takvog ponašanja je sve veći broj ubistava, teških telesnih povreda i drugih delikata koja imaju obeležja nasilja. Nasilje je eksplodiralo u poslednjih dvadesetak godina, a najčešće se manifestuje kroz navijačke obračune, tuče na ulici, u diskotekama, školskim dvorištima i sličnim mestima.¹⁶

MALOLETNO LICE-RECIDIVISTA U VRŠENJU POJEDINIH KRIVIČNIH DELA

Veoma interesantan je podatak da je struktura izvršenih krivičnih dela veoma slična, pa gotova ista u dužem vremenskom periodu kada je reč i Republici Srbiji. Tako na primer, islustracije radi, možemo navesti podatke o maloletničkom kriminalitetu na području tadašnje NR Srbije, koja je uključivala i Autonomnu pokrajinu Kosovo i Metohiju, za period od 1953. do 1956. godine, iz monografije Vaspitno-popravni dom Kruševac-60 godina postojanja i rada/ 1947-2007, u kojoj je zapisano: *Maloletnici u najvećem broju slučajeva vrše krivična dela protiv društvene i privatne svojine, a zatim krivična dela protiv života i tela.*¹⁷

U navedenoj monografiji se prikazuje sledeće: maloletnici najčešće vrše krivična dela protiv društvene i privatne svojine i to kroz dela krađe, gde je zabeleženo veći broj oduzimanja stvari manje vrednosti (namirnice, slatkiši, sportski rekviziti), mada su evidentirane i teške krađe (provaljivanje, uzimanje robe i novca veće vrednosti). Najčešći razlog koji maloletnici navode jeste nedostatak materijalnih sredstava za zadovoljenje vlastitih želja.

Takođe navodi se da nedovoljan rad na preventivi i na suzbijanju navedenih negativnih pojava kod maloletnika u samom početku od strane društvene zajednice i nepružanje po-

¹⁵ Skakavac Tatjana, 64.

¹⁶ *Ibid*, 64.

¹⁷ *Vaspitno-popravni dom Kruševac- 60 godina postojanja rada/ 1947-2007* (2007), Gornji Milanovac: Grafoprint, 26-27.

moći porodici i samom maloletniku dovodi do toga da se on formira kao mladi delinkvent. Na kraju se ističe još nekoliko zapažanja: uglavnom se radi o mlađim maloletnicima koji su nezaposleni, bez škole i zanata. Ako su učenici, reč je osobama koje slabo uče, imaju slabo vladanja i predstavljaju problem i za školu i za porodicu. Najveći broj maloletnika, izvršilaca krivičnih dela potiče iz većih gradova, industrijskih centara: Beograd, Niš, Novi Sad, Svetozarevo (sadašnja Jagodina).¹⁸

Prema istraživanjima pojedinih autora, isti su došli do zaključka da je povećan broj maloletnih lica koji ponovno vrše ista ili druga krivična dela za koje su presuđeni, i da sudovi iz različitih gradova iz Republike Srbije izriču različite visine kazni za isto krivično delo. Takođe postoje i razni primeri gde maloletnici ne poštuju izrečene kazne i ne žele bilo kakav kontakt sa roditeljima, Centrom za socijalni rad i sl. Tako npr. u Kruševcu maloletniku je izrečena vaspitna mera pojačanog nadzora od strane roditelja, koja nije izvršena na adekvatan način jer maloletnik nije hteo da saraduje sa Centrom za socijalni rad. Stručni tim je tada predložio da se tom maloletniku, koji je ujedno i povratnik u izvršenju, umesto vaspitne mere izrekne mera upućivanja u vaspitnu ustanovu, jer su smatrali da samo tako mogu uticati na njegovu resocijalizaciju i izlazak na pravi put. Sud je usvojio u tom slučaju date sugestije i predloge, i maloletnika uputio u vaspitno popravni dom u Kruševcu. Navedeni primer ukazuje na zaključak da na pojedine maloletnike vaspitne mere i preporuke ne ostavljaju pozitivan efekat i da oni nastavljaju sa vršenjem krivičnih dela. U tom slučaju, neophodno je preduzeti strožije mere i sankcije, kada bi maloletnik uvideo da to što čini nije ispravno i društveno prihvatljivo ponašanje.¹⁹

Zvanični statistički podaci o maloletnom recidivizmu su u suprotnosti sa mišljenjima mnogih stručnjaka, jer oni upozoravaju da je reč o „statističkoj varci“ i da je taj broj u stvarnosti znatno veći. Procenjuje se da se recidivizam maloletnih učinilaca krivičnih dela kreće između 80% i 85%, što je znatno više od stope povrata punoletnih učinilaca krivičnih dela, koja iznosi oko 65%. Navedeni brojevi, koji se tiču maloletnih i punoletnih povratnika u izvršenju krivičnih dela, slični su u većini zemalja regiona i širom Evrope, tako da ni Srbija u tom pogledu uopšte puno ne odstupa.

Međutim, postavlja se pitanje, zašto se statistički podaci drastično razlikuju od stvarne situacije. Odgovor na ovo pitanje je veoma jednostavan. Zvanična statistika kao povratništvo tretira samo ono krivično delo i maloletnika, koje se prvi put desilo u vreme kada je maloletnik imao između 14. i 18. godina života. Dakle, u obzir se ne uzimaju ponašanja maloletnika pre navršenih 14. godina života, što dovodi do ogromnih razlika. Pored toga, ukoliko takav maloletnik u skorijem vremenu izvrši delo kao punoletno lice, on se više ne smatra kao maloletni prestupnik, što stvara privid malog broja povratnika među maloletnim licima.²⁰

Struktura krivičnih dela maloletnih izvršilaca u ovom radu sagledana je kroz tabelu prijavljenih maloletnih lica (tabela 1) prema krivičnom delu za period od 2015. do 2019. godine i izrečenih krivičnih sankcija prema krivičnom delu (tabela 2).

¹⁸ *Ibid*, 27-28

¹⁹ Krstić Željko (2014): Činitelji delinkventnog ponašanja, *Stručni rad JAHR vol. 5/2, No. 10*, 323-348

²⁰ Helsinški odbro za ljudska prava u Srbiji (2002): *Praćenje reforme zatvorskog sistema u Srbiji - stanje ljudskih prava - Ustanove za izvršenje krivičnih sankcija prema maloletnicima*. Beograd.

Tabela 1: Maloletnici-prijave prema krivičnom delu, 2015-2019

Krivično delo	2015	2016	2017	2018	2019
Protiv života i tela	414	535	510	452	440
Protiv sloboda i prava čoveka i građanina	86	150	138	128	171
Protiv polne slobode	39	47	40	49	54
Protiv imovine	1912	1914	1696	1289	1321
Protiv privrede	13	14	17	9	10
Protiv zdravlja ljudi	181	145	198	224	260
Protiv bezbednosti javnog saobraćaja	67	58	76	44	43
Protiv javnog reda i mira i pravnog saobraćaja	428	513	512	350	364
Ostala krivična dela	215	267	278	199	240
Ukupno	3355	3643	3465	2744	2903

U tabeli 1 vidljivo je da se broj prijavljenih maloletnih učinilaca krivičnih dela u posmatranom periodu, statistički gledano, kretao u rasponu od 2744 (2018) do 3643 (2016). Najveći broj prijavljenih maloletnih izvršilaca krivičnih dela evidentiran je 2016. godine (3643), što ukazuje na eskalaciju maloletničkog kriminaliteta, koji se najpre može tumačiti određenim socijalnim i ekonomskim prilikama. U tom smislu može se posmatrati i 2017. godina, kada je zabeleženo 3465 krivičnih dela. Najmanji broj prijavljenih maloletnih učinilaca krivičnih dela zabeležen je 2018. godine (2744) što je za skoro 25% manje u odnosu na 2016. godinu, zatim i 2019. godine (2903), što je za 20% manje nego 2016. godine.

Posmatrajući strukturu broja prijavljenih maloletnih lica prema vrsti krivičnog dela uočljivo je da je najveći broj njih evidentiran za krivična dela protiv imovine. Najveći broj prijavljenih imovinskih krivičnih dela zabeležen je u 2016. godini (1914), a najmanji 2018. godine (1289). Nakon toga, slede krivična dela protiv života i tela, najviše u 2016. godini (535), a najmanje u 2015. (414), s tim da je primećen pad ove vrste krivičnih dela posle 2016. godine. I na trećem mestu, nalaze se krivična dela protiv javnog reda i mira i pravnog saobraćaja, gde je najviše njih izvršeno tokom 2016. godine (513), a najmanje 2018. godine (350). Ono što je posebno interesantno, jeste da broj krivičnih dela protiv zdravlja ljudi, od strane maloletnih lica, je u stalnom porastu. Ono što se na kraju, može konstatovati jeste da maloletna lica najčešće vrše krivična dela protiv imovine, pri čemu su najzastupljenije krađe i teške krađe. U strukturi krivičnih dela protiv života i tela najzastupljenije krivično delo je laka telesna povreda, a kada je reč o delima protiv javnog reda i mira i pravnog saobraćaja, tu se svakako ističe krivično delo nasilničkog ponašanja.²¹

²¹ Republički zavod za statistiku (2020): *Bilten. Maloletni učinioци krivičnih dela u Republici Srbiji, 2019 - prijave, optuženja i osude*. Beograd, 13.

Tabela 2: Maloletnici-podnet predlog veću za izricanje krivične sankcije, prema krivičnom delu 2015-2019

Krivično delo	2015	2016	2017	2018	2019
Protiv života i tela	259	258	223	206	213
Protiv sloboda i prava čoveka i građanina	37	57	57	53	54
Protiv polne slobode	22	36	26	36	40
Protiv imovine	1456	1432	1084	898	897
Protiv privrede	15	17	13	9	9
Protiv zdravlja ljudi	194	163	186	277	357
Protiv bezbednosti javnog saobraćaja	47	24	31	24	30
Protiv javnog reda i mira i pravnog saobraćaja	393	372	258	228	251
Ostala krivična dela	112	146	114	118	151
Ukupno	2535	2505	1992	1849	2002

Prema podacima iz tabele 2, koja ukazuje na broj podnetih predloga veću za izricanje krivične sankcije maloletnom licu, za period od 2015. do 2019. godine, najveći broj predloga podnet je 2015. godine (2535), dok je najmanje predloga podneseno 2018. godine (1849). Obzirom da je najveći broj krivičnih dela iz oblasti imovinskog kriminaliteta, tako je i broj podnetih predloga za krivična dela protiv imovine najveći. 2015. godine podnesen je najveći broj predloga, 1456, te je i naredne 2016. podnet 1432 predlog. Ostale godine beleže pad podnetih predloga, ali obzirom da je 2019. godina zabeležila porast krivičnih dela, samim tim i broj predloga je povećan. Na drugom mestu nalaze se krivična dela protiv javnog reda i mira i pravnog saobraćaja, a treće mesto zauzimaju krivična dela protiv života i tela. Sledeća po brojnosti su krivična dela protiv zdravlja ljudi.²²

Prema podacima iz tabele 3 vidljivo je da je 2016. godina sa najviše izrečenih krivičnih sankcija prema maloletnim licima, što opet i nije iznenađujuća okolnost, obzirom da je ova godina zabeležila i najveći broj prijavljenih maloletnih lica. 2018. godina, obzirom da je imala najmanji broj prijavljenih maloletnika, logičan je sled, da će na kraju imati i najmanji broj izrečenih krivičnih sankcija, ukupno 1548. Najmanji broj izrečenih krivičnih sankcija prema maloletnicima zabeležen je 2018. godine (1548) što je za skoro 24% manje u odnosu na 2016. godinu, a zatim i 2017. godine (1633) što je za oko 20% manje nego u 2016. godini.

Kada je reč o strukturi prijavljenih maloletnih učinilaca krivičnih dela prema izrečenim krivičnim sankcijama, najveći broj njih evidentiran je za krivična dela protiv imovine. Najveći broj izrečenih krivičnih sankcija zabeležen je tokom 2016. godine (1172), a najmanje 2018. godine (743). Sledeća grupa dela po najvećoj procentualnoj zastupljenosti izrečenih krivičnih sankcija pripada onim protiv javnog reda i mira i pravnog saobraćaja, gde je najviše sankcija izrečeno u 2016. godini (285), a najmanje 2018. (179). I na trećem mestu, nalaze

²² *Ibid*, 29.

Tabela 3: Maloletnici-izrečene krivične sankcije prema krivičnom delu, 2015-2019

Krivično delo	2015	2016	2017	2018	2019
Protiv života i tela	197	205	185	174	172
Protiv sloboda i prava čoveka i građanina	29	51	52	45	51
Protiv polne slobode	12	29	23	31	37
Protiv imovine	1143	1172	887	743	763
Protiv privrede	9	8	11	9	9
Protiv zdravlja ljudi	156	142	156	254	298
Protiv bezbednosti javnog saobraćaja	29	23	27	20	24
Protiv javnog reda i mira i pravnog saobraćaja	263	285	197	179	196
Ostala krivična dela	88	117	95	93	126
Ukupno	1926	2032	1633	1548	1676

se krivična dela protiv života i tela, gde je najveći broj izrečenih sankcija zabeležen tokom 2016. godine (205), a najmanje 2019. (172).²³

Kada je konkretno reč o prethodno osuđivanim, na području Republike Srbije, za period 2019. godine, od ukupno 1676 izrečenih sankcija prema maloletnim izvršiocima, njih 286 su bili povratnici. Od toga najviše maloletnih lica dolazi sa područja Vojvodine (120), zatim regiona Južne i Istočne Srbije (85), 55 ih dolazi iz regiona Šumadije i Zapadne Srbije, te 26 maloletnih povratnika sa područja Beograda. Kada se govori o oblastima kriminaliteta i povrata u vršenju krivičnih dela, najviše ih pripada imovinskom, odnosno najviše se vrše krivična dela krađe i teške krađe. Ono što je posebno poražavajuća okolnost, jeste da i stopa krivičnih dela sa obeležjima nasilja konstantno raste iz godine u godine, te da je sve veći broj maloletnih povratnika u vršenju krivičnih dela poput lake telesne povrede i nasilničkog ponašanja.²⁴

4. ZAKLJUČAK

Maloletnička delinkvencija je veoma stara društvena pojava, ali se tek sredinom dvadesetog veka ovom problemu počela pridavati posebna i ogromna pažnja, obzirom na posledice koje za sobom ostavlja, te kretanja i rasprostranjenost ovog fenomena. U većini zemalja širom sveta, maloletnička delinkvencija po obimu je značajno zastupljena (oko 20%), a poslednjih godina beleži tendenciju stalnog rasta. Danas se pod pojmom maloletničke delinkvencije podrazumeva širok spektar različitih, društveno neprihvatljivih i zakonom

²³ *Ibid*, 45

²⁴ *Ibid*, 46

kažnjivih ponašanja, počev od asocijalnih i antisocijalnih, preko delinkventnih pa sve do težih oblika kriminalnog ponašanja.

Kriminalitet maloletnih lica okarakterisan je nizom specifičnosti, a jedna od osnovnih je da je u stalnom porastu, da se javlja u složenijim i težim oblicima, sa ispoljavanjima velike količine nasilja, svireposti i brutalnosti i ono što je posebno zabrinjavajuće jeste i pojava recidivizma. Ova karakteristika maloletničke delinkvencije, odnosno povrat ili recidivizam, iz godine u godinu se povećava.

Maloletnički kriminalitet ima niz zajedničkih karakteristika sa kriminalitetom punoletnih lica, a zbog svojih specifičnosti izdvaja se u posebnu kategoriju. U raznim literaturama i kod mnogobrojnih autora, može se uočiti pet osnovnih obeležja maloletničkog kriminaliteta: saizvršilaštvo (saučestvovanje) u vršenju krivičnih dela; recidivizam ili povrat; visok stepen tamne brojke u otkrivanju maloletnih izvršilaca krivičnih dela i kontinuitet u vršenju krivičnih dela do prelaska u profesionalno bavljenje kriminalitetom. Ovo poređenje je izvršeno i predstavljeno samo radi jedne činjenice, a to je, da se recidivizam maloletnika nalazi na drugom mestu, kada se sagleda celokupna negativna pojava maloletničkog kriminaliteta. Ovo je bitno, jer ukazuje na činjenicu, a i potvrđuje rezultate istraživanja predstavljene u prethodnim segmentima, a koje se odnose na to da je sve veći broj maloletnika, povratnika u vršenju krivičnih dela.

Povrat u krivičnopravnom smislu predstavlja ponovno izvršenje krivičnog dela od strane lica koje je pravosnažno osuđeno za krivično delo. Što se tiče maloletničkog recidivizma u krivičnopravnom smislu, pod tim pojmom možemo smatrati maloletno lice koje je ponovo izvršilo krivično delo nakon što je izdržalo kaznu za prethodno delo ili mu je za takvo delo kazna zastarela ili je bio oslobođen od kazne.

Radi lakšeg sagledavanja stope porasta maloletničke delinkvencije, predstavljeni su statistički podaci Republičkog zavoda za statistiku, za period od 2015. do 2019. godine. Naime, analizom dostupnih podataka najveći broj krivičnih dela pripada imovinskom kriminalitetu, gde se posebno ističu krivična dela krađe i teške krađe. Pored toga, povećan je i broj krivičnih dela iz oblasti javnog reda i mira i krivičnih dela protiv života i tela. Kada je reč, konkretno o recidivizmu, oko 50% maloletnih lica su povratnici u izvršenju krivičnih dela, posebno kada je reč o onima koji izdržavaju kaznu maloletničkog zatvora. Međutim, svi podaci u vezi sa recidivizmom maloletnih lica su relativni, jer se osuđenim licima nigde ne evidentiraju krivična dela izvršena pre 14 godine života. Jer kada bi se te činjenice uzele u obzir, broj povratnika u izvršenju krivičnih dela bio bi oko 80%.

LITERATURA

- Buljubašić, S. (2011). Recidivizam u maloletničkoj delinkvenciji. Zbornik radova Pedagoškog fakultet u Zenici, br. 9, str. 173-187.
- Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji. (2002). Praćenje reforme zatvorskog sistema u Srbiji - stanje ljudskih prava - Ustanove za izvršenje krivičnih sankcija prema maloletnicima. Beograd.
- Jovašević, D. (2011). Maloletničko krivično pravo. Niš: Pravni fakultet.
- Konstatinović, S. V., Ristanović, V. N., & Kostić, M. (2009). Kriminologija. Niš: Pelikan.

- Krivični zakonik, Sl. glasnik RS, br. 85/2005, 88/2005 - ispr., 107/2005 - ispr., 72/2009, 111/2009, 121/2012, 104/2013, 108/2014, 94/2016 i 35/2019
- Krstić Željko (2014): Činitelji delinkventnog ponašanja, Stručni rad JAHR vol. 5/2, No. 10, 323-348
- Ministarstvo pravde Federacije Bosne i Hercegovine (2016): Zaštita i postovanje sa decom i maloletnicima u krivičnom postupku, Sarajevo: Save the Children
- Radusin, L. (2018). Kriminalni povrat maloletnika. Zagreb: Univerzitet u Zagrebu, Hrvatski studij.
- Republički zavod za statistiku. (2020). Bilten. Maloletni učinioци krivičnih dela u Republici Srbiji, 2019 - prijave, optuženja i osude. Beograd.
- Singer, M. (1996). Kriminologija. Zagreb: Globus.
- Singer, M., & Hirjan, F. (1991). Maloletnici u krivičnom pravu: materijalnopravni i procesnopravni položaj maloletnih učinilaca krivičnih dela, krivičnopravna zaštita maloletnika, kriminalna politika. Zagreb: Globus.
- Skakavac, T. (2014). Recidivizam maloletnih učinilaca krivičnih dela. Niš: Pravni fakultet.
- Vaspitno-popravni dom Kruševac- 60 godina postojanja rada/ 1947-2007 (2007), Gornji Milanovac: Grafoprint.
- Zakon o maloletnim učinioциma krivičnih dela i krivičnopravnoj zaštiti maloletnih lica, Sl. glasnik RS, br. 85/2005.

Milica Rakonjac

343.91-053.6

343.95:159.97

343.238-053.6

DOI: 10.5937/MegRev2203255R

Primljen 16.12.2021.

Odobren 23.02.2022.

Stručni članak

RECIDIVISM OF CRIMINAL OFFENSES IN JUVENILE DELINQUENCY

Abstract: *Recidivism of juvenile offenders in the domestic professional literature is an insufficiently researched socially unacceptable phenomenon, in relation to the crime of adults. Although juvenile delinquency is widespread in countries around the world and even in our country, statistics show that there is a large disproportion in the prevalence of recidivism of juvenile offenders in total crime. Recidivism is a phenomenon that can be studied from the aspect of several areas such as criminal law, criminology, penology, however, for the purposes of this paper, the focus is on criminal law science.*

The aim of this paper is to point out the very concept and development of recidivism in minors from the aspect of legal science. However, Through this paper, we will try to present in more detail the types of crimes and areas of crime, where juveniles most often appear as returnees in execution.

Key words: *juvenile delinquency, juveniles, crimes, recidivism*

Saša Stepanović*
Ana Grbić**

364.632-056.26/.36-053.4/.5(497.11)
364-787.8-056.26/.36-053.4/.5(497.11)
DOI: 10.5937/MegRev2203269S
Primljen 30.12.2021.
Odobren 06.03.2022.
Stručni članak

NASILJE NAD DECOM SA SMETNJAMA U RAZVOJU NA PODRUČJU GRADA BEOGRADA

Apstrakt: *Predmet ovog empirijskog istraživanja je sagledavanje u kojoj meri je nasilje nad decom sa smetnjama zastupljeno u našem društvu, u kakvim se porodicama zlostavljanje javlja, konkretno u gradu Beogradu. Cilj istraživanja je bio da se utvrdi da li i u kom stepenu postoje određeni (i koji) oblici zlostavljanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju i koji su dominantni faktori za razvoj i održavanje ovakve situacije, dok je zadatak je bio da se utvrdi da li stepen zastupljenosti zlostavljanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju na teritoriji grada Beograda zavisi od određenih sociodemografskih faktora, kao i na moguće uticaje javnosti u smanjenju ove negativne pojave.*

Uzorak su činila 80 ispitanika, učenika Osnovne i srednje škole „Novi Beograd“ u Beogradu. Kao ciljna grupa birani su učenici starosti od 10. do 21. godine kod kojih je utvđeno da postoji neki faktor koji doprinosi vulnerabilnosti i marginalizaciji ove grupe dece i mladih u odnosu na decu i mlade normalnog razvoja. Analiza rezultata je pokazala da je od ukupnog broja ispitanika, njih 25% procenilo da su njihovi uslovi života siromašni, dok je njih 16,2% odgovorilo da (ponekad) nemaju dovoljno hrane. Njih 10% je procenilo da nema zadovoljavajuće higijenske uslove. Analizom pitanja na određenu grupu pitanja, došlo se do značajnih podataka koji govore u prilog postavljenim istraživačkim pitanjima da deca sa smetnjama u razvoju, a koja potiču iz socijalno depriviranih porodica sa mnogo članova i koja žive u prigradskim naseljima, u većem stepenu su izložena mogućnosti trpljenja nasilja i/ili zanemarivanja.

Ključne reči: *nasilje, oblici nasilja, deca sa smetnjama, porodični odnosi, škola*

* Profesor, Visoka škola socijalnog rada, Beograd, sasa.stepanovic@asp.edu.rs

** Docent, Visoka škola socijalnog rada, Beograd, ana.grbic@asp.edu.rs

1. UVOD

Nespремnost istrah ljudi da prijave da se unekoj porodici dešava nasilje, stav „nije to moja stvar, neću da se mešam“, doprineo je da situacije nasilja u porodici, naročito nasilja nad decom, dugo budu prikriveni velom porodične tajne. Najzastupljeniji društveni problem koji opsega sve strukture društva, a za koji se još uvek ne može pronaći adekvatno i efikasno rešenje, jep roblem nasilja nad decom. Dugo vremena su udarci štapom po leđima i nogama, udaranje kaišem ili papučama, vučenje ušiju, čupanje, vikanje i nazivanje pogrdnim imenima, smatrani (obaveznim) vidom kućnog vaspitanja dece.

Pokret za civilna prava 50-tih i 60-tih godina dvadesetog veka, zajedno sa novim teorijama u sociologiji doveo je do promena, uključujući spoznaju da sva ljudska bića treba gledati kao individue sa njihovim vlastitim pravima¹. To je takođe dovelo i do spoznaje o nepravедnosti nekih običaja, prakse i stavova. Od tada pa do danas donosi se niz međunarodnih povelja i deklaracija, koje usvaja i Republika Srbija, jedna od njih je i Konvencija UN o pravima deteta iz 1989, kojima se izjednačavaju prava svih ljudi, pa tako i osoba sa smetnjama u razvoju, tačnije, u članu 29. se izdvaja obrazovanje učenika sa smetnjama i utvrđuje princip dostupnosti, ali i podrške kvalitetnom obrazovanju².

Zlostavljanje dece je univerzalni društveni problem u svim zemljama, bez obzira na stepen ekonomskog i socijalnog razvoja. Radovi domaćih i stranih autora ukazuju na stalni porast nasilja nad decom, a crne hronike u dnevnoj štampi potvrđuju tu činjenicu. Određivanje pojma nasilja nad decom je složeno, pa se u stručnoj literaturi, u zavisnosti od autora, susreću različiti izrazi i izjednačavaju sa pojmom nasilja, kao što su: zlostavljanje dece, zanemarivanje dece, zapostavljanje, agresivno ponašanje prema deci, zločini nad decom, vaspitno zapuštanje dece.³ Postoje razne definicije ovog pojma koje su rezultat brojnih medicinskih, psiholoških, pravnih, socioloških i kriminoloških istraživanja.⁴

Pod nasiljem nad decom se podrazumeva ponašanje pojedinaca, institucija, društva u celini, gde se uz primenu sile nanosi bol, fizička i psihološka štete, ugrožava zdravlje, fizički i psihološki integritet ličnosti deteta i otežava njegov normalan razvoj⁵. S obzirom da je pojam nasilja nad decom širok, na osnovu definicije se može uočiti da podrazumeva različite oblike povređivanja psihofizičkog integriteta deteta.

Zlostavljanje podrazumeva aktivan, kontinuiran, urazvojnou smislu štetan, i nehuman odnos prema deci, zlopostupanje, činjenje raznih neprijatnosti koje škode detetu i razne oblike mučenja, kao što su: zadavanje bola, nanošenje telesnih i duševnih muka, postupci

¹ Konvencija UN o pravima deteta, (1989), UNICEF,5/1

² WHO (2011). *World report on Disability*. Geneva: World Health Organization. <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/sensory-functions-disability-and-rehabilitation/world-report-on-disability>. (12.03.2021.)

³ Ispanović Radojković V, Ignjatović V, Vujović, Stevanović I, Srna J, Žegarac N. (2006). *Priručnik za primenu Opšteg protokola za zaštitu dece od zlostavljanja i zanemarivanja*. Beograd: Centar za prava deteta.

⁴ Pejović Milovančević M, Ispanović Radojković V, Vidojević O, Kalanj D, Marunić V, Radosavljev J, et al. (2002). Model zaštite dece od zlostavljanja i zanemarivanja. *Psihijatrija danas*;34(1-2):117-32

⁵ Mihić, Biljana, *Porodično nasilje na decom*. Tema broja Septembar 2002: 51-58. <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/1450-6637/2002/1450-66370203051M.pdf>. (11.04.2021.)

od kojeg dete strada od povreda, straha, poniženja i prezira⁶. S tim uvezi, zloupotreba ili zlostavljanje deteta obuhvaća taj u sve oblike fizičkoga / ili emocionalnog nasilja, seksualnu zloupotrebu, zanemarivanje ili nemaran postupak, kao i komercijalnu ili drugu eksploataciju, što dovodi do stvarnog ili potencijalnog narušavanja zdravlja deteta, njegovog preživljavanja, razvoja ili dostojanstva u okviru odnosa koji uključuju je odgovornost, poverenje ili moć⁷.

2. DECA SA SMETNJAMA U RAZVOJU

Dete se prema Konvenciji o pravima deteta usvojenoj na Generalnoj skupštini UN 1989. godine, definiše kao ljudsko biće koje nije navršilo 18. godina života, akose, na osnovu zakona koji se odnosi na dete, punoletstvo ne stiče ranije.⁸ Dete sa smetnjama u razvoju je dete kod koga su smetnje u razvoju urođena ili stečena stanja organizma koja prema svojoj prirodi zahtevaju poseban stručni pristup kako bi se omogućilo izražavanje i razvoj sačuvanih sposobnosti, a time i što kvalitetniji život.⁹

Ponašanje društva prema deci zavisi od načina na koji društvo shvata dete, njegov razvoj i učenje. Predstava o detetu koja postoji u jednom društvu i načini vaspitavanja i socijalizacije dece zavise od toga kako društvo shvata čoveka uopšte, njegovu prirodu, mogućnosti i uloge koje treba da ostvari u zajednici¹⁰.

Prema anketi *Svetske zdravstvene organizacije*(WHO) [2011] o zdravstvenom stanju u svetu, oko 785 miliona (15,6%) osoba *starijih od 15 godina* živi sa invaliditetom, a globalno opterećenje raznim bolestima procenjuje se na oko 975 miliona (19,4%). *Svetska zdravstvena organizacija* (WHO) procenjuje da od ovog broja čak 190 miliona (3,8%) ima „tešku invalidnost“ (kvadruplegija, teška depresija ili slepilo). Raspoloživi podaci pokazuju da slična struktura važi i za Srbiju. U okviru ovog broja, procenjuje se da oko 3% ukupnog stanovništva čine osoba sa smetnjama u intelektualnom razvoju, od čega 7% osobe sa telesnim invaliditetom. Posebno zabrinjava *rasprostranjenost različitih oblika invaliditeta među decom (uzrast od 0-14 godina)*. Podaci iz istraživanja višestrukih indikatorskih grupa u odabranim zemljama pokazuju da deca iz siromašnih domaćinstava i onih u manjinskim grupama imaju znatno veći rizik od invaliditeta nego deca iz visokorazvijenih društava¹¹.

⁶ Žegarac Nevenka, (2004), *Deca koja čekaju: izazovi i trendovi profesionalne prakse u zaštiti dece od zlostavljanja*, Save The Children UK, Beogradska kancelarija, Beograd, 15

⁷ Išpanović-Radojković, Veronika i Ignjatović Tanja (2006). *Priručnik za primenu Opšteg protokola za zaštitu dece od zlostavljanja i zanemarivanja*. Beograd: Degraplast, 76

⁸ Konvencija o pravima deteta, Službeni list SFRJ-Međunarodni ugovor br.15/90, član 1.

⁹ Stepanović, Saša. (2018). *Inkluzija*, Šabac: Sumatra izdavaštvo.

¹⁰ Hrnjica, Sulejman (1991). *Ometeno dete – uvod u psihologiju ometenih u razvoju*. Beograd: Zavid za udžbenike i nastavna sredstva, 41

¹¹ WHO (2011). *World report on Disability*. Geneva: World Health Organization. Dostupno na: <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/sensory-functions-disability-and-rehabilitation/world-report-on-disability>. Pristupljeno 12.03.2021

2.1. Faktori od značaja za funkcionisanje deteta sa smetnjama u razvoju

1. Porodica kao primarna sredina u kojoj deca najviše vremena provode predstavlja najznačajniji faktor uticaja na razvoj deteta. Odnosi koji uspostavljaju roditelji međusobom, ali i odnos koji neguju prema detetu itekako imaju bitan uticaj na formiranje dečije ličnosti, njegovih sposobnosti, socijalizaciju deteta i razvoj deteta u celini¹². Porodica je ta koja čini rasadnik vrednosti, etičkih i edukativnih funkcija i osnov psihološke stabilnosti.¹³ Nesporno je da su porodice dece i mladih sa smetnjama u razvoju više izložene dodatnim opterećenjima, ali kvalitet života tih mladih osoba uvelikoj meri zavisi od spremnosti i mogućnosti porodice da savladava dodatna opterećenja i pruža svom članu sve što porodica treba da pruži - ljubav, razumevanje i podršku. Prema mišljenju nekih autora, roditelji strahuju kako će se njihovo dete uklopiti u redovni vrtić ili školu a kod inkluzije i dođe¹⁴. Roditelji se plaše odbacivanja od vršnjaka i školskog neuspeha. Zabrinuti su i zbog eventualne dostupnosti specijalnih službi i nedovoljne osposobljenosti vaspitača za rad sa njihovom decom. Iskustva u nekim inkluzivnim programima ukazuju na negativne stavove roditelja ostale dece prema uključivanju dece sa razvojnim smetnjama u redovne grupe vrtića i škola¹⁵. Roditelji se ponekad mogu osećati neugodno u društvu roditelja dece sa razvojnim smetnjama, budući da imaju različita iskustva, koja im ne omogućavaju da se užive u ulogu onog drugog.

2. Vršnjačka grupa. Vršnjačka grupa je grupa osoba približno istog uzrasta, socijalnog statusa i interesovanja. Vršnjačka grupa, posebno u periodu adolescencije, višestruko je značajna u svim oblicima razvijanja odnosa, komunikacija i socijalizacije. Odnosi u vršnjačkim grupama često pomažu pojedincima da se oslobode ranijih zavisnih veza kako bi stekli veći stepen samostalnosti. Kreativni odnosi u grupi vršnjaka mogu pomoći i u prevazilaženju kriza adolescencije, kao što su: normativna kriza, kriza identiteta, kriza autoriteta i kao kriza seksualnosti.¹⁶ Ona se smatra drugim važnim faktorom socijalizacije deteta. Podsmevanje, ignorisanje, izbegavanje i odbacivanje su moguće reakcije mlađe dece u kontaktu sa detetom koje ima smetnje u razvoju. Odrasli prenose na decu sopstvene predrasude inegativne stavove prema osobama sa smetnjama u razvoju, što bitno otežava kontakte ove dece sa vršnjacima u školi i u susedstvu. Ovakav stav može biti uzrok socijalne izolovanosti i odbačenosti dece sa smetnjama u razvoju, što se potom odražava na uspešnost socijalnih odnosa i socijalnu kompetenciju. Brojna istraživanja pokazuju da smanjena socijalna kompetencija dece sa smetnjama, bilo daje uzrok ili posledica prethodne socijalne interakcije, utiče negativno na dalji razvoj socijalne interakcije sa vršnjacima¹⁷.

3. Obrazovanje deteta sa smetnjama u razvoju. Konvencijom opravima deteta iz 1988. godine (ratifikovana u tadašnjem parlamentu SFRJ 1989. godine) *dete sa razvojnim teškoćama*

¹² Hrnjica Sulejman, (1991), 87

¹³ Grbić Ana, Vuković Jelena (2017) „Razvoj i implementacija zakonodavstva sistema državne brige o porodiци i deci u okviru savremenog porodičnog života“, Megatrend revija 2/2017, Beograd, str. 146

¹⁴ Vujačić Milja, (2006): "Problemi i perspektive dece sa posebnim potrebama" *Zbornik instituta za pedagoška istraživanja*, 38/1, 190-204

¹⁵ Heekin Mengel, (1997), *Novi prijatelji*, Mali professor, Zagreb, 109

¹⁶ Stepanović, S. (2019). *ADHA I ADD, poremećaj pažnje iz drugog ugla*, Beograd: Visoka škola socijalnog rada.

¹⁷ Stepanović Saša (2018), *Inkluzija*, Šabac: Sumatra izdavaštvo, 56

označeno je kao *dete sa posebnim potrebama*, a *dete sa posebnim potrebama* kao *DETE*. Ta odredba iz Konvencije UN pokrenula je brojne rasprave o tome kako izgraditi svet po meri deteta, tj. svetu kome bi svako dete -obdarenih, prosečnih ili smanjenih sposobnosti – imalo šansu da ispolji svoje potencijale. Uvedenje termin **inkluzija**, koji je umnogim sredinama izazvao nedoumice i nesporazume. Najčešće je shvaćen kao *integracija dece sa smetnjama u razvoju u svet kakav jeste*. Pokazalo se da takav pristup ostavlja mnogo otvorenih problema. Nakon brojnih istraživanja došlo se do uverenja da je jedino rešenje menjanje sredine u kojoj dete živi i usaglašavanje odnosa onih koji brinu o detetu i njegovim potrebama¹⁸.

3. ZLOSTAVLJANJE I ZANEMARIVANJE DECE

Svi oblici nasilja, zlostavljanja, zloupotreba ili zanemarivanja dece, kojima se ugrožavaju ili narušavaju fizički, psihički i moralni integritet ličnosti deteta, predstavljaju povredu jednog od osnovnih prava deteta sadržanih u Konvenciji Ujedinjenih nacija o pravima deteta (u daljem tekstu: Konvencija), a to je pravo na život, opstanak i razvoj. Donošenjem Zakona o ratifikaciji Konvencije Ujedinjenih nacija o pravima deteta (“Službeni list SFRJ” - dodatak: Međunarodni ugovori, broj 15/90 i “Službeni list SRJ” - dodatak: Međunarodni ugovori, br. 4/96 i 2/97) država se obavezala da preduzme mere za sprečavanje i da obezbedi zaštitu deteta od svih oblika nasilja u porodici, institucijama i široj društvenoj sredini.¹⁹

Različiti autori pojam nasilja definišu na različite načine, jedan od njih je i Biljana Mihić koja navodi da se: *Pod nasiljem nad decom se podrazumeva ponašanje pojedinaca, institucija, društva u celini, gde se uz primenu sile nanosi bol, fizička ili psihička oštećenja, ugrožava zdravlje, fizički i psihički integritet ličnosti deteta i otežava njegov normalan razvoj*²⁰.

Različiti su oblici nasilja nad decom, čime ono može biti *direktna žrtva* – kada se nasilje sprovodi nad njim, i *posredna žrtva* – kada prisustvu je scenama nasilja, koje se vrše nad drugim licima u njegovoj porodici. I jedan i drugi način imaju podjednako teške, pa čak i pogubne posledice po dete.

Prema Porodičnom zakonu Republike Srbije²¹ nasilje se definiše ka ponašanje kojim jedan član porodice ugrožava telesni integritet, duševno zdravlje ili spokojstvo drugog člana(telesnom povredom, pretnjom i izazivanjem straha, prisiljavanjem na seksualni odnos ili navođenje na isti nemoćnog lica I lica mlađeg od 14.godina čak i sa njegovim pristankom, vređenje, drsko I bezobzirno ponašanje, ograničavanje slobode kretanja)²².

3.1. Oblici nasilja nad decom i njihovi indikatori

1. Fizičkonasilje. Dugo se smatralo da fizičko kažnjavanje dece ima za cilj njihovo vaspitanje i očvršćivanje za sve nedaće koje život sa sobom donosi, često uz takav stav i da

¹⁸ Stepanović, Saša (2018),76

¹⁹ Konvencija o pravima deteta, Službeni list SFRJ-Međunarodni ugovor br.15/90, član1 <https://www.unicef.org/serbia/media/3186/file/Konvencija%20o%20pravima%20deteta.pdf>)

²⁰ Mihić Biljana (2002). *Porodično nasilje na decom*.52 (

²¹ Porodični zakon,*Službeni glasnik RS*,br18/2005,72/2011,6/2015.

²² Porodični zakon,*Službeni glasnik RS*,br18/2005,72/2011,6/2015.

rečenica *to je zanjegovo/njeno dobro*. S razvojem društva, vaspitne mere menjaju svoje oblike u pravcu humanog pristupa deci, ali nažalost stopa viktimizirane dece i dalje raste. Razlog svemu tome jeste taj što je sredina i dalje nezainteresovana da reaguje, društvo smatra da je to, „porodična stvar“, koju treba rešavati u krugu porodice, dok veći nanema hrabrosti da o tome javno govori²³. S obzirom na to da fizičko nasilje podrazumeva različite vidove upotrebe sile i direktnog napada na život i telo deteta, koji za posledicu mogu imati i smrt deteta, neki od načina su: (1) udaranje; (2) šamaranje; (3) gušenje; (4) uvrtnanje delova tela; (5) čupanje kose; (6) vezivanje; (7) ciljano izazivanje različitih simptoma bolesti kod deteta; (8) umakanje prstiju u vrelu tečnost; (9) šutiranje; (10) davljenje; (11) nanošenje opekotina ažarom od cigareta ili nadrugim načinom²⁴.

Kao posledice mogu se navesti: (1) povrede kože i potkožnog tkiva; (2) opekotine od cigareta i vrele vode; (3) oštećenja i povredena glavi; (4) povrede unutrašnjih organa (najčešće kod beba i mlađe dece usled bacanja) što može izazvati deformitet i invaliditet; (5) mentalna retardacija; (6) cerebralna paraliza; (7) slepilo; (8) neurološke smetnje; (9) psihosomatska obojenost (do pokušaja suicida)²⁵. Zlostavljano dete često oseća krivicu zbog toga što mu se dešava, smatrajući da je zaslužilo takav tretman, i da je isključivo ono krivo, pogotovo ukoliko se kao zlostavljač javlja jedan od roditelja. Ono što je karakteristično kod fizički zlostavljane dece jeste neuspeh u školi, nekontrolisanomokrenjeiispuštanjestolice, kasniji razvoj govora²⁶. Zlostavljena deca se ponašaju neprimereno svom uzrastu, mogu biti ekstremno agresivna, ili pak ekstremno povučena u sebe i mirna, neka su sklona vršenju krivičnih dela, preterano plašljiva ili da nepokazuju strah prema autoritetu, sklони su naglim promenama raspoloženja.

2. Psihičko (emocionalno) nasilje. Ova vrsta zlostavljanja se ne uočava lako, jer nema vidljivijih fizičkih pokazatelja kao kod prethodnog oblika, s toga je za njeno utvrđivanje potrebna ekspertiza profesionalaca iz oblasti mentalnog zdravlja kako bi se sagledale posledice i intenzitet delovanja. Nevenka Žegarac [2004] navodi da emocionalno zlostavljanje sadrži u sebi nekoliko karakterističnih oblika ponašanja roditelja, i navodi da su to: (1) *odbacivanje i degradacija*- verbalni ili neverbalni akti roditelja ili staratelja prema detetu koji razvijaju osećaj poniženja, bezvrednosti; (2) *zastrašivanje*- ponašanje odraslog kojim se kod deteta stvara strah da će njemu bliska osoba ili stvar biti povređena, ubijena; (3) *izolacija*- ponašanje odraslog koje sprečava dete da razvija normalne socijalne odnose sa drugom decom i odraslima u svojoj okolini; (4) *emocionalna eksploatacija i kvarenje*- navođenje na socijalno nepodobno i destruktivno ponašanje, tj. dopuštanje antisocijalnom ponašanju (prostitucija, upotreba alkohola ili opojnih supstanci); (5) *ignorisanje*- uskraćivanje emocionalne raspoloživosti, odnosno, detetu se ne iskazuje ljubav; (6) *zapostavljanje detetovog mentalnog zdravlja i posebnih edukativnih potreba*-roditelj/staratelj ne opravdano odbija, zapostavlja

²³ Konstantinović-Vilić, Slobodanka; Nikolić-Ristanović Vesna (2009). *Kriminologija*. Niš: Pelikan print. 118

²⁴ Stevković, Ljiljana (2006). *Karakteristike nasilja nad decom u porodici i njegove posledice na zdravlje*, u: *Zdravlje i žrtve*. Dostupna na: <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/1450-6637/2006/1450-66370603023S.pdf>. (15. 03. 2021.)

²⁵ Žegarac Nevenka (2004), 97

²⁶ Stevković Ljiljana, (2006), 78

tretman koji je neophodan za unapređenje detetovog mentalnog zdravlja ili posebnih edukativnih potreba.

Neki roditelji često nemogu da uspostave adekvatnu interakciju s detetom, pa samim tim negativno deluju na svoje dete doživljavajući ga kao beskoristan teret, a ono što ih sprečava da ostvare najbolji kontakt sa svojim detetom je su njihovi problemi i nerešeni konflikti koji datiraju iz njihovog detinjstva. Zbog svog uzrasta dete ne može da sagleda nelogičnost u ponašanju roditelja, i nakon dužeg vremenskog perioda obeleženog zlostavljanjem počinje da se oseća krivim, pa samim tim svojim ponašanjem, nenamerno, podstiče roditelja na nasilno ponašanje. Posledice se manifestuju kroz: (1) plačljivost deteta naročito od fizičkog kontakta; (2) česte promene raspoloženja, tikovi i mucanje; (2) poremećaje spavanja i navika; (3) zastoja u razvoju i nepoverenja; (4) poremećeno afektivno vezivanje, antisocijalno ponašanje; (5) problemi u odnosima sa vršnjacima, pojačano agresivno ponašanje; (6) problemi u učenju; (7) pokušaj samoubistva, depresivni simptomi; (8) neprilagođenost²⁷.

3. Seksualno nasilje. Seksualno zlostavljanje i i zloupotrebe dece je najteži oblik zlostavljanja jer u sebi najčešće sadrži idruge oblike zlostavljanja (fizičko, emocionalno), obavijeno je "velom tajne", te tako duboko i dugozakopano u duši deteta, ostavlja trajne psihofizičke i socijalne posledice na njegov razvoj. U Republici Srbiji seksualno zlostavljanje dugo ostaje tajna, i neki podaci ukazuju da od prvog incidenta konačnog prijavljivanja, u proseku prođe više od devet godina²⁸. Ono što usložavanja pojavu je to što će pored trauma koje doživi, dete teško otkriti ime zlostavljača, zbog pretpostavljenog odnosa poverenja, budući da ga celokupna situacija zbunjuje.

Neki autori seksualno zlostavljanje deteta definišu kao *oključivanje deteta u seksualnu aktivnost koju ono ne shvata u potpunosti, pa samim tim nije u stanju da za to da potrebnu saglasnost, to je aktivnost koju ono nije razvojno dostiglo i kojom se krše zakoni i socijalni tabui društva*²⁹. Seksualno zlostavljanje dece je pojava čija rasprostranjenost velika, te mnogi autori ukazuju na vezu između incestuozne porodice i ove pojave, potencirajući tipičan profil zlostavljača, odnosno, sredina koju u datom slučaju predstavlja porodica sa iskrivljenim moralnim shvatanjima³⁰. Zlostavljači su, vrlo često, lica koja su i sama u detinjstvu bile žrtve takvog tipa zlostavljanja. Posledice, pored fizičkih, su, u skoro svim slučajevima, psihičke, čija težina prvenstveno zavisi od dužine trajanja i načina vršenja seksualnog zlostavljanja. Kao najčešće žrtve javljaju se devojčice, dok se kao zlostavljači javljaju očevi ili drugi muški srodnici, pri čemu ne treba zaboraviti ni seksualno zlostavljanje dečaka.³¹ Seksualno zlostavljanje nije teško fizički dijagnostikovati a ni dokazati (ali tek kad se ono prijavi) zbog fizički vidljivih pokazatelja koji se odnose na: (1) krvarenja; (2) trudnoću; (3) genitalne povrede. Pored vidljivih, tu su i oni manje vidljivi, tačnije psihološki pokazatelji i posledice koje iz toga proizilaze, a odnose se na (1) čudno i tajanstveno ponašanje; (2) stid; (3) strah

²⁷ Ibid 120

²⁸ Vukotić, Marina; Đolović Aleksandra i Koprivica Ivan (2011). *Analiza podataka centara za socijalni rad o slučajevima seksualnog zlostavljanja i zloupotrebe dece u AP Vojvodini za period 2006-2010. godina*. Novi Sad: Pokrajinski zavod za socijalnu zaštitu

²⁹ Išpanović-Radojković, Veronika i Ignjatović Tanja (2006), 69

³⁰ Ljubojev, Nadežda (2009). „Zlostavljanje deteta u porodici“, *Socijalna misao*, vol. 16/1.63-77

³¹ Biljana Simeunović Pantić (2021), Otkrivljanje žrtava seksualnog nasilja u kontekstu internalizovanog seksizma i ženske unutarrodne hostilnosti, Beograd: Sociološko naučno društvo Srbije.

od dodira ili promiskuitet. Ovo seksualno zlostavljanje se teško otkriva usled straha žrtve nasilja da ne bi bila izvrgnuta osudi, ili strahu za život svoje porodice.

Iako u ovom radu nije uključena eksploatacija dece kao manifestni oblik zlostavljanja i zanemarivanja deteta, ipak ćemo je spomenuti, kao vrlo važan i, na žalost, vrlo rasprostranjen oblik zloupotrebe dece.

4. Eksploatacija dece. Ova pojava koja datira iz vremena starog Rima, čak i dalje, kada je dete posmatrano kao predmet, čijim se životom slobodno raspolagalo. Deca su često bila eksploatisana zarad potreba drugih, radno su angažovana na veoma teškim poslovima, neprimerenim njihovom uzrastu. Eksploatacija predstavlja korišćenje/zloupotrebu deteta zarad sa ciljem postizanja koristi za neka treća lica, pri čemu se tu može svrstati običan rad dece i prostitucija dece. Eksploatacija dece unajopštijem smislu obuhvata: (1) eksploataciju; (2) prostituciju; (3) prinudni rad ili pružanje usluga; (4) regrutaciju dece radi učešća u oružanim sukobima; (5) korišćenje dece za vršenje krivičnih dela; (6) korišćenje dece za medicinske eksperimente i korišćenje organa; (7) ropstvo, potčinjavanje. Ovi postupci za posledicu mogu imati narušavanje detetovog fizičkog ili mentalnog zdravlja, obrazovanja deteta ili pak moralni ili socijalni razvoj.

5. Zanemarivanje dece, prema Posebnom protokolu za zaštitu dece od zlostavljanja i zanemarivanja,³² zanemarivanje dece predstavlja *propust roditelja, usvojioca, staraoca, odnosno druge osobe koja je preuzela odgovornost ili obavezu da neguje dete, da obezbedi uslove za razvoj po pitanju: zdravlja, obrazovanja, emocionalnog razvoja, ishrane, smeštaja i bezbednih životnih uslova u okviru razumno raspoloživih sredstava porodice ili pružaoca nege, što izaziva, ili može sa velikom verovatnoćom, narušiti zdravlje deteta ili fizički, mentalni, duhovni, moralni i njegov socijalni razvoj*³³. Ovo obuhvata i propuste u obavljanju pravilnog nadzora i zaštite deteta od povređivanja u onolikoj meri u kojoj je to izvodljivo i najčešće obuhvata: (1) fizičko zanemarivanje - nedostatak higijene, hrane, zdravstvene zaštite, odeće; (2) emocionalno zanemarivanje - nedostatak podrške, stimulacije, topline, osećanja sigurnosti i zaštite; (3) obrazovno zanemarivanje - nedostatak mogućnosti i/ili uskraćivanje obrazovanja. Zanemarivanje ozbiljno utiče na mentalno i fizičko zdravlje deteta, a za posledicu može imati i smrt deteta, naročito ako je počelo u prve tri godine života deteta i bilo dugotrajno.

Da li će dete postati žrtva zanemarivanja, pre svega, zavisi od: 1. *kvaliteta odnosa roditelja i deteta* čime se naglašavaju osobine deteta koje mogu biti podsticajne za razvoj neprijateljskog stava roditelja prema detetu³⁴; 2. *ranijeg života roditelja*- često su majke te koje se javljaju kao zlostavljači (pri čemu se ne smeju izostaviti ni očevi),³⁵ jer ono što su one proživljavale/i u detinjstvu od strane svojih roditelja često prenose na svoju decu; 3. *osobina i psihičke strukture roditelja*- roditelji koji su skloni upotrebi alkohola, opojnih droga ili boluju od depresije, češći su zlostavljači od ostalih kategorija roditelja; 4. *socio-kulturnih uslovi*

³² Išpanović Radojković V, Ignjatović V, Vujović, Stevanović I, Srna J, Žegarac N. (2006). *Priručnik za primenu Opšteg protokola za zaštitu dece od zlostavljanja i zanemarivanja*. Beograd: Centar za prava deteta.

³³ Radojević, Branka i dr. (2014). *Deca sa teškoćama – preporuke za procenu i podršku*, Beograd:

³⁴ Smith, Melinda; Robinson Lawrence and Segal Robert (2020). *What it is and how to help*.<https://www.help-guide.org/articles/abuse/child-abuse-and-neglect.html>. (9.5.2021.)

³⁵ Biljana Simeunović Pantić (2021), *Okrivljavanje žrtava seksualnog nasilja u kontekstu internalizovanog seksizma i ženske unutarrodne hostilnosti*, Beograd: Sociološko naučno društvo Srbije.

u kojima dete odrastakoji obuhvataju one uslove koji se odnose na siromaštvo, postojanje nasilja u porodici, sredinu koja nije dovoljno upoznata sa pravima deteta, kao i načinima za njihovu zaštitu i 5. osobina deteta- mnoga deca su karakterno takva da odstupaju od pravila koja im nameću roditelji ili pak imaju potrebe koje roditelji nisu u mogućnosti da zadovolje. To za posledicu ima razvoj agresije kod roditelja, koja se usmerava na dete, gde ono postaje objekat mržnje i odbojnosti svojih roditelja.

4. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Jedno od osnovnih prava deteta koje je definisano *Konvencijom Ujedinjenih nacija o pravima deteta* jeste pravo na život, opstanak i razvoj,³⁶ te je svaki oblik nasilja, zlostavljanja i zanemarivanja, najteži vid kršenja ljudskih i dečijih prava. Položaj osoba sa smetnjama u razvoju, prvenstveno dece, u društvu obeležavala je njihova različitost zbog koje su bili etiketirani, stigmatizovani, odbacivani, isključivani, odnosno, devalvirani kao osobe.

Predmet istraživanja je bio da se utvrdi u kom stepenu su deca i mladi sa smetnjama u razvoju (deca i mladi sa lakim stepenom ometenosti, vaspitno zapuštena deca i mladi, deca i mladi koja potiču iz socijalno depriviranih porodica, deca i mladi koja su pretrpeli zlostavljanje u porodici) vulnerabilna i marginalizovana grupa u odnosu na decu i mlade normalnog razvoja. *Cilj istraživanja* je bio da se utvrdi da li i u kom stepenu postoje određeni (i koji) oblici zlostavljanja i/ili zanemarivanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju i koji su dominantni faktori za razvoj i održavanje ovakve situacije.

Zadatak istraživanja je bio utvrditi koliki je stepen zastupljenosti zlostavljanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju nateritriji grada Beograda povezan sa određenim sociodemografskim faktorima. Sâm zadatak je koncipiran kroz nekoliko istraživačkih pitanja: (1) da li je postojanje zlostavljanja/zanemarivanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju povezano sa vrstom mesta u kome žive; (2) da li je povezano sa strukturom i brojem dece u porodici u kojoj žive; (3) da li je stepen obrazovanja roditelja/staratelja/hranitelja povezan sa postojanjem zlostavljanja/zanemarivanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju; (4) kakvi su uslovi i prilike u porodicama ispitanika u kojim oni žive (stepen prepoznavanja i zadovoljavanja potreba ispitanika od strane kućana); (5) da li su roditelji/staratelji dece i mladih sa smetnjama skloni konzumiranju alkoholnih pića i agresivnom ponašanju prema kućanima, predmetima, deci i mladima sa smetnjama u razvoju i (6) da li ispitanici iskreno govore o tome da li su imali iskustvo nekog vida zlostavljanja i/ili zanemarivanja u porodici. Osnovna hipoteza je da su deca sa smetnjama u razvoju najčešće marginalizovana i mnogo češće izložena nasilju i zanemarivanju.

Uzorak je činilo 80 ispitanika, učenika osnovne i srednješkole „Novi Beograd“ u Beogradu. Uvidom u dokumentaciju, za potrebe istraživanja, odlučeno je da uzorak čine ispitanici-deca i mladi sa lakim stepenom ometenosti, deca i mladi koji su vaspitno zapušteni, deca i mladi koji potiču iz socijalno depriviranih porodica i deca i mladi kod kojih je potvrđeno da postoji istorija zlostavljanja u porodici, tako da su ka ociljna grupa birani učenici starosti od 10. do 21. godine. Tokom ispitivanja, korišćeni su metoda anketiranja, nestrukturirani intervju sa ispitanicima (u situacijama gde je procenjena potreba za tim) i analiza predmetne

³⁶ Konvencija o pravima deteta, UNICEF, 1989. 6/1/2 konvencija (unicef.org) (31.5.2021)

dokumentacije, odnosno, dosijea učenika. Kriterijum odabira ispitanika je bila starost ispitanika i razvijena sposobnosti ispitanika da razume postavljeno pitanje i da na njega da iskren odgovor. Istraživanje je obavljeno tako što je ispitanicima najprepojašnjeno šta su pojmovi koji se istražuju, a zatim im je pojašnjeno šta treba da rade sa upitnikom. Upitnik je popunjavan po principu papir-olovka.

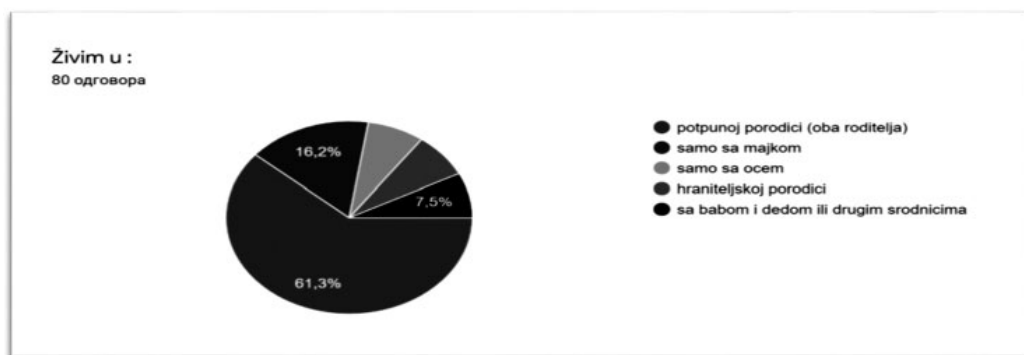
4.1. Prikaz i diskusijarezultata istraživanja

Nakon analize prikupljenih podataka, na vrlo malom uzorku, dobija se ozbiljna i vrlo surova slika jednog društva gde su zlostavljanje i zanemarivanje dece sa smetnjama u razvoju, i ako su usvojena brojna međunarodna inacionalna dokumenta, i dalje čvrsto pod velom *porodične tajne*.

Iz aspekta postavljene osnovne hipoteze, hipoteza je potvrđena.

Podaci su analizirani prateći distribuciju odgovora *ponekad* i *da*, jer i na manjina gove šta postojanja nekog oblika trpnje deteta, govori u prilog sumnji da u toj porodici postoji neki oblik nasilja i/ili zanemarivanja deteta³⁷.

Uzorak je činilo 45% osoba ženskog pola i 55% osoba muškog pola. Uzorak je bio sačinjen od ispitanika starostiod 10. do 21.godine, a najzastupljeniji su bili ispitanici sa 16 godina (30%), zatim ispitanici sa 15godina (16,3%), dok najmanje jeispitanika bilo sa 21 godinom (1,3%). Ovaj podatak je indikativan jer se, prema podacima, može tvrditi da većina ispitanika potiče iz socijalno depriviranih porodica koje nisu mogle (ili nisu želele) da obezbede uslove za uvremenjeno školovanje svoje dece, tako da među ispitanicima ima onih koji imaju 14 godina a pohađaju 5. razred osnovne škole. Najzastupljeni je suispitanici koji potiču iz potpunih porodica (61,3%), ali procenat ispitanika koji potiču iz nepotpunih porodica je i procenat depriviranih porodica koje su vaspitavale decu na način koji su najbolje znale i umele (32,2%) (*videti Grafikon br. 1*).



Grafikon 1. Struktura porodice i broja članova porodice

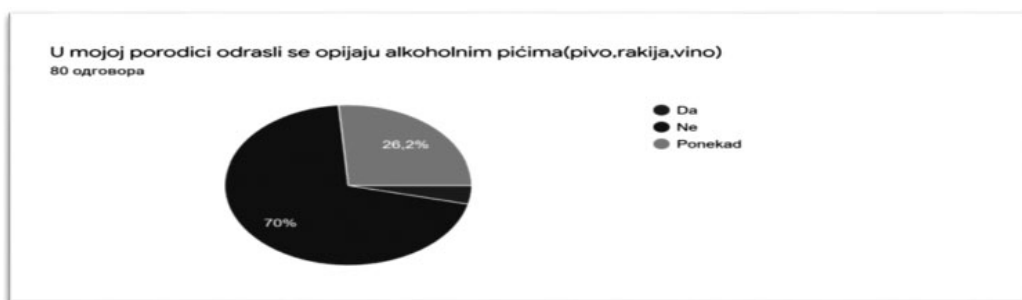
Ovaj podatak bi mogao da se protumači kao mogući rizičan teren za razvoj nasilničkog ponašanja ukućana u prisustvu deteta ili prema detetu, što potvrđujui istraživanja u kojima

³⁷ Žegarac Nevenka (2004), 19

se sa povećanjem broja dece rasipa porodična kohezija i nastaju problematični odnosi³⁸. Od ukupnog broja ispitanika, njih 25% je procenilo da su njihovi uslovi života siromašni, dok je (na ukupnom uzorku) njih 16,2% odgovorilo da (ponekad) nemaju dovoljno hrane. Njih 10% je procenilo da nema zadovoljavajuće higijenske uslove (kupati i toplu vodu).

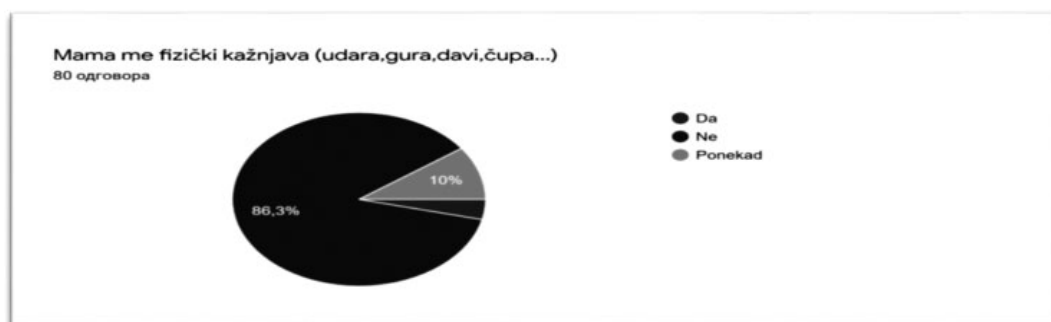
Pitanja koja se nalaze pod rednim brojevima od 11. do 17, od 20. do 22, 25. i 29. odnosila su se na konkretne situacije nasilničkog ponašanja roditelja prema detetu. Instrument istraživanja se nalazi u Prilogu 1. koji se nalazi na kraju članka.

Odgovori se odnose na: česte situacije opijanja roditelja (31%) (videti Grafikon br. 2)



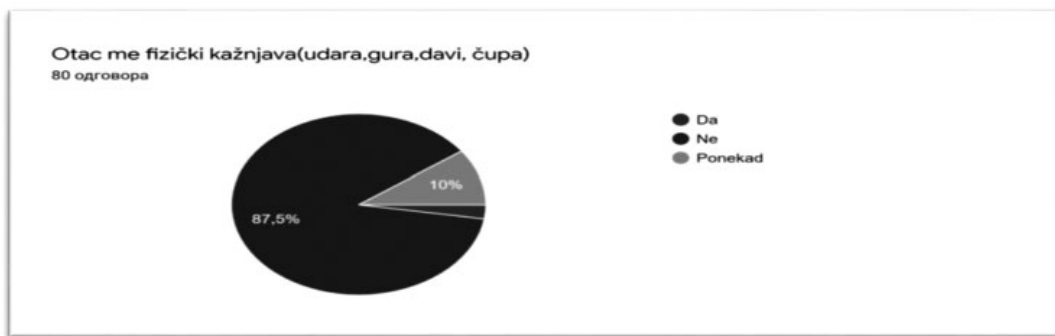
Grafikon br. 2. Zastupljenost opijanja u porodici ispitanika

Česta fizička „kažnjavanja“ ispitanici dobijaju od druge osobe iz porodice (15%) u odnosu na postotak takvog ponašanja od strane majke (13,7%) (videti Grafikon br.3), odnosno oca (12,5%) (videti Grafikon br. 4) ili druge osobe odrasle osobe iz porodice (20%) (videti Grafikon br. 5)

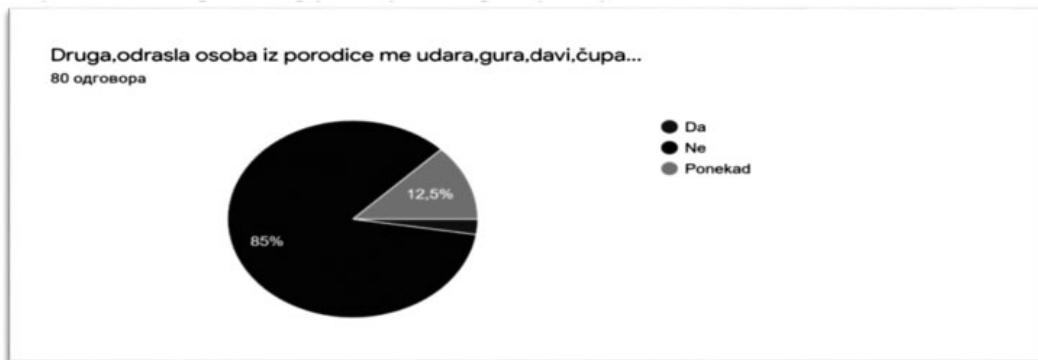


Grafikon br. 3. Stepen zastupljenosti fizičkog kažnjavanja od strane majke

³⁸ Milosavljević, Milan (1998). *Nasilje nad decom*, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu, 98

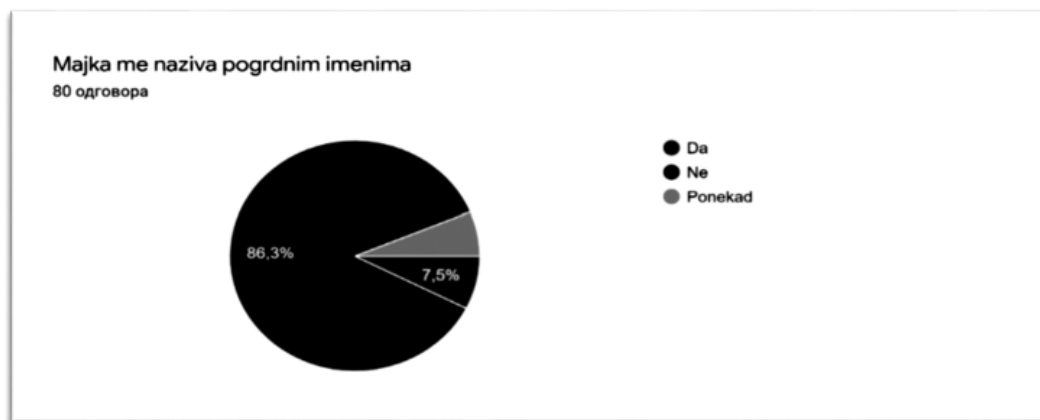


Grafikon br. 4. Stepen zastupljenosti fuzičkog kažnjavanja od strane oca

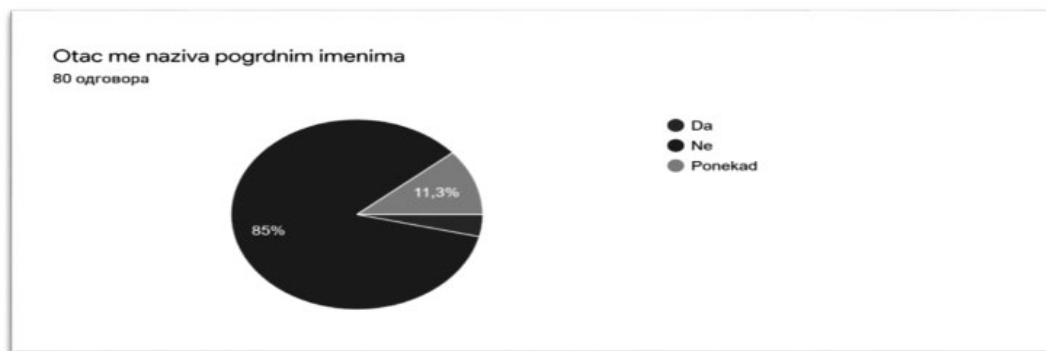


Grafikon br. 5. Stepen zastupljenost fizičkog kažnjavanja ispitanika od strane druge odrasle osobe u porodici

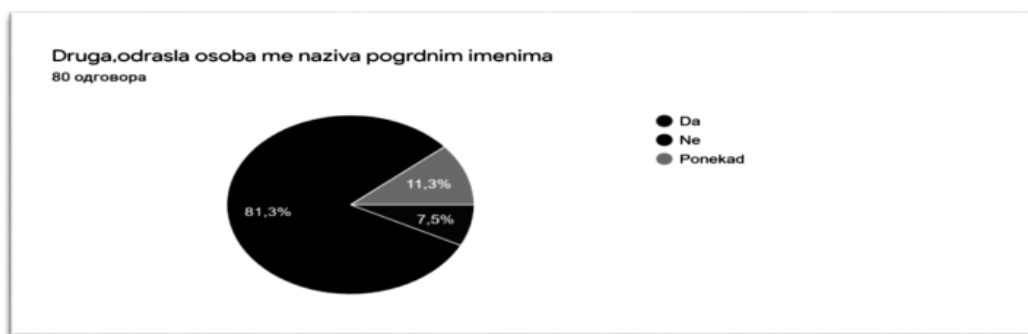
Nazivanje deteta pogrđnim imenima od strane roditelja ili druge osobe iz porodice (47,8%), gde je zastupljenije verbalno vređanje i ponižavanje od strane druge osobe iz porodice (18,8%) (videti Grafikon br.6), u odnosu na takvo ponašanje roditelja, odnosno, majke (13,7%) (videti Grafikon br. 7) –ili oca (15%) (videti Grafikon br. 8).



Grafikon br. 6. Stepen zastupljenosti vređanja i/ili nazivanja ispitanika pogrđnim imenima od strane majke)

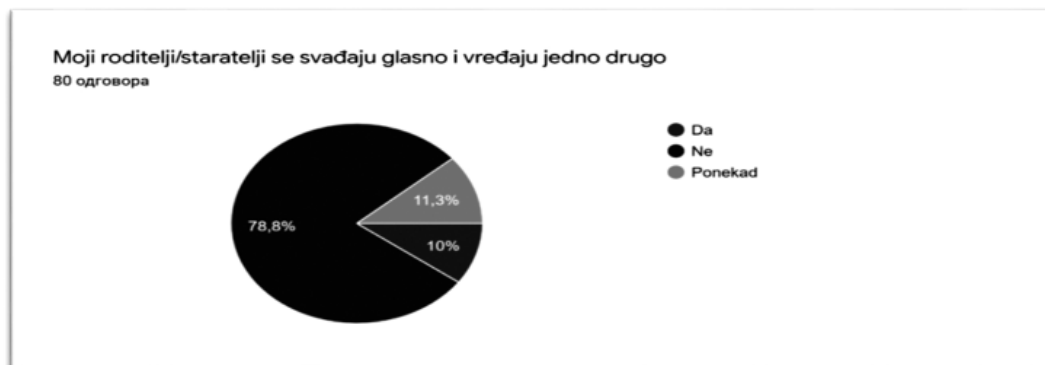


Grafikon br. 7. Stepen zastupljenosti vređanja i/ili nazivanja ispitanika pogrdnim imenima od strane oca

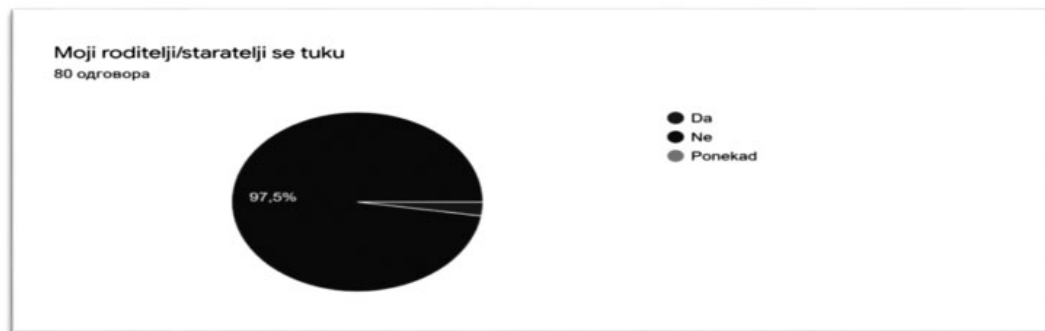


Grafikon br. 8. Stepen zastupljenosti vređanja i/ili nazivanja ispitanika pogrdnim imenima od strane neke odrasle osobe iz porodice

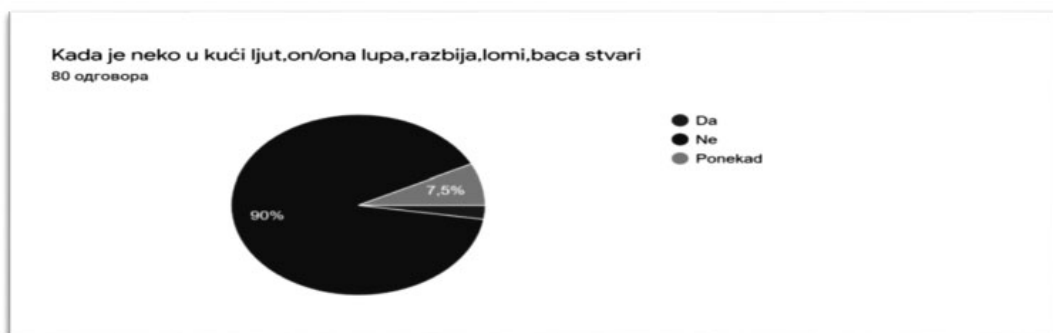
Neposrednog prisustva nasilju između roditelja/ukućana (2,5%) (što je potvrđeno i uvidom u dokumentaciju i tokom intervjuja sa decom) (videti Grafikon br. 9), svađa između roditelja (21%) (videti Grafikon br.10), nasilničkog ponašanja nekog od ukućana prema predmetima u kući (10%) (videti Grafikon br. 11) i posledično, stepena straha, odnosno, zastrašenosti ispitanika iz svog neposrednog porodičnog okruženja (videti Grafikon br.12).



Grafikon br. 9. Stepen zastupljenosti verbalnog nasilja između roditelja i/ili članova porodice ispitanika



Grafikon br.10. Stepen fizičkog nasilja između roditelja i/ili članova porodice ispitanika



Grafikon br. 11. Stepen nasilničkog ponašanja roditelja i/ili drugog člana porodice



Grafikon br. 12. Stepen straha i zastrašenosti ispitanika od neke odrasle osobe iz svoje porodice

Preostala pitanja se odnose na posledice pretrpljenih traumatičnih situacija u porodici (pitanja pod rednim brojevima 18, 19, 24, 26.i27.) gde rezultati pokazuju da35% njih ima određene zdravstvene tegobe („osećam mučninu i boli me glava“), miran san, bezružnih snova, nema 41,3% ispitanika, a njih 25,1% su tužni zbog života u njihovoj porodici.

U delu neposredne brige i zadovoljavanja osnovnih potreba, njih 18,3% nema obezbeđenu brigu i negu i vođenje lekaru kada se ne osećaju dobro, 21,3% ispitanika nema uslova za

primereno spavanje, a njih 16% nemaju adekvatnih stambenih uslova (adekvatno grejanje, komfor, održavanje higijena, nedostatak ličnog prostora). Kada je reč o davanju iskrenog odgovora da trpe nasilje, deca treba da imaju razvijene kognitivne sposobnosti isvest o tome da određeno ponašanje ukućana prema njima predstavlja oblik zlostavljanja ili zanemarivanja.

U tom smislu njih 97,5% je odgovorilo da su *ponekad* bili u takvoj situaciji, što se može povezati sa (opservaciono uočenim) strahom deteta da, ukoliko potvrdi, to može da isprovocira čitav niz događaja koji bi rezultirali nasiljem od strane roditelja i/ili odvajanjem od roditelja (nasilnika). Dete već smatra i oseća da je krivo *zbognečeg* da je ponašanje nasilnog roditelja opravdano, tako da dodatni teret i osećaj krivice ne bi imalo snage da podnese.

Ovi podaci govore u prilog postavljenim istraživačkim pretpostavka mada su deca sa smetnjama u razvoju koja potiču iz socijalno depriviranih porodica sa mnogo članova i koji žive u prigradskim naseljima, marginalizovana i u većem stepenu izložena mogućnosti trpljenja zlostavljanja ili zanemarivanja osnovnih razvojnih, čak i egzistencijalnih potreba. Obzirom da uzorak čine predstavnici tri nacionalnosti, potrebna je dubioznija analiza podataka i osetljiviji istraživački instrumentarijum kako bi se utvrdilo u kom stepenu je kod koje nacionalnosti koji oblik nasilja nad decom zastupljeniji.

Analizirajući dobijene podatke istraživanja, vodeći se postavljenim predmetom i ciljem istraživanja, iako je istraživanje sprovedeno na relativno malom uzorku, dolazimo do alarmantnog podatka koji pokazuje da je u zemlji Republici Srbiji i pored donošenja zakona i podzakonskih akata o zaštiti dece od nasilja, zlostavljanja i zanemarivanja ono i dalje izraženo i prisutno. Kao što je i sam cilj istraživanja bio da se utvrdi koliki je stepen zastupljenosti zlostavljanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju na teritoriji grada Beograda povezan sa određenim sociodemografskim faktorima, kroz istrađivačke zadatke došli smo do podataka da je postojanje zlostavljanja/zanemarivanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju povezano sa vrstom mesta, strukturom i brojem dece u porodici u kojoj žive. Takođe, da je stepen obrazovanja roditelja/staratelja/hranitelja povezan sa postojanjem zlostavljanja/zanemarivanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju, kao i uslovima ispitanika u kojim oni žive (stepen prepoznavanja i zadovoljavanja potreba ispitanika od strane ukućana). Osnovna postavljena hipoteza je potvrđena, što ukazuje da su deca sa smetnjama u razvoju najčešće marginalizovana i mnogo češće izložena nasilju i zanemarivanju.

5. MOGUĆI UTICAJI JAVNOSTI I DEJSTVA PRAVNOG OKVIRA

Uticaj javnosti u sprečavanju nasilja nad decom sa smetnjama, a dalekosežno i nasilja u porodici svakako je izraženo stupanjem na snagu Zakona o sprečavanju nasilja u porodici sredinom 2016.godine (Sl. glasnik RS, br. 94/2016). Ovim zakonom uređuje se sprečavanje nasilja i postupanje državnih organa i ustanova, kao i preuzimanje zaštite i podrške žrtvama nasilja³⁹. Osim zaštitnih mera da se nasilje ne dogodi, značajne su specijalizovane obuke usmerene ka državnim organima, prava na besplatnu pravnu pomoć žrtvama. Alarmiranje javnosti u smislu edukacije dece, praćenje promena uključivanjem i drugih ustanova, medija, predškolskih i školskih ustanova, kao i celokupnog detetovog okruženja.

³⁹ Zakon o sprčavanju nasilja u porodici, *Službeni glasnik RS*, br.94/2016, 1

Samo sprečavanje nasilja sastoji se od skupa mera kojima se otkriva da li preti neposredna opasnost od nasilja u porodici i skupa mera koje se primenjuju kada je neposredna opasnost otkrivena. Neposredna opasnost postoji kada iz ponašanja mogućeg učinioca i drugih okolnosti proizilazi da je on spreman da u vremenu koje neposredno predstoji po prvi put učini ili ponovi nasilje u porodici⁴⁰, o čemu smo u istraživačkom delu rada i govorili. Kako i Porodični zakon ("Sl. glasnik RS", br. 18/2005, 72/2011 - dr. zakon i 6/2015) i Zakon o sprečavanju nasilja u porodici (Sl. glasnik RS, br. 94/2016) taksativno nabrajaju akte nasilja kao i srodnike na koje se zakon primenjuje nema sumnje da je pravni okvir nasilja nad decom sa smetnjama u razvoju formulisan i jasan. Nažalost zakonska regulativa u smislu prevencije koju predviđa još je na „staklenim nogama“ delom iz neznanja i straha žrtvi, a mahom iz neadekvatnog postupanja okruženja. Pored državnih u pružanju podrške zaštite dece učestvuju i nevladine organizacije i/ili inostarni fondovi uz direktnu ili indirektnu donaciju.

Prepoznavanje čina nasilja može da proizide iz proučavanje prijave kome je bilo kome podnela žrtva nasilja, uočavanjem tragova fizičkog i drugog nasilja na žrtvi i drugih okolnosti koje ukazuju na isto. Posebno je regulisan rad grupa za koordinaciju i saradnju i način pružanja psihosocijalne i pravne pomoći žrtvama (*Službeni glasnik RS*, br.94/2016, član 31). Nažalost, u praksi Republičkog javnog tužilaštva gotovo da i nema prijava o ovom aktu nasilja.⁴¹

6. ZAKLJUČAK

Rezultati dobijeni ovim istraživanjem, iako analizirani na relativno malom uzorku, predstavljaju alarmantan podatak ukazujući nam da je u našoj zemlji i pored donešenja zakona i podzakonskih akata o zaštiti dece od nasilja, zlostavljanja i zanemarivanja ono i dalje izraženo i prisutno. Ono što čini uopšteni sociološki okvir jednog savremenog društva jesu pravila ponašanja koja su ispravna sa stanovišta zakona, morala, opštih shvatanja i principa. U tom smislu, socijalno kompetentno je ono dete koje je usvojilo pozitivne socijalne vrednosti (npr. divljenje, pomaganje, saradnja), koje je razvilo sposobnosti da shvati okolinu i da na adekvatan način reaguje u svakodnevnom životnim situacijama. Tamo gde je nasilje među članovima porodice izraženo i višestruko, izvesno je da će dete poprimiti negativne društvene vrednosti koje se odražavaju na njegov odnos, kako prema okolini, tako i prema sebi, u smislu sklonosti samopovređivanju, nedostatka samopoštovanja i sigurnosti.

Kao što je i sam cilj istraživanja bio da se utvrdi koliki je stepen zastupljenosti zlostavljanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju na teritoriji grada Beograda povezan sa određenim sociodemografskim faktorima, kroz istraivačke zadatke došli smo do podataka da je postojanje zlostavljanja/zanemarivanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju povezano sa vrstom mesta, strukturom i brojem dece u porodici u kojoj žive. Takođe, da je stepen obrazovanja roditelja/staratelja/hranitelja povezan sa postojanjem zlostavljanja/zanemarivanja dece i mladih sa smetnjama u razvoju, kao i uslovima ispitanika u kojim oni žive (stepen prepoznavanja i zadovoljavanja potreba ispitanika od strane ukućana). Osnovna postavljena

⁴⁰ *Ibid*, 3/2

⁴¹ [http://rjt.gov.rs/ci/\(19.9.2021.\)](http://rjt.gov.rs/ci/(19.9.2021.))

hipoteza je potvrđena, što ukazuje da su deca sa smetnjama u razvoju najčešće marginalizovana i mnogo češće izložena nasilju i zanemarivanju.

Ono što predstavlja značajno zapažanje u istraživanju jeste da česta fizička „kažnjavanja“ ispitanici dobijaju od druge osobe iz porodice (15%) u odnosu na postotak takvog ponašanja od strane majke (13,7%), odnosno oca (12,5%) ili druge osobe odrasle osobe iz porodice (20%), dok nazivanje deteta pogrđnim imenima od strane roditelja ili druge osobe iz porodice (47,8%), gde je zastupljenije verbalno vređanje i ponižavanje od strane druge osobe iz porodice (18,8%), u odnosu na takvo ponašanje roditelja, odnosno, majke (13,7%) ili oca (15%).

U delu neposredne brige i zadovoljavanja osnovnih potreba, njih 18,3% nema obezbeđenu brigu i negu i vođenje lekaru kada se ne osećaju dobro, 21,3% ispitanika nema uslova za primereno spavanje, a njih 16% nemaju adekvatnih stambenih uslova (adekvatno grejanje, komfor, održavanje higijena, nedostatak ičnog prostora). Kada je reč o davanju iskrenog odgovora da trpe nasilje, deca treba da imaju razvijene kognitivne sposobnosti i svest o tome da određeno ponašanje ukućana prema njima predstavlja oblik zlostavljanja ili zanemarivanja.

U tom smislu njih 97,5% je odgovorilo da su ponekad bili u takvoj situaciji, što se može povezati sa (opservaciono uočenim) strahom deteta da, ukoliko potvrdi, to može da isprovocira čitav niz događaja koji bi rezultirali nasiljem od strane roditelja i/ili odvajanjem od roditelja (nasilnika). Dete već smatra i oseća da je krivo zbog nečeg da je ponašanje nasilnog roditelja opravdano, tako da dodatni teret i osećaj krivice ne bi imalo snage da podnese.

Ovi podaci govore u prilog postavljenim istraživačkim pretpostavkama da su deca sa smetnjama u razvoju koja potiču iz socijalno depriviranih porodica sa mnogo članova i koji žive u prigradskim naseljima, marginalizovana i u većem stepenu izložena mogućnosti trpljenja zlostavljanja ili zanemarivanja osnovnih razvojnih, čak i egzistencijalnih potreba. Obzirom da uzorak čine predstavnici tri nacionalnosti, potrebna je dubioznija analiza podataka i osetljiviji istraživački instrumentarijum kako bi se utvrdilo u kom stepenu je kod koje nacionalnosti koji oblik nasilja nad decom zastupljeniji.

Porodično okrilje, koje (bi trebalo da) predstavlja najbezbednije mesto za dete je prostor u kome se kod deteta na suptilan način izgrađuju odbrambeni mehanizmi i razvija svest o tome da nisu svi odrasli ljudi dobri. Na taj način, dete se priprema za sve potencijalne opasnosti koje vrebaju u stvarnom životu. Postoji određen, na žalost, još uvek nedovoljno utvrđen postotak dece koja su upravo u porodičnom okrilju izložena lošim, teškim i bolnim trenucima trpnje i osećanja krivice. Takva deca postanu „vidljiva“ tek kada počnu sa ispoljavanjem agresivnog i kriminogenog ponašanja, upotrebom alkohola i narkotika ili ispoljavanjem psihosomatske simptomatologije van porodične sredine. Nisu, međutim, sve siromašne porodice disfunkcionalne, te je važno takvim porodicama pružiti pomoć i podršku. U tom smislu je važno razvijanje odnosa između roditelja i deteta koje može da se sastoji upružanju podrške detetu od strane roditelja, jačanju detetovog samopouzdanja, pružanju ljubavi i pažnje i toleranciji i prihvatanju detetove individualnosti. Imajući u vidu da Republika Srbija ima usvojena snažne zakonske i podzakonske akte za zaštitu dece od zlostavljanja i zanemarivanja koja se zasnivaju na međunarodnim zakonima i konvencijama, potrebna je volja da se na pravi način i snažnije pokrene mehanizam prepoznavanja i sprečavanja nasilja nad decom pre nego što takav događaj dođe u žižu javnosti, pre svega alarmiranjem okruženja koje prvo može da prepozna početne signale nasilja, rad na prevenciji edukativnim sadržajima i ohrabriranjem samih žrtava.

LITERATURA

- Grbić Ana, Vuković, Jelena “Razvoj i implementacija zakonodavstva sistema državne brige o porodici i deci u okviru savremenog porodičnog života”, *Megatrend revija*, Beograd, 2/2017, 145-158
- Eksploatacija dece sa posebnim osvrtom na Fakultativni protokol uz Konvenciju o pravima deteta o prodaji dece, dečjoj prostituciji i dečjoj pornografiji. Dostupno na: http://www.cpd.org.rs/Data/Files/eksploatacija_dece_2006.pdf . Pristupljeno 01.04.2021
- Familija uz finansijsku podršku EU. Dostupno na; http://familia.org.rs/Fam%2024%2003%202014/DECA_SA_TESKOCAMA_preporuke_za_proce_nu_i_podrsku.pdf. Pristupljeno 15.03.2021.
- Heekin Mengel, (1997), *Novi prijatelji*, Mali professor, Zagreb, 109
- Hrnjica, Sulejman (1991). *Ometeno dete – uvod u psihologiju ometenih u razvoju*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Išpanović-Radojković, Veronika i Ignjatović Tanja, (2006). Priručnik za primenu Opšteg protokola za zaštitu dece od zlostavljanja i zanemarivanja. Beograd: Degraplast
- Išpanović Radojković V, Ignjatović V, Vujović, Stevanović I, Srna J, Žegarac N. (2006). *Priručnik za primenu Opšteg protokola za zaštitu dece od zlostavljanja i zanemarivanja*. Beograd: Centar za prava deteta.
- Konvencija UN o pravima deteta, (1989). Dostupno na: <https://www.unicef.org/serbia/media/3186/file/Konvencija%20o%20pravima%20deteta.pdf>. Pristupljeno 17.03.2021
- Konstantinović-Vilić, Slobodanka, Nikolić-Ristanović Vesna, Kostić Miomira (2009). *Kriminologija*. Niš: Pelikan print.
- Ljubojev, Nadežda (2009). Zlostavljanje deteta u porodici, *Socijalna misao*, vol. 16, br. 1: 63-77
- Milosavljević, Milan (1998). *Nasilje nad decom*. Beograd: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu.
- Mihić, Biljana (2002). *Porodično nasilje na decom*. Tema broja Septembar 2002: 51-58. <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/1450-6637/2002/1450-66370203051M.pdf>. (11.04.2021)
- Porodični zakon RS, *Službeni glasnik RS, br. 18/2005, 72/2011, 6/2015*.
- Pejović Milovančević M, Išpanović Radojković V, Vidojević O, Kalanj D, Marunić V, Radosavljev J, et al. (2002). Model zaštite dece od zlostavljanja i zanemarivanja. *Psihijatrija danas*; 34(1-2):117-32.
- Radojević, Branka i dr. (2014). *Deca sa teškoćama – preporuke za procenu i podršku*, Beograd: Republičko javno tužilaštvo, statistika, <http://rjt.gov.rs/ci/>
- Simeunović Pantić Biljana (2021), Okrivljavanje žrtava seksualnog nasilja u kontekstu internalizovanog seksizma i ženske unutarrodne hostilnosti, Beograd: Sociološko naučno društvo Srbije
- *Situaciona analiza – Položaj dece sa smetnjama u razvoju i invaliditetom u Republici Srbiji, (2018)*. Dostupno na: <https://www.unicef.org/serbia/polozej-dece-sa-smetnjama-u-razvoju-pregled-nalaza>. Pristupljeno 15.03.2021.

- Smith, Melinda; Robinson Lawrence and Segal Robert (2020). *What it is and how to help*. Dostupno na <https://www.helpguide.org/articles/abuse/child-abuse-and-neglect.html>. Pristupljeno 9.5.2021.
- Stevković, Ljiljana (2006). Karakteristike nasilja nad decom u porodici i njegove posledice na zdravlje, u: *Zdravlje i žrtve*. Dostupno na: <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/1450-6637/2006/1450-66370603023S.pdf>. Pristupljeno 15. 03.2021.
- Stepanović, Saša (2018). *Inkluzija*. Šabac: Sumatra izdavaštvo
- Stepanović, Saša, (2019). *ADHA I ADD, poremećaj pažnje iz drugog ugla*, Beograd: Visoka škola socijalnog rada.
- University of Wisconsin (2008). *Monitoring child disability in developing countries: results from the multiple indicator cluster surveys*. New York: United Nations Children's Fund. :https://www.unicef.org/english/protection/Monitoring_Child_Disability_in_Developing_Countries.pdf. Pristupljeno 17.03.2021
- Vujačić Milja, (2006): "Problemi i perspektive dece sa posebnim potrebama" *Zbornik instituta za pedagoška istraživanja*, 38/1, 190-204
- Vukotić, Marina; Đolović Aleksandra i Koprivica Ivan (2011). Analiza podataka centara za socijalni rad o slučajevima seksualnog zlostavljanja i zloupotrebe dece u AP Vojvodini za period 2006-2010.godina. Novi Sad: Pokrajinski zavod za socijalnu zaštitu
- WHO (2011). *World report on Disability*. Geneva: World Health Organization. Dostupno na <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/sensory-functions-disability-and-rehabilitation/world-report-on-disability>. (12.03.2021.)
- Zakon o sprečavanju nasilja u porodici, Službeni glasnik RS, br.94/2016, Beograd

Saša Stepanović
Ana Grbić

364.632-056.26/.36-053.4/.5(497.11)
364-787.8-056.26/.36-053.4/.5(497.11)
DOI: 10.5937/MegRev2203269S
Primljen 30.12.2021.
Odobren 06.03.2022.
Stručni članak

ABUSE OF CHILDREN WITH DISABILITIES IN THE CITY OF BELGRADE

Abstract: *The subject of this empirical research is to see to what extent violence against children with disabilities is present in our society, in which families abuse and neglect occur, specifically in the city of Belgrade. The aim of the research was to determine whether and to what extent there are certain (and which) forms of abuse and / or neglect of children and youth with disabilities and what are the dominant factors for the development and maintenance of this situation, while the task was to determine whether the degree of abuse and / or neglect of children and youth with disabilities in the city of Belgrade depends on certain socio-demographic factors.*

The sample consisted of 80 respondents, students of primary and secondary school "Novi Beograd" in Belgrade. The target group was students aged 10 to 21 who were found to have a factor which contributes to the vulnerability and marginalization of this group of children and young people in relation to children and young people of normal development. The analysis of the results showed that, out of the total number of respondents, 25% of them estimated that their living conditions were poor, while 16.2% of them answered that (sometimes) they did not have enough food. 10% of them estimated that there were no satisfactory hygienic conditions. By analyzing the questions on a certain group of questions, significant data were obtained that support the research questions that children with disabilities, who come from socially deprived families with many members and live in suburbs, are more exposed to the possibility of suffering. abuse and / or neglect.

Key words: *violence, forms of violence, children with disabilities, family relationships, school*

UPITNIK

Ovaj upitnik će nam pomoći da saznamo da li deca/mladi trpe neki vid nasilja i zanemarivanja u porodici u kojoj žive.

Pod terminom *nasilje i zanemarivanje* podrazumeva se ponašanje roditelja, staratelja, srodnika, osobe sa kojom dete živi, gde se uz primenu fizičke sile nanosi bol detetu, dete se kažnjava udarcima, gušenjem, guranjem, zatvaranjem, naziva se pogrđnim imenima ili mu se nezadovoljavaju osnovne potrebe (hrana, san, odeća, higijena). Kao posledica toga, ugroženje razvoj deteta.

Važno je da iskreno odgovoriš na ova pitanja koja će pomoći da saznamo koliko deca/mladi trpe zlostavljanje i zanemarivanje u svojim porodicama. Upitnik je anonimn i koristiće nam da steknemo uvidu uslove življenja u tvojoj porodici poboljšamo uslove u kojima ti živiš.

Zaokruži, dopiši, ono što se odnosina tebe:

1. Pol: MŽ
2. Imam _____ godina.
3. Živim u: a) selu, b) prigradskom naselju, v) gradu
4. Živim u: a) potpunoj porodici (obarođitelja), b) samosamajkom, v) samosaoce, g) hraniteljskoj porodici, d) sa babom i dedom i drugim srođnicima
5. Obrazovanje majke/staratelja/hranitelja: a) nepotpuna OŠ, b) OŠ, v) SŠ, g) visoka SŠ, d) nepismen/a
6. Obrazovanje oca/staratelja/hranitelja: a) nepotpuna OŠ, b) OŠ, v) SSS, g) VŠS, d) nepismen/a
7. U mojoj porodici ima _____ dece.
8. Procenjujem da su naš uslovi života: a) siromašni, b) prosečni, v) iznad prosečni
9. U mojoj porodici uvek imamo dovoljno hrane: a) da, b) ne, v) ponekad
10. Imam kupatilo i toplu vodu: a) da, b) ne, v) ponekad
11. U mojoj porodici se odrasli opijaju alkoholnim pićima (pivo, rakija, vino): a) da, b) ne, v) ponekad
12. Mama me fizički kažnjava (udara, gura, davi, čupa...): a) da, b) ne, v) ponekad
13. Otac me fizički kažnjava (udara, gura, davi, čupa...): a) da, b) ne, v) ponekad
14. Druga odrasla osoba iz porodice udara, gura, davi, čupa...: a) da, b) ne, v) ponekad
15. Majka me naziva pogrđnim imenima: a) da, b) ne, v) ponekad

16. Otacmenazivapogrdnimimenima:a) da, b) ne, v) ponekad
17. Drugaodraslaosobamenazivapogrdnimimenima:a)da, b) ne, v) ponekad
18. Uprostoriijgdespavamjemirnoiudobnopalakozašpim: a) da, b) ne, v) ponekad
19. Umojojkućijetoploiudobno;a) da, b)ne, v) ponekad
20. Mojiroditelji/starateljisesvađajuglasnoivredajujednodrugo:a) da, b) ne, v) ponekad
21. Mojiroditelji/starateljisetuku: a) da, b) ne, v) ponekad
22. Kadajenekoukućiljut, on/onalupa, razbija, lomi, bacastvari: a) da, b) ne, v) ponekad
23. Roditelji/starateljimiobezbeđuju (kupuju) svepotrebneštvariuskladusamogućnosti- ma:a) da, b) ne, v) ponekad
24. Zbognačinaživotausvojojporodici, jasamtužan/tužna: a) da, b) ne, v) ponekad
25. Plašimsenekeodrasleosobeizporodice:a)da, b) ne, v) ponekad
26. Mirnospavam, nemamružnesnove: a) da, b) ne, v) ponekad
27. Čestomeboliglava, stomak, imammučnine: a) da, b) ne, v) ponekad
28. Roditelji/starateljimevodekodlekarakadasambolestan/a: a)da, b) ne, v) ponekad
29. Smatramdasamzlostavljan/auporodici:a) da, b) ne, v) ponekad
30. Srećansamštoživimusvojojporodici: a)da, b) ne, v) ponekad
Bio/la sam iskren/a DA NE

HVALA NA SARADNJI

POLITIKA I BEZBEDNOST

Jovana Vitošević*
Dragan Đurđević**

338.22:620.9
502.131.1:620.9
339.972:620.9
DOI: 10.5937/MegRev2203291V
Primljen 22.07.2022.
Odobren 22.08.2022.
Originalni naučni rad

IMPLEMENTACIJA ENERGETSKE PRAVDE U ENERGETSKOJ TRANZICIJI

Sažetak: *Inicijalno definisanje teorijskog koncepta energetske pravde nije pretpostavljalo da će on vremenom evaluirati i postati konceptualni okvir koji je aplikativni može se materijalizovati u praksi. Naime, energetska pravda je danas instrument putem kojeg se ostvaruje pravo zaštite ljudskih prava u svim elementima energetske sektora i energetske tranzicije. Iako o energetske tranzicije govorimo u pozitivnoj konotaciji, putu ka nečem boljem i promeni na bolje, ona može imati i negativne posledice. To kontinuirano vaganje između benefita i rizika i pitanja da li će obnovljiva energija biti dostupna svima i po kojoj ceni, i kako će to uticati na potrošače, tranzicije daje mnogo širi kontekst u kome ona ima i veliku odgovornost, a to spada u domen energetske pravde. U tom smislu, potencira se i uloga energetske pravde u heterogenom i slojevitom odnosu migracija i klimatskih promena, jersu posledice razvoja energetske sistema u izgradnji obrazaca proizvodnje i potrošnje često bile nepravedne, a sa druge strane raseljavanje stanovništva ima sposobnost da ozbiljno poremeti ekonomski prosperitet i bezbednost ljudi. Dakle, istraživanje višestrukih implikacija energetske pravde u procesu energetske tranzicije i njenim ishodima, može doprineti njenoj pravičnosti i inicijaciji odgovornosti i zaštite.*

Ključne reči: energetska pravda, energetska tranzicija, klimatske promene, migracije

* Student doktorskih studija, Pravni fakultet, Megatrend Univerzitet Beograd; home.vitosevic@gmail.com

** Redovni profesor, Fakultet za civilno vazduhoplovstvo, Megatrend Univerzitet Beograd; ddjurdjevic@megatrend.edu.rs4

1. UVOD

Ekonomski razvoj implicira u svom konceptu ipračenje pitanja jednakosti u svim oblastima, pa i u energetske sektoru. U postCOVID vremenu, u kom je ekonomski oporavak od fundamentalnog značaja za društvo, pitanja energetske pravde suposebno akcentovana. Sprovođenje pravde unutar energetske sektora može doneti značajan društveni i socijalni benefit, unaprediti stanje životne sredine i postići veću energetske efikasnost. Energetska tranzicija predstavlja izazov jer menja svoju strukturu, oblike, standarde, načine upravljanja, a istovremeno mora da obezbedi pravedne ishode za društvo. Zadaci postaju još kompleksniji kada se imaju u vidu postojeće klimatske promene i njihove ozbiljne štetne posledice, posebno u siromašnim zemljama i zemljama u razvoju, jer im nedostaje neophodna sposobnost za ublažavanje i prilagođavanje. Imajući u vidu da se klimatske promene tiču naše bezbednosti, životnog standarda, zdravlja, rizici koje one nose su važna polazna tačka u razumevanju njihovih interakcija sa svim ostalim aspektima u okruženju. Takav neksus energija-klimatske promene-pravda-tranzicija zahteva detaljan analitički okvir i multidisciplinarni pristup. Rad predstavlja teorijski koncept energetske pravde, njenu strukturu, ulogu u energetske tranziciji i njenim posledicama, ali implementaciju u praksi, u cilju zaštite ljudskih prava.

2. DEFINISANJE KONCEPTA ENERGETSKE PRAVDE I PRIMENA U PRAKSI

Koncept energetske pravde je u stvari utemeljen u pravdi životne sredine, tzv. ekološkoj pravdi koja se pojavila sedamdesetih godina u Americi, kao odgovor na nejednaku distribuciju zagađenja i rizike koje ono nosi i tesno je povezan sa socijalnom pravdom, pozivajući se na demokratska i egalitarna društva. Od tada, obim ekološke pravde je značajno evoluirao i proširio se u više pravaca, tako da danas imamo socijalnu pravdu, klimatsku, pravdu životne sredine i energetske pravdu. Energetska pravda je u suštini široki pojam, koji ima za cilj da svima obezbedi sigurnu, pristupačnu i održivu energiju¹, da omogući pravednu podelu i benefita i tereta usluga energetske sistema, identifikaciju postojećih nepravda u energetske sistemu i načina kako te nepravde mogu biti rešene². Literaturni podaci uglavnom upućuju na dva koncepta, koja se ne isključuju međusobno, čak se možda i dopunjuju konceptualizujući primenu energetske pravde. Prvi pristup bazira koncept energetske pravde na tri osnovna načela moderne pravde (tzv. trijumvirat načela):

- *Distribuciona pravda*, koja se bazira na pravednoj distribuciji energije u smislu otkrivanja nepravdi i eventualnog prisustva rizika;

¹ McCauley, D., Heffron, J.R., Stephan, H. and Jenkins, K. (2013): Advancing energy justice: The triumvirate of tenets. *International Energy Law Review*, 32(3), pp. 1-5.

² Simcock, N. (2016): Procedural justice and the implementation of community wind energy projects: A case study from South Yorkshire, UK. *Land Use Policy*, 59, pp. 467-477. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2016.08.034>

• *Proceduralna pravda*, koja naglašava važnost javnepravde i pravične procedure za sve aktere injenu bolju institucionalnu zastupljenost³,⁴;

• *Pravdaprepoznavanje* se odnosi namarginalizovane grupe ljudi, čije je uključivanje i prepoznavanje polarizacije i heterogenosti značajno u cilju smanjenja društvene i socijalne nejednakosti.

Sovacool (2016)⁵ predlaže dodavanje i četvrtog načela koncepta energetske pravde – *kosmopolitsku pravdu*, aludirajući na činjenicu da energetska pravda prevazilazi nacionalne granice i da se odnosi na sve ljude širom planete, čime se uključuje etička komponentau sve aktivnosti vezane za energetiku.Ova načela primenljiva su u svakoj fazi energetskog sistema, od proizvodnje preko infrastrukture do finalne potrošnje i na globalnom nivou, čime se često ovom konceptu daje multiskalarna dimenzija⁶.S obzirom da ovako definisan koncept energetske pravde može biti praktično aplikativan, Sovacool et al. (2016)razvijaju i drugi pristup upotrebljavajući okvir za donošenje odluka sa osam principa, koji uključuju: dostupnost, pristupačnost, propisani proces, transparentnost i odgovornost, održivost, unutargeneracijska jednakost, međugeneracijska jednakost i odgovornost. Ovako predloženi okvir donošenja odluka predstavlja kompleksan pristup u smislu operativnog delovanja i često se u praksi primenjuju neki od ovih principa, a ne svi, ali svakako zaokružuju i formalizuju teoriju energetske pravde.

Ono što je značajno u samom konceptu energetske pravde je upravo ta aplikativnost i adaptabilnost za primenu u praksi, dakle ne samo teorijski i filozofski koncept većrelevantan, kvantifikovan i materijalizovan. Naravno, o tome se nije razmišljalo pri inicijalnom definisanju samog koncepta, već je on prosto evaluirao vremenom i postao ishod jednog konceptualnog okvira koji se vremenom tehnički modelovao upraksi.Heffron & McCauley (2017)⁷su pokazali model od tri faze donošenja odluka za moguću primenu energetske pravde u praksi, na osnovu konceptualnog okvira energetske pravde. U tom modelu se polazi od trijumvirata ključnih načela energetske pravde koji se šire na energetske životni ciklus i sve njegove faze od ekstrakcije, proizvodnje, snabdevanja, potrošnje do upravljanja otpadom u kontekstu kosmopolitske perspektive i onda se procenjuje kako faza koja nas interesuje u praksi može biti istražena putem već pomenutih principa (celog seta od osam principa ili izabranog seta za dati problem). Tako uspostavljeni model bi uz *restorativnu pravdu* (još jedno načelo koje bi moglo da se doda već postojećem trijumviratu, a koje se odnosi na ispravljanje svake nepravde uzrokovane energetske sektorom) mogao da se primenjuje u praksi. Načelo restorativne pravde inače postoji u društvu i ima za cilj da popravi neku na-

³ Walker, G. (2009): Beyond Distribution and Proximity: Exploring the Multiple Spatialities of Environmental Justice. *Antipode*, 41, 614-636.<https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2009.00691.x>

⁴ Jenkins, K.E., McCauley, D., & Warren, C.R. (2017): Attributing responsibility for energy justice: A case study of the Hinkley Point Nuclear Complex ☆. *Energy Policy*, 108, 836-843.<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.05.049>

⁵ Sovacool, B.K.(2016): The political ecology and justice of energy. In: T. Van de Graaf, B.K. Sovacool, A. Ghosh, F. Kern, M.T. Klare, (eds)*The Palgrave Handbook of the International Political Economy of Energy*. London: Palgrave. pp. 529-558

⁶ Sari, R., Voyvoda, E., Lacey-Barnacle, M., Karababa, E., Topal, C. and Islambay, D. (2017): Energy justice - a social sciences and humanities cross-cutting theme report. Cambridge: *SHAPE ENERGY*, pp.6

⁷ Heffron, R.J., & McCauley, D. (2021): The Concept of Energy Justice Across the Disciplines. *The Challenge for Energy Justice*.<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.03.018>

netu štetu, a ne samo da se neko kazni, ili može da posluži i kaosmanjenje rizika. Primenjena na energetske sektor restorativna pravda bi omogućila donošenje odluka u cilju razmatranja eventualne štete i procenila veličinu načinjene štete.

Heffron (2022)⁸ je istražio pravosnažne presude pravnih institucija u sporovima koji su se ticali energetske nepravde u periodu od 2015-2021. godine u cilju testiranja ključnih načela energetske pravde. Sistematskim pregledom svih pravnih baza podataka koje objedinjuju presude sudnica na globalnom nivou, od 100 sudskih presuda odabrao je 20 pravnih predmeta koji su bili vezani za neke od faza životnog ciklusa energije od ekstrakcije, preko proizvodnje, potrošnje do upravljanja otpadom. Postoje tri nivoa na kojima se menjaju zakoni i donose odluke koji uključuju međunarodni, nacionalni i lokalni nivo. Na međunarodnom nivou, uvek se polazi od dva značajna događaja iz 2015. godine, a to su 17 ciljeva održivog razvoja UN (SDG) i Pariski sporazum COP21. Sa ovog nivoa, sve zemlje potpisnice dalje sprovode svoje ciljeve na nacionalnom i lokalnom nivou, pri čemu se na svim nivoima energetska pravda može primeniti da bi se obezbedila pravedna energetska tranzicija, pri čemu se ipak ističe da pravne institucije nacionalnog nivoa kreiraju aktuelnu javnu politiku i pravila u energetske sektoru u smislu dozvoljenog ponašanja energetskih kompanija. Autor je analizom ovih presuda došao do zaključka da je prisutan porast zaštite ljudskih prava kroz primenu i razumevanje ključnih elemenata energetske pravde. Pravni sistemi širom sveta ostvaruju pravo zaštite osnovnih ljudskih prava kroz razvoj energetskog sektora i primenu energetske pravde u energetske tranziciji. Napominje se da je u nekim zemljama sigurno ima primera nesprovođenja, ali da je sve više primera implementacije energetske pravde u energetske tranziciji u cilju zaštite ljudskih prava.

3. TRANZICIJA ENERGETSKOG SISTEMA

Tranzicija energetskog sistema je odgovor na sve veće pretnje klimatskih promena u svetu, a imajući u vidu da je antropogeni udeo u ovim promenama najvećim delom rezultat sagorevanja fosilnih goriva. Većina zemalja se okrenula energetske tranziciji, usvojila značajne sporazume i dogovore i obavezala se na prelazak na energiju sa niskim sadržajem ugljenika, svesni da će ovaj prelazak promeniti geopolitički pejzaž, pomerajući dinamiku između proizvođača i potrošača i uspostaviti se neki novi standardi za zemlje izvoznice. Podaci ukazuju na blago opadanje globalne potrošnje uglja za oko 1% godišnje, međutim, naučnici upozoravaju da su trenutni podaci nedovoljni da bi se potkrepila tvrdnja da smo na dobrom putu stabilizacije emisije ugljenika i na putu pune energetske tranzicije, već da je pravilnije da se naprave dugoročni planovi potencijalne buduće energetske putanje. York (2019)⁹ navodi ključnu razliku između razvoja infrastrukture i širenja novog izvora proizvodnje, tzv. energetskog dodatka i prelaska na novouspostavljeni izvor energije, jer postoji razlika u primeni „energetske tranzicije“ koja podrazumeva istovremeno odvijanje oba procesa, odnosno zamenu postojećih izvora energije novim, a ne dopunu. Tako da je njegovo

⁸ Heffron, R. (2022): Applying energy justice into the energy transition. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 156, 111936. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111936>

⁹ York, R., & Bell, S. (2019): Energy transitions or additions? *Energy Research & Social Science*, 51, 40-43. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2019.01.008>

poimanje ovog procesa da se energetske izvori još uvek dopunjuju, a da se još nije jasno prešlo sa jednog energetskeg izvora na drugi.

Međutim, ozbiljne klimatske promene su ipak generator odluka o smanjenju upotrebe fosilnih goriva i optimističkog plana o tranziciji energije u punom smislu te reči. Kroz koje sve mehanizme to može da se realizuje je takođe pitanje za polemiku među naučnicima i ekonomistima. Predložena rešenja uključuju povećanje cena vađenja i uvoza fosilnih goriva kroz karbonsku naknadu i sistem dividendi. Stavljanje većih cena na ugljenik i poreze je, po mnogima politički održivo rešenje, jer se odluke o porezima brže usvajaju u odnosu na propise EPA (Agencije za zaštitu životne sredine), koje zahtevaju dugu analizu, javnu raspravu i procese revizije¹⁰. Ostali pristupi uključuju ograničavanje rasta ukupne proizvodnje električne energije, poznato kao „ograničavanje mreže“, što je u suštini moratorijum na rast energetskeg sektora, pri čemu bi se cene povećale zbog oskudice, a to bi vodilo ka efikasnosti i čuvanju energije, i potencijalni pristup uključuje ograničavanje ekstrakcije fosilnih goriva kroz jake državne regulative¹¹.

Prelazak na obnovljivu energiju može rekonstruisati političku i ekonomsku moć, jer obnovljivi izvori imaju tendenciju da decentralizuju i demokratizuju energetske sisteme, tako da se očekuju mnogi novi akteri i novi poslovni modeli. Takođe se smatra da obnovljiva energija neće uticati samo na ravnotežu snaga između zemalja, već će rekonfigurisati saveze i trgovinske tokove stvarajući nove odnose međuzavisnosti u pogledu energije i robe. U širem smislu, težina energetske zavisnosti će se prebaciti sa globalnih tržišta na regionalne mreže, koje će se integrisati sa mrežama drugih zemalja, što odlikava tendenciju razvoja i prelaska na obnovljivu energiju – dakle kretanja od globalnog prema regionalnom, čime se crtaju nove geopolitičke mape. Kontrola mrežne infrastrukture postaće od vitalnog interesa za nacionalnu bezbednost i projektovanje globalne moći. Umrežen, interkonektovan i digitalizovan sistem predstavlja dodatnu polugu moći i snage jedne zemlje. To je ujedno i još jedan rezultat tranzicije, da energetske sektor bude povezaniji, inteligentniji, efikasniji, pouzdaniji i održiviji, ali razvoj digitalizacije nosi sa sobom i veći rizik u smislu sigurnosti. Sajber napadi mogu narušiti infrastrukturu i napajanje, čime energetske sistem čine ranjivim. Zato je energetska sigurnost od presudne važnosti i efikasna zaštita mora postati imperativ energetske transformacije. Razvoj novih sistema pametnih mreža u svom dizajnu daju prioritet sajber bezbednosti, postavljaju norme i pravila bezbednosti.

Energetska tranzicija će sigurno dovesti do značajnih koristi i mogućnosti, ojačaće energetske bezbednost i energetske nezavisnost, promovisati prosperitet, poboljšati kvalitet životne sredine, sigurnost hrane i vode, poboljšati održivost i pravičnost. Put tranzicije je pun prepreka i teškoća, ali ono što je sigurno jeste da nepovratno vodi u bolju budućnost kroz rešavanje klimatskih promena, borbom protiv zagađenja i promocijom održivog razvoja. Pretpostavlja se da tranzicija neće biti samo tehnološko rešenje, već će zahtevati kombinaciju ekonomskih, političkih, institucionalnih i sociokulturnih promena, a sve pod vođstvom etike koja spaja tehnologiju i održivost. Razume se da su u središtu razvoja i trasiranja puta

¹⁰ Deutch, T. (2021): Carbon Pricing Bills in Congress. <https://energyinnovationact.org/> (Приступљено 5 априла 2022).

¹¹ Gowan, S. (2018): A Plan to Nationalize Fossil-Fuel Companies. <https://jacobin.com/2018/03/nationalize-fossil-fuel-companies-climate-change> (Приступљено 5 априла 2022)

tranzicije institucionalni faktori koji imaju pivotalnu ulogu u difuziji novih energetske tehnologije.

4. ENERGETSKA PRAVDA I ODRŽIVA TRANZICIJA

Put ka održivoj energetici sa niskim sadržajem ugljenika i većim udelom obnovljive energije, smanjenje klimatskih promena, pristupačnost energiji i pravična dostupnost povezuju energetiku, pravo, socijalnu politiku, ekologiju. Naime, iako o tranziciji govorimo u pozitivnoj konotaciji, putu ka nečem boljem i promeni na bolje, ona može imati i negativne posledice. U tehničkom smislu, to bi bili primeri neželjenog lociranja, nestabilnost mreže, u ekološkom smislu uticaj na biodiverzitet, životnu sredinu, klimatske migracije a tu je prisutna i zabrinutost za socijalnu pravdu. Odnosno, stalno je prisutno vaganje između benefita i rizika i pitanje da li će ovi pozitivni efekti biti pristupačni svim potrošačima, da li će obnovljiva energija biti dostupna svima, po kojoj ceni i da li će biti promene modela vlasništva, i ako bude, kako će to uticati na potrošače. U tom smislu, tranzicija dobija mnogo širi kontekst i preuzima veliki deo odgovornosti, pre svega društvene i socijalne, a to spada u domen energetske pravde. Szulecki (2018)¹² otvara debatu u literaturi postavljajući pitanje, šta je energetska demokratija i da li su „energetska pravda“ i „demokratija“, sinonimi, s obzirom na sve promene koje prate energetiku i tranziciju, da li se radi o političkoj valuti ili stvarnom doprinosu društvenog boljitka. Analizom publikacija inspirisanih praksom došao je do zaključka da je u stvari „energetska demokratija“ povezana sa povećanjem uloge pojedinačnih potrošača, pojave osnivanja energetske zadruge, tzv. prozjumeri i povećanjem lokalne kontrole određenih funkcija koje su ranije pripadale preduzećima. On ukazuje na osnovnu pretpostavku tehnoloških promena u energetske sektoru, da se stavi akcenat na osnaživanju društveno-političkom i ekonomskom kontekstu, održivosti životne sredine i pravičnosti i smatra da samo politički procesi mogu energetske transformacije postaviti na mesto koje treba da ima, da oni daju oblik i pravac ovoj transformaciji. Miller et al. (2015)¹³ analizirajući takođe implikacije energetske tranzicije, smatraju da je teško predvideti društvene ishode energetske tranzicije. U tom smislu Jenkins (2016)¹⁴ konstatuje da je energetska demokratija element energetske pravde i održivog razvoja ili sredstvo pomoću kojeg se može postići energetska pravda i da se ovakva pitanja poput etičkih, političkih, socijalnih razmatranja, preklapaju sa pitanjima zaštite životne sredine, energetske tranzicije i održivosti. Zato je analitička konceptualizacija svakog od ovih pojedinačnih pitanja značajna za procese energetske tranzicije.

S obzirom da se klimatske promene smatraju trigerom energetske tranzicije, a države preuzele obaveze smanjenja emisije gasova sa efektom staklene bašte, ovo je podstaklo masovno novo ulaganje u obnovljive resurse, a mehanizmi ublažavanja klimatskih promena

¹² Szulecki, K. (2018): Conceptualizing energy democracy. *Environmental Politics*, 27, 21 - 41. <https://doi.org/10.1080/09644016.2017.1387294>

¹³ Miller, C.A., Richter, J., and O'Leary, J. (2015): Socio-energy systems design: A policy framework for energy transitions. *Energy Research & Social Science*, 6, 29–40. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2014.11.004>

¹⁴ Jenkins, K. (2016): Sustainable development and energy justice: Two agendas combined. In R. J. Heffron & G. Little (Eds.) *Delivering energy law and policy in the EU and US*. Edinburgh: Edinburgh University Press. (pp 381-384).

pretvorili su ugljenik u robu, što su stručnjaci iz oblasti međunarodnog prava prepoznali kao izvor problema ekološkog i energetskeg prava i raseljavanja ljudi¹⁵. Međunarodni pravni poredak je reagovao na problem masovne migracije izazvane klimom pozivom na „upravljanu migraciju“ koja uključuje poziv na „planirana preseljenja“, odnosno preuređenjem neurednih migracionih tokova u uredne¹⁶. U tom kontekstu, upravljana migracija se predstavlja kao logična, politički neutralna i zasnovana na principima ljudskog prava kao što je očuvanje ljudskog dostojanstva, međutim kritičari ukazuju na činjenicu da ona u stvari osporava suverenitet, teritorijalnost i državljanstvo, i da bezbednost tu ima ključnu funkciju, a da se instrumentalizuje kao pretnja u interesu jakih država i kapitala¹⁷. U sklopu upravljanja migracijama, klimatska migracija je zamišljena kao strategija prilagođavanja i način izgradnje klimatske rezilijencije. U tom kontekstu rešavanja raseljavanja izazvanog klimatskim promenama, koncept energetske pravde ima značajno mesto. Zašto se potencira uloga energetske pravde u heterogenom i slojevitom odnosu migracija i klimatskih promena?Odgovor na ovo pitanje leži u osnovi globalnog energetskeg sistema, jer je on sam povezan sa pravdom u izgradnji obrazaca proizvodnje i potrošnje čije su posledice često bile nepravdne, a sa druge strane raseljavanje stanovništva ima sposobnost da ozbiljno poremeti ekonomski prosperitet i bezbednost ljudi.Zato koncept energetske pravde tu nalazi svoje mesto i kao prvi zadatak nalaže vraćanje energije na mesto koje joj pripada u društvu, kao „elementarnu silu na kojoj su izgrađene sve civilizacije“ kao preduslov za ostvarivanje drugih prava¹⁸. Prema tome, obezbeđivanje pouzdanog pristupa čistoj i pristupačnoj modernoj energiji je ključno za društveni i ekonomski rast, a u suprotnom duboke socioekonomske nejednakosti naglašavaju dimenziju pravde pristupa energiji u okolnostima ograničenim klimatskim promenama. Konceptualizacija energetskeg siromaštva u uslovima degradirane životne sredine uslovljava energetske nepravde i to je ključna pretpostavka koja ograničava sve ostale aspekte života, odnosno stvara „circulus vitiosus“ koji daje bezizlazan položaj.U tom narativu, energetska pravda pruža način da se bolje procene i reše dileme vezane za sva pitanja koja uključuju energiju kao izvor problema ili rešenje, podrazumeva pravo svih na pristup energetskeg izvorima, osigurava osnovne građanske slobode i da su zajednice na smislen način informisane i zastupljene u odlukama koje se tiču energije.

Pravedna tranzicija je novi okvir analize koji spaja učenje o klimatskeg, energetskeg i ekološkeg pravdi. Termin je skovan još 80-ih godina od strane globalnih trgovinskih sindikata i dizajniran je da poveže promociju zelenih poslova kao neophodne komponente prelaska sa fosilnih goriva¹⁹. Gašenje industrija sa fosilnim gorivom uslovljava razvoj novih energetskeg industrija sa potencijalom za tzv. zelene poslove. Ekološka pravda proučava ravnotežu

¹⁵ Scott, D. N. & Smith, A. A. (2017): “Sacrifice Zones” in the Green Energy Economy: Toward an Environmental Justice Framework. *McGill Law Journal /Revue de droit de McGill*, 62(3), 861–898.

¹⁶ Smith, A. A. (2016): Migration, development and security within racialised global capitalism: refusing the balance game. *Third World Quarterly*, 37(11), 2119–2138.<https://doi.org/10.1080/01436597.2016.1216783>

¹⁷ Felli, R. (2013): Managing Climate Insecurity by Ensuring Continuous Capital Accumulation: ‘Climate Refugees’ and ‘Climate Migrants’. *New Political Economy*, 18, 337 - 363.<https://doi.org/10.1080/13563467.2012.687716>

¹⁸ Sovacool, B.K. and Dworkin, M. H. (2014):*Global Energy Justice: Problems, Principles, And Practices*. Cambridge University Press.

¹⁹ Abraham, J. (2017): Just Transitions for the Miners: Labor Environmentalism in the Ruhr and Appalachian Coalfields. *New Political Science*, 39(2), 218–240.<https://doi.org/10.1080/07393148.2017.1301313>

društvene i ekološke dimenzije uključene u ovu tranziciju, a klimatska je najviše fokusirana na efikasnu globalnu tranziciju koja može da se bavi implikacijama neizbežnih posledica brzih klimatskih promena za ranjive populacije. Energetska pravda inkorporiše ideju tranzicije i sa proizvodnog stanovišta prema prelasku ka izvorima sa niskim sadržajem ugljenika kao i zabrinutosti zasnovane na potrošnji dugoročnog postizanja energetske efikasnosti bez obzira da li se radi o individualnom blagostanju ili kohezije zajednice²⁰.

Pravedna tranzicija je definisana kao „fer i pravičan proces kretanja ka post-karbonskom društvu“¹⁸ i ovaj proces mora težiti pravičnosti u odnosu na glavne probleme globalne pravde uz upotrebu principa, alata i sporazuma. McCauley & Heffron (2018)²¹ su predložili još jedan analitički okvir kako bi objedinili najsavremenije mišljenje u distributivnoj, proceduralnoj i restorativnoj pravdi. Sa ova tri analitička okvira omogućena je bolja procena izazova tranzicije koja obuhvata tri ključna sektora životne sredine, klime i energetike.

Klimatska pravda je omogućila istraživačima da razmisle o raspodeli rizika i odgovornosti odnosno da identifikuju najugroženije zajednice i razmotre njihovo prilagođavanje. Energetska pravda, kao i klimatska doprinosi istraživanju ranjivosti i uslova pristupačnosti. U svakom slučaju, istraživanje višestrukih implikacija tranzicije ka postkarbonskom društvu kroz primenu novog trijumvirata principa (distributivnih, proceduralnih i restorativnih) omogućiće procenu pitanja pravde iz interdisciplinarnе perspektive i tako doprineti adekvatnim dugoročnim rešenjima. Posebno je značajna primena ovog pristupa klimatskim migracijama koja ih izjednačava sa drugim vrstama migracija, a to dalje znači obezbeđenje svih potrebnih sredstava uz kontinuiranu pravnu podršku. Takođe akcenat na univerzalnost ljudskih prava i inherentno dostojanstvo je značajan okvir za zaštitu prava klimatskih izbeglica²², kao i identifikacija glavnih protagonista zagađenja i sprovođenje korektivne pravde da pomognu onima su direktno na udaru negativnih uticaja klimatskih promena.

5. ZAKLJUČAK

Energetska pravdanije produkt razvoja moderne energetike, kao koncept je odavno prisutan, ali je vremenomevoluirao, proširio strukturne i ideološke komponente u odgovoru na konceptualne izazove iprobleme nastale kao posledica energetske tranzicije. Dominantna energetska paradigmačesto indukuje nepravedne ishode na svom putu tehnološkog i ekonomskog razvoja, pa se u novije vreme ukazala potreba implementacije energetske pravde u svim životnim ciklusima energije. Odnosno sve se više podvlači socijalna dimenzija u analizi energetske sektora i u tom smislu se energetska pravda vidi kao sredstvo društvenog benefita, ali i unapređenja životne sredine i povećanja energetske efikasnosti. Energetska tranzicija je svakako izazov za pravedno uspostavljanje novog dizajna energetske sistema,

²⁰ McCauley, D. (2018): An energy justice road map - six key considerations. In: McCauley, D. (Ed.) *Energy Justice*. Springer, pp. 75–103. https://doi.org/10.1007/978-3-319-62494-5_4

²¹ McCauley, D., & Heffron, R. (2018): Just transition: Integrating climate, energy and environmental justice. *Energy Policy*, 119, 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.04.014>

²² Atapattu, S. (2020): Climate change and displacement: protecting ‘climate refugees’ within a framework of justice and human rights. *Journal of Human Rights and the Environment*, 11(1), 86–113. <https://doi.org/10.4337/jhre.2020.01.04>

kao i klimatske promene i njene globalne posledice, gde koncept energetske pravde nalazi mesto kao instrument sprovođenja odgovornosti i zaštite.

LITERATURA

- Abraham, J. (2017): Just Transitions for the Miners: Labor Environmentalism in the Ruhr and Appalachian Coalfields. *New Political Science*, 39(2), 218-240. <https://doi.org/10.1080/07393148.2017.1301313>
- Atapattu, S. (2020): Climate change and displacement: protecting 'climate refugees' within a framework of justice and human rights. *Journal of Human Rights and the Environment*, 11(1), 86–113. <https://doi.org/10.4337/jhre.2020.01.04>
- Deutch, T. (2021). Carbon Pricing Bills in Congress. <https://energyinnovationact.org/> (Приступљено 5 априла 2022).
- Felli, R. (2013): Managing Climate Insecurity by Ensuring Continuous Capital Accumulation: 'Climate Refugees' and 'Climate Migrants'. *New Political Economy*, 18, 337 - 363. <https://doi.org/10.1080/13563467.2012.687716>
- Gowan, S. (2018): A Plan to Nationalize Fossil-Fuel Companies. <https://jacobin.com/2018/03/nationalize-fossil-fuel-companies-climate-change> (Приступљено 5 априла 2022)
- Heffron, R. (2022): Applying energy justice into the energy transition. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 156, 111936. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111936>
- Heffron, R.J., & McCauley, D. (2021): The Concept of Energy Justice Across the Disciplines. *The Challenge for Energy Justice*. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.03.018>
- Jenkins, K. (2016): Sustainable development and energy justice: Two agendas combined. In R. J. Heffron & G. Little (Eds.) *Delivering energy law and policy in the EU and US*. Edinburgh: Edinburgh University Press. (pp 381-384).
- Jenkins, K.E., McCauley, D., & Warren, C.R. (2017): Attributing responsibility for energy justice: A case study of the Hinkley Point Nuclear Complex ☆. *Energy Policy*, 108, 836-843. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.05.049>
- McCauley, D. (2018): An energy justice road map - six key considerations. In: McCauley, D. (Ed.) *Energy Justice*. Springer, pp. 75–103. https://doi.org/10.1007/978-3-319-62494-5_4
- McCauley, D., & Heffron, R. (2018): Just transition: Integrating climate, energy and environmental justice. *Energy Policy*, 119, 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.04.014>
- McCauley, D., Heffron, J.R., Stephan, H. and Jenkins, K. (2013): Advancing energy justice: The triumvirate of tenets. *International Energy Law Review*, 32(3), pp. 1-5.
- Miller, C.A., Richter, J., and O'Leary, J. (2015): Socio-energy systems design: A policy framework for energy transitions. *Energy Research & Social Science*, 6, 29–40. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2014.11.004>
- Sari, R., Voyvoda, E., Lacey-Barnacle, M., Karababa, E., Topal, C. and Islambay, D. (2017): *Energy justice - a social sciences and humanities cross-cutting theme report*. Cambridge: SHAPE ENERGY, pp.6.

- Scott, D. N. & Smith, A. A. (2017): "Sacrifice Zones" in the Green Energy Economy: Toward an Environmental Justice Framework. *McGill Law Journal /Revue de droit de McGill*, 62(3), 861–898.
- Simcock, N. (2016). Procedural justice and the implementation of community wind energy projects: A case study from South Yorkshire, UK. *Land Use Policy*, 59, pp. 467-477. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2016.08.034>
- Smith, A. A. (2016): Migration, development and security within racialised global capitalism: refusing the balance game. *Third World Quarterly*, 37(11), 2119-2138. <https://doi.org/10.1080/01436597.2016.1216783>
- Sovacool, B.K. and Dworkin, M. H. (2014): *Global Energy Justice: Problems, Principles, And Practices*. Cambridge University Press.
- Sovacool, B.K. (2016): The political ecology and justice of energy. In: T. Van de Graaf, B.K. Sovacool, A. Ghosh, F. Kern, M.T. Klare, (eds) *The Palgrave Handbook of the International Political Economy of Energy*. London: Palgrave. pp. 529-558
- Szulecki, K. (2018): Conceptualizing energy democracy. *Environmental Politics*, 27, 21 - 41. <https://doi.org/10.1080/09644016.2017.1387294>
- Walker, G. (2009): Beyond Distribution and Proximity: Exploring the Multiple Spatialities of Environmental Justice. *Antipode*, 41, 614-636. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2009.00691.x>
- York, R., & Bell, S. (2019): Energy transitions or additions? *Energy Research & Social Science*, 51, 40-43. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2019.01.008>

Jovana Vitošević
Dragan Đurđević

338.22:620.9
502.131.1:620.9
339.972:620.9
DOI: 10.5937/MegRev2203291V
Primljen 22.07.2022.
Odobren 22.08.2022.
Originalni naučni rad

IMPLEMENTATION OF ENERGY JUSTICE INTO THE ENERGY TRANSITION

Summary: *The initial definition of the theoretical concept of energy justice did not assume that it would be evaluated over time and become a conceptual framework that is applicable and can be materialized in practice. In fact, energy justice is today an instrument used to protect human rights in all elements of the energy sector and the energy transition. Although we talk about the energy transition in a positive connotation, a path towards something better and a change for the better, it can also have negative consequences. That continuous weighing between benefits and risks and the question of whether renewable energy will be available to everyone and at what price, and how it will affect consumers, gives the transition a much broader context in which it also has a great responsibility, and that belongs to the domain of energy justice. Also, the role of energy justice in the heterogeneous and layered relationship of migration and climate change is emphasized, because the consequences of the development of the energy system in the construction of production and consumption patterns were often unjust, and on the other hand, population displacement has the ability to seriously disrupt the economic prosperity and security of people. Therefore, the research of the multiple implications of energy justice in the process of energy transition and its outcomes can contribute to its fairness and the initiation of responsibility and protection.*

Key words: *energy justice, energy transition, climate change, migration*

Radoslav Baltezarević*
Ivana Baltezarević**

323.23
316.644:32
DOI: 10.5937/MegRev2203303B
Received 08.03.2022.
Approved 11.04.2022.
Review scientific paper

SELECTIVE EXPOSURE IN POLITICAL COMMUNICATION

Abstract: *People exhibit preferences, or seek out information that is consistent with their political beliefs and opinions, when they engage in selective exposure in politics. The theory of motivated reasoning states that people's pursuit of knowledge is driven by two distinct goals: accuracy goals (which promotes drawing accurate inferences) and directed goals (which encourage the making of conclusions that people want to make, and which corresponds to their attitude). In general, people rarely have complete or adequate political knowledge, but even in these situations, they often shape their political opinions using informational shortcuts such as partisan cues. Today's political media messages are so persuasive, particularly with the growth of the Internet, that the audience is powerless to ignore them. Partisan selectivity is a concept that holds that people tend to prefer news and political content that supports their political beliefs. People may be inspired to seek out more information if they are exposed to a variety of political beliefs. On the other hand, those who tend to avoid political information that challenges their beliefs cause the community to become more politically divided. Studies have shown that social norms and community expectations affect selective exposure, which differs depending on the country's cultural environment.*

Keywords: *Selective exposure, Politics, Partisan selectivity, Political media messages, Cultural environment.*

* Professor, Faculty of Business Studies, Megatrend University, Belgrade; r.baltezarevic@gmail.com

** Assistant Professor, Faculty of Law, Megatrend University, Belgrade; ivana.baltezarevic@gmail.com

1. INTRODUCTION

Selective exposure lessens the likelihood that people will talk about politics with individuals who don't share their views.¹ Using consistent political information can reduce political tolerance and increase citizens' reluctance to make concessions,² and causes the political agenda to become more focused on the current, contentious topics.³ Because of the dominance of information technologies as parameters that govern our lives, modern man is experiencing a radical shift in his attitude toward time.⁴ The media play a particularly important role in shaping political attitudes. In particular, the power of political persuasion has increased with the development of the Internet. To reach the younger generation, political marketing experts are growing using social media influencers and utilizing the advantages of electronic word-of-mouth marketing (eWOM).⁵ According to Garrett, choosing material that supports one's opinions is more likely when using the Internet as opposed to offline media.⁶ Barnidge believes that compared to face-to-face communication, using social networking sites was associated with more regular exposure to political dissent.⁷

In the near future, political candidates might be able to engage with voters in virtual environments and tailor their messages to each voter individually.⁸ According to widely accepted accounts, technology may make the current media environment more biased against certain viewpoints through two primary mechanisms: choice and algorithmic filtering.⁹ Choice prompts selective exposure by allowing people to select the viewpoint that most closely aligns with their preexisting views from a variety of opposing viewpoints, presuming

¹ Iyengar, S., Sood, G. & Lelkes, Y. (2012): Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly* 76(3): 405–431.

² Stroud, N.J. (2011): *Niche News: The Politics of News Choice*. Oxford: Oxford University Press.

³ Arceneaux, K. & Johnson, M. (2013): *Changing Minds or Changing Channels? Partisan News in an Age of Choice*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.

⁴ Jovanović, D., Baltezarević, V. & Baltezarević, R. (2015): Doubts in business communication - can we transform perception into message? *International Review, No 3-4*. pp. 60-66. Belgrade: Faculty of Business Economics and Entrepreneurship & Pianoro BO Italy: Medimond S.r.l. International Proceedings Division ISSN 2217-9739; COBISS.SR-ID 192516620JEL: A12 .UDC: 005.57. 659.23:007:004.

⁵ Baltezarević, R. & Baltezarević, V. (2022): The influence of digital political communication supported by neuromarketing methods on consumer perception towards a tourist destination. *Megatrend revija*, Vol. 19, No 2, 2022: 13-34 DOI: 10.5937/MegRev2202013B

⁶ Garrett, R.K. (2009): Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate. *Journal of Communication* 59: 676–699.

⁷ Barnidge, M. (2016): Exposure to political disagreement in social media versus face-to-face and anonymous online settings. *Political Communication* 34: 302–321.

⁸ Baltezarević, R., Baltezarević, B., Baltezarević, V., Kwiatek, P. & Baltezarević, I. (2019): Political marketing in digital games: 'game over' for traditional political marketing methods. *Acta Ludologica*, Vol. 2, No. 2, pp. 28-47. ISSN 2585-8599. e-ISSN 2585-9218. EV 5620/18.

⁹ Dubois, E. & Blank, G. (2018): The Echo Chamber Is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. *Information, Communication & Society* 21 (5): 729–45.

that people have a preference for information that supports their way of thinking.¹⁰ Therefore, selective exposure is anticipated to be the result of voluntary action when people have an option. Contrarily, algorithmic selection methods allude to automated, unaccountable systems of information selection.¹¹ The filter bubble argument is a common term used in the literature to refer to selective exposure caused by algorithmic filtration.¹²

2. LITERATURE REVIEW

Selective exposure, a phenomenon whose effects on democracy have been well-documented in the literature, is generally understood as the propensity to choose information that is supportive of one's own individual views and social identities.¹³ Selective exposure has been used to describe the absorbing and/or avoiding of (political) communications, which is believed to support established attitudes and beliefs.¹⁴ Users of opinion-congruent media sources are more likely to believe that public opinion is on their side, so selective exposure has real effects on how people view their environment.¹⁵

Recent studies have revealed that selective exposure varies based on the country setting.¹⁶ In political information environments that are more tightly allied with the political system, cross-cutting exposure, the opposite of selective exposure, is more likely to take place.¹⁷ According to McGuire, exposure to the message is the first stage in the persuasion process, which is then followed by attention, liking/maintaining interest in the argument, and comprehension.¹⁸ However, organizations frequently utilize misleading advertising statements

¹⁰ Iyengar, S. & Hahn, K. (2009): Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication* 59 (1): 19–39.

¹¹ Zuiderveen, B., Damian Trilling, F., Moeller, J., Balázs Bodó, C. & Helberger, H. (2016): Should We Worry about Filter Bubbles? *Internet Policy Review* 5 (1): 56–98.

¹² Dubois, E. & Blank, G. (2018): The Echo Chamber Is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. *Information, Communication & Society* 21 (5): 729–45.

¹³ More about: Stroud, N.J. (2011): *Niche News: The Politics of News Choice*. Oxford: Oxford University Press.

¹⁴ More about: Festinger, L. (1957): *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.

¹⁵ Dvir-Gvirzman, S., Kelly Garrett, R. & Tsfati, Y. (2018): Why do partisan audiences participate? Perceived public opinion as the mediating mechanism. *Communication Research* 45(1): 112–136.

¹⁶ Knobloch-Westerwick S, Liu L, Hino A, et al. (2019): Context impacts on confirmation bias: Evidence from the 2017 Japanese snap election compared with American and German findings. *Human Communication Research* 41(3): 427–449.

¹⁷ Goldman, S.K. & Mutz, D.C. (2011): The friendly media phenomenon: A cross-national analysis of cross-cutting exposure. *Political Communication* 28(1): 42–66.

¹⁸ McGuire, W. J. (2013): McGuire's classic input-output framework for constructing persuasive messages. In R. E. Rice & C. K. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns* (pp. 133–145). Los Angeles, CA: SAGE Publications.

because they are aware that many people have a conformist tendency.¹⁹ Social expectations and norms in collectivist cultures may cause people to act in conformist ways in order to avoid social exclusion.²⁰ Like other types of media content, political advertising exposure is influenced by (a) people's preexisting attitudes and predispositions as well as (b) the characteristics of the message itself.²¹ People's accessibility to partisanship may rise as a result of exposure to attitude-consistent messages, which will reinforce their political self-concept.²² Due to selective attention, previous research has consistently shown that people have very little understanding of politics.²³ However, this does not inevitably result in an ignorant citizenry and thus issues with democratic processes. First, citizens can develop reasonable political attitudes even when depending on incomplete information by using informational shortcuts like partisan cues.²⁴ Many voters are thus likely to choose the components of the issue in question that their favored party or politician emphasizes when it comes to complex policy questions. Therefore, in order to form informed opinions and cast votes without taking into account the full complexity of the issue, these voters extrapolate information on politically pertinent matters from parties or candidates.²⁵ However, some individuals have thought more about politics than others, and one aspect of this thinking is how many political cognitions they have and how broad a substantive range they cover.²⁶ More thorough consideration of a political issue improves a person's ability to develop preferences and make decisions later on. Compared to concentrating on multiple aspects, focusing on a single aspect is less mentally taxing and emotionally stressful.²⁷

Dissonance has always been prevented. Dissonance is a state or circumstance where there is a discrepancy or disagreement between one attitude and another, or between behavior and attitude. For an individual psychologically, the situation is inconvenient or uncomforta-

¹⁹ Baltezarević, R. (2023): Deceptive advertising in the online environment. 3rd International Black Sea Modern Scientific Research Congress, March 23-24, 2023, Proceedings: IKSAD – Congress book, (Ed. Prof. Dr. Mariam Jikia), Samsun, Türkiye, IKSAD Publications – 2023, p.p. 361 – 370. ISBN - 978-625-367-026-9

²⁰ Baltezarević, R. (2022): Uloga normativnog konformizma u digitalnom okruženju u kreiranju stavova potrošača prema luksuznim brendovima, *Megatrend revija*, Vol. 19, № 1, 177-188 DOI: 10.5937/MegRev201177B.

²¹ Taber, C. S. & Lodge, M. (2006): Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755–769. doi:10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x

²² Knobloch-Westerwick, S. & Meng, J. (2011): Reinforcement of the political self through selective exposure to political messages. *Journal of Communication*, 61(2), 349–368. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01543.x

²³ Neijens, P. & de Vreese, C. (2009): Helping Citizens Decide in Referendums: The Moderating Effect of Political Sophistication on the Use of the Information and Choice Questionnaire as a Decision Aid. *Public Opinion Quarterly* 73(3): 521–536.

²⁴ Colombo, C. & H. Kriesi (2016): Party, policy—or both? Partisan-biased processing of policy arguments in direct democracy. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties* 27(3): 235–253.

²⁵ McDermott, M. L. (2005): Candidate Occupations and Voter Information Short-cuts. *The Journal of Politics* 67(1): 201–219.

²⁶ Luskin, R. C. (1990): Explaining Political Sophistication. *Political Behavior* 12(4): 331–361.

²⁷ More about: Lewis-Beck, M. S., W. G. Jacoby, H. Norpoth & H. F. Weisberg (2010): *The American Voter Revisited*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.

ble. Such individuals will make efforts to lessen or even get rid of that discomfort. Searching for knowledge to reduce attitude and behavior inequality is one of the selective exposure initiatives. People will also choose evidence carefully and look for sources that will confirm their attitudes or beliefs.²⁸

In politics, Bennet and Iyengar applied the idea of selective exposure. They proposed a notion known as “partisan selectivity.” The underlying idea behind this concept is that people tend to select news that aligns with their political views and attitudes.²⁹ A person’s perspective and attitude are justified by using the news as a means to reinforce those perspectives and attitudes. When individuals choose news material, partisan cues can be overcome with the support of social endorsements,³⁰ other research suggests that the act of sharing and consuming content online may exacerbate inclinations toward selective exposure to news and information that supports one’s attitude.³¹ Selective exposure is another finding of a research on the Iraq War. The media that promotes the idea that there are weapons of mass destruction in Iraq tends to attract viewers who share this belief. The audience, however, disregards media that promotes the opposite.³²

The polarization of a group can be examined using three main methods: network, content, and hybridity methods. The network approach concentrates on the network’s structure to identify the individuals and relationships that each network member has. The content method makes the assumption that group members frequently discuss and share the same information. The hybridity strategy, on the other hand, combines a network and content approach.³³

Regarding the impact of media messages on the public, Klapper offered some guidelines. According to his research, media messages alone do not significantly affect the audience; rather, a number of other variables do. These elements are: Selective exposure: This clarifies how individuals can expose themselves to topics in the media that they believe to be consistent with their attitudes and interests. Because people may choose to only be exposed to political messages that are consistent with their cognitions, this strategy may also be applied to political messages that are computer-mediated. Selective Perception: This explains how it is conceivable for people to interpret signals from mass media in accordance

²⁸ More about: West, R. & Turner, L. (2018): *Introducing communication theory: Analysis and application*. 4th Edition. New York: McGraw-Hill.

²⁹ Bennett, W. L. & Iyengar, S. (2008): A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58 (4) 707– 731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>.

³⁰ Messing, S. & Westwood, J. (2014): Selective exposure in the age of social media: Endorsements trump partisan source affiliation when selecting news online. *Communication Research* 41 (8): 1042–1063.

³¹ Bakshy, E., Solomon, M. & Lada, A. (2015): Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science* 348 (6239): 1130–1132.

³² Kull, S., Ramsay, C. & Lewis, E. (2004): Misperceptions, the media, and the Iraq war. *Political Science Quarterly*, 118(4), 569–598. <https://doi.org/10.1002/j.1538-165X.2003.tb00406.x>.

³³ Agarwal, N. & Liu, H. (2009): Modeling and data mining in blogosphere. In R. Grossman (ed), *Synthesis lectures on data mining and knowledge discovery* pp. 1-109. California: Morgan & Claypool Publishers. <https://doi.org/10.2200/S00213ED1V01Y200907DMK001>.

with their preexisting views. Selective Retention: This explains why some information can be retained while other information is ignored by an individual. Psychological variables like culture, religion, ego, etc. commonly influence this issue. Selective attention: This describes how viewers of mass media may choose to focus on certain types of information while ignoring others. People may choose to pay attention to political messages while also considering their political interests.³⁴

It was widely held during this time that media messages were so compelling that viewers could not ignore them. The way that media researchers think about the influence of the media has also changed as a result of social changes. Such an opinion was historically and culturally relevant in this context given the development of industrialized mass media, particularly radio and subsequently television, as well as the apparent success of totalitarian propaganda in Europe.³⁵ Only two factors are acknowledged in media consumer psychology that cause an individual to seek pure information - obsession and guilt.³⁶ According to research, when given the option, people tend to favor agreeable information, including political news,³⁷ however, the majority of these studies concentrate on how ideological bias influences what people choose to consume; little is known about how selective exposure extends to false or deceptive factual claims. Political identities and predispositions are frequently systematically linked to people's views, according to research in political science and psychology.³⁸

Avoiding information that challenges one's opinions is especially harmful, despite the fact that both seeking reinforcement and avoiding challenges have significant effects on attitude formation and opinion strength. The capacity of people to accept disagreement and look for political solutions is greatly affected by their exposure to political difference, which is a key component of effective deliberation. Exposure to opposing viewpoints also improves familiarity with the justifications for those opinions, which can promote political tolerance.³⁹ The exposure to different political perspectives encourages more comprehensive information searches and more careful examination of alternatives.⁴⁰ On the other hand, if people successfully avoid information that challenges their opinions, the community they belong to is

³⁴ More about: Klapper, J. (1960): *The effects of mass communication*. New York: Free Press.

³⁵ Neuman, R. & Guggenheim, L. (2011): *The evolution of media effects theory: A Sixstage model of cumulative research*. *Communication Theory*, 21, 169–196.

³⁶ Jovanović, D., Baltezarević, V. & Baltezarević, R. (2016): *Na pragu nove medijske revolucije – mobilne vesti, Medijski dijalozi*, godina IX, No. 23, pp. 29-40. UDK: 316.774:004.032.6. ISSN 1800-7074; COBISS.CGID 12734480

³⁷ Hart, W., Albarracín, D., Eagly, A., Brechan, I., Lindberg, M. & Merrill, L. (2009): *Feeling validated versus being correct: a meta-analysis of selective exposure to information*. *Psychological Bulletin* 135 (4): 555.

³⁸ Flynn, D.J., Nyhan, B. & Reifler, J. (2017): *The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs about Politics*. *Advances in Political Psychology* 38 (S1): 127–150.

³⁹ Price, V., Cappella, J. N., & Nir, L. (2002): *Does disagreement contribute to more deliberative opinion?* *Political Communication*, 19, 95–112.

⁴⁰ Delli Carpini, M. X., Cook, F. L., & Jacobs, L. R. (2004): *Public deliberation, discursive participation, and citizen engagement: a review of the empirical literature*. *Annual Review of Political Science*, 7, 315–344.

likely to become more politically polarized.⁴¹ Individuals favor being exposed to arguments that support their viewpoint over those that support opposing positions, according to the selective exposure theory. As a result, people are more likely to study, listen to, or watch a piece of information if it confirms their viewpoint and less likely to pay attention if it contradicts it.⁴² However, many members of society share their political views with other members, while others choose to keep their views to themselves and remain silent. Communication often involves silence. Silence can either be viewed as desirable or undesirable depending on the cultural setting.⁴³

In one research, the impact of political discord on the brain was examined.⁴⁴ The false consensus effect, which refers to people's propensity to overestimate the number of people who share their views and behavioral preferences, was found to be lessened when political disagreement was encountered.⁴⁵ This effect was replicated by Wojcieszak and Price with respect to the perception of agreement among participants on three divisive socio-political issues. The propensity for people to attribute their opinions to the general population appeared to be reduced by exposure to disagreement, which attenuated the false consensus effect.⁴⁶ The false consensus effect proposed a false sense of consensus and an egocentrically biased projection, accordingly, if people who supported an attitude or behavior also believed that the latter was more typical in a particular community.⁴⁷

Motivated reasoning theory has gained popularity among political communication scholars in recent years as a paradigm for comprehending selective exposure. This theory holds that when seeking knowledge, people are driven by two different types of goals: accuracy goals, which encourage people to draw the right conclusions, and directional goals, which drive people to draw the conclusions they want to draw.⁴⁸ People in the first group are driven by a desire for the truth, which motivates them to look for accurate information from various media sources that aids in drawing accurate conclusions. As an alternative, di-

⁴¹ Sunstein, C. R. (2002): The law of group polarization. *The Journal of Political Philosophy*, 10(2), 175–195.

⁴² More about: Mutz, D. C. (2006): *Hearing the other side: Deliberative versus participatory democracy*. New York: Cambridge University Press.

⁴³ Baltezarević, R., Kwiatek, P., Baltezarević, B. & Baltezarević, V. (2022): The meaning of silence in personal communication: spiral of silence or a stimulant of creativity?. *Creativity Studies*, 15(1), 58–73. <https://doi.org/10.3846/cs.2022.11374>

⁴⁴ Wojcieszak, M.E. & Price, V. (2009): What underlies the false consensus effect? How personal opinion and disagreement affect perception of public opinion. *International Journal of Public Opinion Research* 21: 25–46.

⁴⁵ Ross, L., Greene, D. & House, P. (1977): The “false consensus effect”: An egocentric bias in social perception and attribution processes. *Journal of Experimental Social Psychology* 13: 279–301.

⁴⁶ Wojcieszak, M.E. & Price, V. (2009): What underlies the false consensus effect? How personal opinion and disagreement affect perception of public opinion. *International Journal of Public Opinion Research* 21: 25–46.

⁴⁷ Ross, L., Greene, D. & House, P. (1977): The “false consensus effect”: An egocentric bias in social perception and attribution processes. *Journal of Experimental Social Psychology* 13: 279–301.

⁴⁸ More about: Lodge, M., & Taber, C. S. (2013): *The rationalizing voter*. Cambridge: Cambridge University Press.

rectional goals encourage people to pay attention to political cues or heuristics, such as party identification and their own predispositions, when choosing information in order to reach specific conclusions that make them feel validated. As a result, people who are motivated by directional goals look for knowledge that matches their attitude.⁴⁹

The rightwing populism clearly distinguishes between those who share its ideology and those who do not, reserving the right to belong—and thus entry to the ingroup—only for those who do.⁵⁰ Therefore, it has been discovered that populist supporters are especially interested in political information that actively bridges the gaps between the “innocent” ingroup and the “culprit” outgroup.⁵¹ Unsurprisingly, this anti-pluralism fosters an especially strong sense of a “politicized self,” which in turn causes a general increase in the stigmatization of mainstream parties, their supporters, and the media as well as actual skepticism toward them.⁵²

3. CONCLUSION

Today, the media has become a powerful weapon in the hands of experts in the field of politics, which can influence the political attitudes of individuals and society. The development of the Internet and digital technologies has enabled this influence on voters to be even stronger. People are generally looking for accurate information, in order to make unbiased political conclusions, however, one group of society (mainly those who do not possess enviable political knowledge and understanding) tends to choose political information from their environment that matches their beliefs, ignoring all those arguments that would confront them with a situation to realize that they may not be right, this phenomenon is known as selective exposure. Also, such members of society, who are aligned with media sources, whose political content suits them, will most likely be mistaken that public opinion is on their side. Selective exposure varies from country to country and depends on the cultural environment.

People can develop certain political attitudes even when they do not have complete information about certain political issues, using informational shortcuts. This phenomenon is recognized in the literature as partisan selectivity. Due to the inability to comprehensively understand the complexity of a political issue, voters will most likely choose only those components that the political candidate or party emphasizes, and will not take into account additional information that would shed light on the complexity of the political issue. The psycho-

⁴⁹ Bolsen, T., Druckman, J. N., & Cook, F. L. (2014): The influence of partisan motivated reasoning on public opinion *Political Behavior*, 36, 235–262. <https://doi.org/10.1007/s1110901392380>

⁵⁰ Berbuir, N., Lewandowsky, M., & Siri, J. (2015): The AfD and its sympathisers: Finally a right-wing populist movement in Germany? *German Politics*, 24(2), 154–178. <https://doi.org/10.1080/09644008.2014.982546>

⁵¹ Hameleers, M., Bos, L., & De Vreese, C. H. (2017): The appeal of media populism: The media preferences of citizens with populist attitudes. *Mass Communication and Society*, 20(4), 481–504. <https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1291817>

⁵² Van Spanje, J., & Azrout, R. (2019): Tainted love: How stigmatization of a political party in news media reduces its electoral support. *International Journal of Public Opinion Research*, 31(2), 283–308. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edy009>

logical condition of dissonance can be extremely uncomfortable for a person when it occurs. However, the pursuit of new information can help to lessen the discomfort. However, when given the opportunity to choose, people tend to prefer pleasant information, which certainly includes political news. The main component of effective reflection is exposure to political differences that can have an effect on people to accept disagreement and seek political solutions, which ultimately can lead to a higher level of political tolerance. But in the opposite cases, when people do not want to refute their opinion and to face or seek alternative political information, this situation can create a social environment that is politically polarized.

LITERATURE

- Agarwal, N. & Liu, H. (2009): Modeling and data mining in blogosphere. In R. Grossman (ed), *Synthesis lectures on data mining and knowledge discovery* pp.1- 109. California: Morgan & Claypool Publishers. <https://doi.org/10.2200/S00213ED1V01Y200907D-MK001>.
- Arceneaux, K. & Johnson, M. (2013): *Changing Minds or Changing Channels? Partisan News in an Age of Choice*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Bakshy, E., Solomon, M. & Lada, A. (2015): Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science* 348 (6239): 1130–1132.
- Baltezarević, R., Baltezarević, B., Baltezarević, V., Kwiatek, P. & Baltezarević, I. (2019): Political marketing in digital games: 'game over' for traditional political marketing methods. *Acta Ludologica*, Vol. 2, No. 2, pp. 28-47. ISSN 2585-8599. e-ISSN 2585-9218. EV 5620/18.
- Baltezarević, R. & Baltezarević, V. (2022): The influence of digital political communication supported by neuromarketing methods on consumer perception towards a tourist destination. *Megatrend revija*, Vol. 19, No 2, 2022: 13-34 DOI: 10.5937/MegRev2202013B
- Baltezarević, R., Kwiatek, P., Baltezarević, B. & Baltezarević, V. (2022): The meaning of silence in personal communication: spiral of silence or a stimulant of creativity?. *Creativity Studies*, 15(1), 58–73. <https://doi.org/10.3846/cs.2022.11374>
- Baltezarević, R. (2022): Uloga normativnog konformizma u digitalnom okruženju u kreiranju stavova potrošača prema luksuznim brendovima, *Megatrend revija*, Vol. 19, № 1, 177-188 DOI: 10.5937/MegRev2201177B.
- Baltezarević, R. (2023): Deceptive advertising in the online environment. 3rd International Black Sea Modern Scientific Research Congress, March 23-24, 2023, Proceedings: IKSAD – Congress book, (Ed. Prof. Dr. Mariam Jikia), Samsun, Turkiye, IKSAD Publications – 2023, p.p. 361 – 370. ISBN - 978-625-367-026-9
- Barnidge, M. (2016): Exposure to political disagreement in social media versus face-to-face and anonymous online settings. *Political Communication* 34: 302–321.
- Bennett, W. L. & Iyengar, S. (2008): A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58 (4) 707– 731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>.

- Berbuir, N., Lewandowsky, M., & Siri, J. (2015): The AfD and its sympathisers: Finally a right-wing populist movement in Germany? *German Politics*, 24(2), 154–178. <https://doi.org/10.1080/09644008.2014.982546>
- Bolsen, T., Druckman, J. N., & Cook, F. L. (2014): The influence of partisan motivated reasoning on public opinion *Political Behavior*, 36, 235–262. <https://doi.org/10.1007/s1110901392380>
- Colombo, C. & H. Kriesi (2016): Party, policy—or both? Partisan-biased processing of policy arguments in direct democracy. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties* 27(3): 235–253.
- Delli Carpini, M. X., Cook, F. L., & Jacobs, L. R. (2004): Public deliberation, discursive participation, and citizen engagement: a review of the empirical literature. *Annual Review of Political Science*, 7, 315–344.
- Dubois, E. & Blank, G. (2018): The Echo Chamber Is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. *Information, Communication & Society* 21 (5): 729–45.
- Dvir-Gvirzman, S., Kelly Garrett, R. & Tsfati, Y. (2018): Why do partisan audiences participate? Perceived public opinion as the mediating mechanism. *Communication Research* 45(1): 112–136.
- Festinger, L. (1957): *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Flynn, D.J., Nyhan, B. & Reifler, J. (2017): The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs about Politics. *Advances in Political Psychology* 38 (S1): 127–150.
- Garrett, R.K. (2009): Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate. *Journal of Communication* 59: 676–699.
- Goldman, S.K. & Mutz, D.C. (2011): The friendly media phenomenon: A cross-national analysis of cross-cutting exposure. *Political Communication* 28(1): 42–66.
- Hameleers, M., Bos, L., & De Vreese, C. H. (2017): The appeal of media populism: The media preferences of citizens with populist attitudes. *Mass Communication and Society*, 20(4), 481–504. <https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1291817>
- Hart, W., Albarracín, D., Eagly, A., Brechan, I., Lindberg, M. & Merrill, L. (2009): Feeling validated versus being correct: a meta-analysis of selective exposure to information. *Psychological Bulletin* 135 (4): 555.
- Iyengar, S. & Hahn, K. (2009): Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication* 59 (1): 19–39.
- Iyengar, S., Sood, G. & Lelkes, Y. (2012): Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly* 76(3): 405–431.
- Jovanović, D., Baltezarević, V. & Baltezarević, R. (2015): Doubts in business communication - can we transform perception into message? *International Review*, No 3-4. pp. 60-66. Belgrade: Faculty of Business Economics and Entrepreneurship & Pianoro BO Italy: Medimond S.r.l. International Proceedings Division ISSN 2217-9739; COBISS. SR-ID 192516620JEL: A12 .UDC: 005.57. 659.23:007:004.
- Jovanović, D., Baltezarević, V. & Baltezarević, R. (2016): Na pragu nove medijske revolucije – mobilne vesti, Medijski dijalozi, godina IX, No. 23, pp. 29-40. UDK: 316.774:004.032.6. ISSN 1800-7074; COBISS.CGID 12734480

- Klapper, J. (1960): *The effects of mass communication*. New York: Free Press.
- Knobloch-Westerwick, S. & Meng, J. (2011): Reinforcement of the political self through selective exposure to political messages. *Journal of Communication*, 61(2), 349–368. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01543.x
- Knobloch-Westerwick S, Liu L, Hino A, et al. (2019): Context impacts on confirmation bias: Evidence from the 2017 Japanese snap election compared with American and German findings. *Human Communication Research* 41(3): 427–449.
- Kull, S., Ramsay, C. & Lewis, E. (2004): Misperceptions, the media, and the Iraq war. *Political Science Quarterly*, 118(4), 569–598. <https://doi.org/10.1002/j.1538-165X.2003.tb00406.x>.
- Lewis-Beck, M. S., W. G. Jacoby, H. Norpoth & H. F. Weisberg (2010): *The American Voter Revisited*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.
- Lodge, M., & Taber, C. S. (2013): *The rationalizing voter*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Luskin, R. C. (1990): Explaining Political Sophistication. *Political Behavior* 12(4): 331–361.
- McDermott, M. L. (2005): Candidate Occupations and Voter Information Short-cuts. *The Journal of Politics* 67(1): 201–219.
- McGuire, W. J. (2013): McGuire’s classic input-output framework for constructing persuasive messages. In R. E. Rice & C. K. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns* (pp. 133–145). Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- Messing, S. & Westwood, J. (2014): Selective exposure in the age of social media: Endorsements trump partisan source affiliation when selecting news online. *Communication Research* 41 (8): 1042–1063.
- Mutz, D. C. (2006): *Hearing the other side: Deliberative versus participatory democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Neijens, P. & de Vreese, C. (2009): Helping Citizens Decide in Referendums: The Moderating Effect of Political Sophistication on the Use of the Information and Choice Questionnaire as a Decision Aid. *Public Opinion Quarterly* 73(3): 521–536.
- Neuman, R. & Guggenheim, L. (2011): The evolution of media effects theory: A Sixstage model of cumulative research. *Communication Theory*, 21,169–196.
- Price, V., Cappella, J. N., & Nir, L. (2002): Does disagreement contribute to more deliberative opinion? *Political Communication*, 19, 95–112.
- Ross, L., Greene, D. & House, P. (1977): The “false consensus effect”: An egocentric bias in social perception and attribution processes. *Journal of Experimental Social Psychology* 13: 279–301.
- Stroud, N.J. (2011): *Niche News: The Politics of News Choice*. Oxford: Oxford University Press.
- Sunstein, C. R. (2002): The law of group polarization. *The Journal of Political Philosophy*, 10(2), 175–195.
- Taber, C. S. & Lodge, M. (2006): Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755–769. doi:10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x

-
- Van Spanje, J., & Azrout, R. (2019): Tainted love: How stigmatization of a political party in news media reduces its electoral support. *International Journal of Public Opinion Research*, 31(2), 283–308. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edy009>
 - West, R. & Turner, L. (2018): *Introducing communication theory: Analysis and application*. 4th Edition. New York: McGraw-Hill.
 - Wojcieszak, M.E. & Price, V. (2009): What underlies the false consensus effect? How personal opinion and disagreement affect perception of public opinion. *International Journal of Public Opinion Research* 21: 25–46.
 - Zuiderveen, B., Damian Trilling, F., Moeller, J., Balázs Bodó, C. & Helberger, H. (2016): Should We Worry about Filter Bubbles? *Internet Policy Review* 5 (1): 56–98.

SELEKTIVNA IZLOŽENOST U POLITIČKOJ KOMUNIKACIJI

Sažetak: *Ljudi pokazuju preferencije ili traže informacije koje su u skladu sa njihovim političkim uverenjima i mišljenjima kada se selektivno izlažu u politici. Teorija motivisanog rasuđivanja tvrdi da je potraga ljudi za znanjem vođena sa dva različita cilja: ciljevima tačnosti (koji promovišu izvođenje tačnih zaključaka) i usmerenim ciljevima (koji podstiču donošenje zaključaka koje ljudi žele da donesu i koji odgovaraju njihovom stavu). Uopšteno govoreći, ljudi retko imaju potpuno ili adekvatno političko znanje, ali čak i u ovim situacijama često oblikuju svoja politička mišljenja koristeći informativne prečice kao što su partizanski signali. Današnje političke medijske poruke su toliko ubedljive, posebno sa razvojem interneta, da je publika nemoćna da ih ignoriše. Partizanska selektivnost je koncept koji smatra da ljudi preferiraju vesti i politički sadržaj koji podržava njihova politička uverenja. Ljudi mogu biti inspirisani da traže više informacija ako su izloženi različitim političkim stavovima. S druge strane, oni koji izbegavaju političke informacije koje osporavaju njihova uverenja dovode do toga da zajednica postane politički podeljenija. Studije su pokazale da društvene norme i očekivanja zajednice utiču na selektivnu izloženost, koja se razlikuje u zavisnosti od kulturnog okruženja zemlje.*

Ključne reči: *Selektivno izlaganje, Politika, Partizanska selektivnost, Političke medijske poruke, Kulturno okruženje.*

„NESKRIVLJENO NEZNANJE“ U RATU: KOLATERALNA ŠTETA I KRAJNJA NUŽDA

Sažetak: Autor u ovom radu nastoji utvrditi postojanje mogućnosti primene argumenta neskrivljenog neznanja čak i za postupke koje borci vrše u ratu, u specifičnim kontekstima kolateralne štete i krajnje nužde. Argument neskrivljenog neznanja veoma je važan u teoriji pravednog rata i međunarodnom pravu kao argument kojim se opravdava učestvovanje pojedinaca u ratu, bez obzira na njegov moralni i pravni status. Međutim, analizom samog argumenta neskrivljenog neznanja, kao i fenomena kolateralne štete i krajnje nužde u ratu, autor pokazuje da neskrivljeno neznanje potencijalno može da postoji i u samom ratu, tj. u toku vršenja postupaka iz takvog neznanja u ratu. Postupak utilitarističkog izračunavanja opravdanosti kolateralne štete i postupak razmatranja ispunjenosti uslova konstituisanja stanja krajnje nužde su van domašaja boraca, a znanje o ispravnosti odluka i naređenja koja proizilaze iz tih postupaka je za borce u ratu praktično nemoguće. U skladu sa tim, u ovim specifičnim situacijama može važiti argument neskrivljenog neznanja za postupke kojima se krše ratne norme i pravila, jer istina o moralno-pravnom statusu tih postupaka ostaje nesaznatljiva za borce.

Ključne reči: neskrivljeno neznanje, kolateralna šteta, krajnja nužda, odgovornost, krivica

* vanredni profesor, Vojna akademija, Univerzitet odbrane u Beogradu. E-mail: draganstanar@yahoo.com

1. UVOD

Već više od pet hiljada godina, tj. od pojave prvih organizovanih društava i rudimentarnih oblika društvene organizacije, čovečanstvo se kontinuirano bori protiv pakla anarhije i „sirove“ slobode pojedinaca. Izlaskom iz hobzijanskog „prirodnog stanja“, stanja nesputane slobode svih, u kome je život po definiciji „usamljenički, siromašan, prljav, težak i kratak“¹, čovečanstvo je uspostavilo „veštačko“ stanje u kojem postoje organizacija i hijerarhija koje u konačnici omogućavaju bazične atribute normalnosti života – normativnost, predvidljivost i, makar minimalnu, bezbednost unutar društva. Ključni i esencijalni instrument koji je omogućio trijumf čoveka nad moćnim silama entropije jeste fenomen *odgovornosti* za postupke koje pojedinci čine, fenomen koji je preduslov postojanja sankcija za kršenje normi. Sam pojam odgovornosti gotovo je nemoguće precizno definisati usled njegove višeznačnosti i polivalentne upotrebe² – on se može odnositi na „subjektivni osećaj pojedinca... ili na uzročno posledičnu vezu između učinioca i učinjenog dela“³, na fenomen koji proizilazi iz dužnosti samog pojedinca kao čoveka ili društvene uloge koju pojedinac obavlja, na pojavu koju proizvode *claim rights*, tj. prava koja su relativno nespretno prevedena na srpski jezik kao „prava potraživanja“, itd. I pored relativne neodređenosti značenja samog pojma, savremena ljudska društva su granično opsednuta fenomenom odgovornosti pojedinaca ili društvenih grupa, i to u gotovo svakom smislu – moralnom, pravnom, religijskom, političkom, istorijskom, civilizacijskom, itd.

Jedan od najvažnijih razloga, a verovatno i centralni razlog, za neprestano postavljanje pitanja odgovornosti za postupke jeste i dodeljivanje *krivice* onima koji su odgovorni. Za svako je savremeno društvo od izuzetnog značaja da odredi ko je tačno odgovoran i *kriv* za određene postupke jer se na taj način apsolviraju svi ostali članovi društva. U ovoj potrazi za krivcima, često se načini i logička greška dodeljivanja krivice i odgovornosti pojedincima za *događaje* a ne samo za *postupke*⁴, naročito kada se radi o tragičnim i moralno uznemirujućim pojavama. Koliko god uporno i temeljno tragali, čini se da ćemo teško pronaći u postojanju pojavu koja je tragičnija i užasnija od rata koji predstavlja „najbrutalnije nemoralnu od svih ljudskih aktivnosti“⁵. Stoga je precizno i logički utemeljeno definisanje odgovornosti i krivice za rat i u ratu od vitalnog značaja, ne samo za održavanje pomenute normalnosti života, već i za razumevanje samog fenomena „rata kao pojave i kao prakse“⁶.

¹ Hobbes Thomas (2004): *Levijatan*, Naklada Jesenjski i Turk, Zagreb, 92.

² Ovo je veoma evidentno u srpskom jeziku, u kojem u obim pojma *odgovornost* spadaju sve one pojave koje se u drugim jezicima, npr. engleskom jeziku, označavaju različitim (doduše, interferirajućim) pojmovima – *accountability, responsibility, liability, culpability*, itd.

³ Jovanović Nevena (2018): „Politička odgovornost nosilaca izvršne vlasti u Republici Srbiji“, *Administracija i javne politike*, 3/2018, 72.

⁴ Izuzetno je važno razumevati da postoji „distinkcija između (pukih) *događaja* i *postupaka*“, naročito u kontekstu potrage za odgovornošću i dodeljivanja krivice. Šire o ovoj distinkciji koja je važna i za nastavak diskusije u: Babić Jovan (2011): „Vrednovanje i tumačenje“, *Theoria* 4/2011, 5-16.

⁵ Schulte Paul: „Morality and War“, 83, in Boyer Y, Lindley-French J. (eds.): *The Oxford Handbook of War*, OUP, Oxford

⁶ Babić Jovan (2005): *Moral i naše vreme*, Službeni glasnik, Beograd, 143.

2. RAT, ODGOVORNOST I KRIVICA

Truizam da se pacifistička dogma da je *svaki* mir bolji od *svakog* rata ne može racionalno i argumentovano odbraniti nikako ne podrazumeva da je rat išta manje surova, divlja i katastrofalna pojava od onoga kako on izgleda u očima pacifista⁷. Rat nužno podrazumeva smrt, patnju i razaranje u proporcijama koje nemaju pandana u prirodi, naročito danas kada čovečanstvo poseduje oružje kojim se čitavi gradovi mogu efektivno zbrisati sa lica zemlje. Kada je već ljudski rod sopstvenom istorijom nedvosmisleno i brutalno uveren u „janusovsku prirodu rata, koji je istovremeno i najužasnija moguća ljudska delatnost i neizbežan fenomen postojanja ljudskih društava“⁸ i u činjenicu da će jedan takav fenomen ostati „verna senka svakog ljudskog društva, naš permanentan pratilac i stalni činilac naše stvarnosti“⁹, sasvim je jasno da pitanja odgovornosti i krivice za rat i u ratu ne prestaju da zaokupljaju umove savremenih mislilaca. Usled realne neodrživosti pretpostavki pacifizma i neprihvatljive groteskne moralne apologije rata koja se danas naziva „realizam“, ljudi skloni istini i objektivnom sagledavanju rata uglavnom se oslanjaju na logiku i argumente teorije pravednog rata u nastojanjima da definišu odgovornost i krivicu u kontekstu rata.

Savremena teorija pravednog rata, koja je produkt više od 16 vekova kontinuiranog dijaloga i rasprave o pravednosti i opravdanosti različitih aspekata rata, nužno razdvaja suđenje o ratu od suđenja o onome što se radi u ratu, tj. razdvaja odgovornost i krivicu za rat od odgovornosti i krivice za ono što se u ratu čini. Zato Volzer (*Walzer*) upozorava da se o ratu uvek mora prosuđivati dva puta – „prvo, s obzirom na razloge koje države imaju za borbu; drugo, s obzirom na sredstva koja se koriste“¹⁰. Ovo nužno logično razdvajanje moralnog suđenja, na *Jus ad bellum* i *Jus in bello*, omogućava nam da borce „oslobodimo“ krivice za sam rat, i da im sudimo samo za ono što oni zapravo čine u ratu. Kao što Volzer zaključuje, „savršeno je moguće da pravedan rat bude vođen nepravedno, a nepravedan rat da bude vođen strogo u skladu sa pravilima“¹¹, što znači da se odgovornost i krivica borcima može pripisivati samo i isključivo za njihove postupke u ratu, bez obzira na to kojoj strani pripadaju, tj. bez obzira na moralni status njihove strane u ratu. U nepreglednom moru snažnih argumenata¹² koji neosporno dokazuju tvrdnju da borci ne mogu biti odgovorni za rat i za

⁷ To zapravo samo znači da je nažalost nekada postojeći mir još katastrofalniji.

⁸ Станар Драган (2021): *Етика међународне политике*, Добротољубље, Београд, 282.

⁹ *Ibid.* 270.

¹⁰ Volzer Majkl (2010): *Pravedni i nepravedni ratovi*, Službeni glasnik, Beograd, 55.

¹¹ *Ibid.*

¹² Šire o *prima facie* neodgovornosti i nepostojanju krivice boraca za sam rat i učestvovanje u njemu i nužnosti razdvajanja *Jus ad Bellum*-a od *Jus in Bello*-a u: Станар Драган (2019): *Pravedan rat: између апологије и обуздавања рата*, Добротољубље, Београд, 133-200.

puko učestvovanje u ratu, pa čak i nepravednom ratu, posebno mesto zauzima argument njihovog „neskrivljenog neznanja“¹³.

2.1. Neskripljeno neznanje o ratu

Sintagma „neskrivljeno neznanje“ na odličan način demonstrira problematiku više-značnosti pojma „odgovornost“ u srpskom jeziku, budući da predstavlja (jedini smislen) prevod sintagme *Inculpable Ignorance* koja se koristi u teoriji pravednog rata. Kako se u srpskom jeziku pojam odgovornost koristi da označi, između ostalog, i ono što znači *Culpability*, odnosno neku vrstu podesnosti ili prikladnosti za dodeljivanje krivice, intuitivni prevod originalne sintagme bi možda bio „neodgovorno neznanje“, što bi imalo potpuno drugačije, čak i suprotno (!), značenje u srpskom jeziku¹⁴. Čak i ovakva formulacija, tj. „neskrivljeno neznanje“, ne denotira u potpunosti izvorno značenje važne sintagme *Inculpable Ignorance*, koja zapravo znači neznanje za čije se postojanje ne može dodeljivati odgovornost i koje stoga služi kao opravdanje za sve postupke koji se čine iz takvog neznanja. Stoga ćemo sintagmu „neskrivljeno neznanje“ do kraja diskusije upotrebljavati i razumevatu u ovom smislu. Šta zapravo predstavlja neskrivljeno neznanje?

Sama ideja neskrivljenog neznanja ima korene u rimokatoličkoj teologiji, preciznije u filozofiji Tome Akvinskog koji uvodi ovaj pojam kako bi opravdao grehe načinjene iz neznanja. Međutim, kako nije svako neznanje isto, tako i ne opravdava svako neznanje od greha i odgovornosti¹⁵. Neskripljeno neznanje predstavlja nepostojanje znanja o nečemu što je bilo saznatljivo, tj. što je bilo uošte realno *moгуće* znati za delatnika. Kako je takvo znanje bilo nemoguće, tj. kako delatnik nije mogao da zna čak i da je učinio sve što je bilo u njegovoj moći da sazna, njegovo neznanje je „nepobedivo“¹⁶ i on logički ne može da snosi odgovornost za postupke nastale iz takvog neznanja. Etika razumeva fenomen neskrivljenog neznanja na identičan način – moralna odgovornost za postupke načinjene iz neznanja može da postoji samo i jedino ukoliko je postojala alternativna mogućnost, tj. da znanje postoji. Oslanjajući se, dakle, na dva centralna principa – princip „treba implicira može“ i princip „alternativnih mogućnosti“ – etika podrazumeva da neskrivljeno neznanje ne može da konstituiše moralnu odgovornost.

U kontekstu odgovornosti i krivice za rat, moralna odgovornost za rat i učestvovanje u nepravednom ratu može da postoji samo i jedino ukoliko su borci uopšte mogli znati da li je njihova strana „pravedna“ ili „nepravedna“. Kako je znanje „običnog“ borca o pravednosti njegove strane u ratu praktično nemoguće¹⁷, on nije moralno odgovoran za učestvovanje u

¹³ Babić Jovan (2007): “Non-culpable Ignorance and Just War Theory”, *Filozofija i društvo*, Vol. 18, 3/2007, 59-68.

¹⁴ „Neodgovorno neznanje“ bi značilo da je neko imao odgovornost da nešto zna i da je neznanje zapravo plod njegove ili njene neodgovornosti. tj. neispunjenu odgovornost znanja o nečemu.

¹⁵ koliko je neznanje plod nemara ili nezainteresovanosti, tj. ukoliko je bilo realno *moгуće* da delatnik nešto zna, onda znanje ne može biti neskrivljeno.

¹⁶ Akvinski takvo neznanje naziva *Invincible Ignorance*, tj. nepobedivo neznanje za koje se ne može dodeljivati „greh“, odnosno odgovornost. Šire u: Aquinas Saint Thomas (2020): *Summa Theologica*, Christian Classics Ethereal Library, 1247.

¹⁷ Usled kompleksnosti i prirode fenomena rata, nemogućnosti da dođe do istinitih informacija, neprestane propagandne delatnosti, urođenih bioloških mehanizama, fenomena post-istine, organizovane i stroge cenzure, prirode samih oružanih snaga itd. Šire u: Станар Драган (2019), 151-173.

ratu za koji samo *veruje* da je ispravan. I dok je rat zaista zločin, sam čin *učestvovanja* u ratu nije zločin. Ono što istorija celokupnog ljudskog roda jasno dokazuje jeste da su gotovo svi borci u svakom ratu bili duboko uvereni ne samo da se bore na pravednoj strani, već i da je njihova pobeda „od velike važnosti za čovečanstvo“¹⁸ i da se suprotstavljaju samom zlu na zemlji. Istovremeno, za njih je bilo nemoguće da na bilo koji način „provere“ da li njihova uverenja odgovaraju stvarnosti i činjenicama, tj. da li konstituišu istinito znanje. Stoga argument neskrivljenog neznanja ostaje kamen temeljac razdvajanja *Jus ad Bellum*-a od *Jus in Bello*-a, odnosno dodeljivanja krivice i odgovornosti borcima samo za ono što čine u ratu, i pored nadiruće i razarajuće plime revizionizma¹⁹.

3. NESKRIVLJENO NEZNANJE U RATU

Neznanje o moralnom statusu rata kod boraca je dakle neupitno neskrivljeno neznanje, te se logika primene pravnih i moralnih normi na učesnike rata zasniva na pretpostavci njihove moralne simetrije – svi borci su načelno moralno jednaki jer nisu odgovorni za rat, niti za učestvovanje u ratu. Međutim, kada se radi o postupcima boraca u samom ratu, tačnije o moralnoj i pravnoj odgovornosti boraca za postupke koje oni čine *u* ratu, argument neskrivljenog neznanja naizgled se čini ništavnim i neodrživim, što se oslikava i u literaturi. Principi *Jus in Bello*-a, tj. principi koji normiraju postupanje u ratu jasno propisuju legitimnost meta²⁰ i kvantitet i kvalitet sile²¹ čija se upotreba može opravdati. Pored toga što postoji dužnost boraca, a naročito, hantingtonski rečeno, „menadžera nasilja“²², da znaju na koji način imaju pravo da upotrebljavaju silu i toga što im je to znanje realno i objektivno dostupno, može se čak reći da su principi *Jus in Bello*-a poprilično intuitivni, tj. da je racionalno da možemo očekivati od svih razumnih ljudi da poseduju autonomnu svest o tome šta nije opravdano činiti u ratu.

Zaista, zabrana ubijanja neboraca, tj. ljudi koji ne predstavljaju fizičku pretnju (nenaoružanih muškaraca, žena, dece, staraca, ratnih zarobljenika, ranjenika, itd.) kao i zabrana korišćenja sile koja uzrokuje više patnje nego što je neophodno (mučenje i masakriranje ljudi, korišćenje napalma i hemijskog oružja, itd.) čine se intuitivnim moralnim zabranama čije se poštovanje nužno mora očekivati od svih mentalno zdravih pojedinaca, čak i u specifičnim

¹⁸ Russell Bertrand (1915): “The Ethics of War“, *The International Journal of Ethics*, Vol. 25, 2/1915, 130.

¹⁹ Revizionisti teorija pravednog rata zastupaju stav da borci danas *mogu* i stoga *moraju* znati da li je njihova strana pravedna u ratu ili ne, i potom postupiti u skladu sa tim – odbiti učešće u ratu, dezertirati, predati se neprijatelju, itd. Oni koji to ne urade, snose odgovornost za samo učestvovanje u ratu na nepravednoj strani, bez obzira šta radili i kako postupali u toku rata. Implikacije revizionizma, pored očiglednog stvaranja moralne asimetrije boraca i kriminalizacije protivnika, su toliko duboke da menjaju prirodu oružanih sukoba i „negiraju samu mogućnost rata“. Stanar Dragan (2019): “Revisionism and new conflicts: negation of the possibility of war“, *Српска политичка мисао*, Vol. 63, 1/2019, 227-240.

²⁰ Princip selektivnosti ili diskriminacije *Jus in Bello*-a definiše i objašnjava ko i zašto može biti legitimna meta u ratu. Borci su legitimne, neborci nelegitimne mete, *similiciter*.

²¹ Princip proporcionalnosti definiše limite kvaliteta i kvantiteta sile koja se upotrebljava prema legitimnim metama, i koja mora biti ograničena stepenom patnje i opravdana vojnom prednošću koja se ostvaruje upotrebom sile.

²² Hantington definiše oficire kao menadžere nasilje u ratu, tj. kao osobe čija je funkcija „upravljanje nasiljem“ onih kojima su nadređeni. Hantington P. Semjuel (2004): *Vojnik i država*, Centar za studije Jugoistočne Evrope, Fakultet političkih nauka, Diplomatska akademija, Beograd, 14.

okolnostima rata. Ovo je posebno evidentno kada govorimo o *mala in se*²³ sredstvima kao što su „silovanja, etnička čišćenja, genocidi, trovanja izvora vode, itd.“²⁴. Čini se da Donegan greši kada piše da su „diplomci Sandhursta i Vest Pointa koji ne razumeju svoju dužnost prema neborcima kao ljudskim bićima svakako krivi (*culpable*) za svoje neznanje“ ako iz njega čine zločine, za razliku od onih koji su „od detinjstva odgajani u Hitler Jugendu“²⁵, jer se neznanje o tome da li je opravdano ili ne ubijati neborce, civile koji ni na koji način ne preteniti doprinose pretnji, ili odsecati delove tela neprijateljskim borbama radi mučenja, nikako ne može smatrati neskrivljenim, bez obzira u kakvim se okolnostima formira osoba koja čini takve postupke. Da li to znači da argumentu neskrivljenog neznanja apsolutno nema mesta u razmatranju odgovornosti i krivice za postupke boraca u ratu? Čini se da postoji prostor za razmatranje argumenta neskrivljenog neznanja čak i kada se radi o postupcima u ratu, ukoliko ga analiziramo u kontekstu dvaju značajnih fenomena u teoriji pravednog rata i međunarodnom humanitarnom pravu – kolateralne štete i krajnje nužde.

3.1. Kolateralna šteta i neskrivljeno neznanje

Princip dvostrukog efekta prisutan je u razmatranjima opravdanosti upotrebe sile u ratu gotovo osam vekova, ali se u savremnoj literaturi najčešće pojavljuje u formi pojma kolateralne štete. Kolateralna šteta predstavlja neželjnu posledicu opravdanog dejstva u ratu, tj. „štetu načinjenu osobama, životinjama ili stvarima koje nisu legitimne mete u ratu, koja je neželjeni efekat napada na osobe, životinje ili stvari koje su moralno dozvoljeni ciljevi u ratu“²⁶. Ovde valja podvući da neželjeno ne znači isto što i nepredviđeno ili slučajno – kolateralna šteta itekako može biti predviđena i očekivana prilikom dejstva. Neželjeno ali predviđeno stradanje se uzima u obzir prilikom „računanja“ opravdanosti upotrebe sile koja ne može da ispoštuje princip selektivnosti. Međutim, nije svaka kolateralna šteta opravdana budući da neželjeno stradanje i uništavanje može biti drastično veće od planirane vojne koristi te u tom slučaju ostvarena vojna prednost nikako ne može opravdati načinjenu neproporcionalnu kolateralnu štetu. Razmotrimo argument neskrivljenog neznanja u ovom kontekstu.

Neželjena šteta i patnja naneta neborcima opravdava se ostvarenom koristi, tj. ostvarenim „dobrom“ u duhu utilitarističkog kalkulusa. Utilitarizam, koji je danas gotovo ekskluzivni instrument razjašnjavanja kompleksne moralne stvarnosti rata²⁷, po svojoj prirodi „podstiče bizarne računice“²⁸ kojima se relativno lako može opravdati gotovo svaki zamislivi postupak. Kada se radi o ratu, zaista se pred nama otvara „ambis utilitarističke apologije za

²³ *Mala in se* средства представљају средства која су зла по себи, тј. чија се употреба не може оправдати било каквим утилитаристичким прорачуном „доброг“ исхода.

²⁴ Stanar Dragan (2019), 74.

²⁵ Donagan Alan (1977): *The Theory of Morality*, Chicago, UCP, 135.

²⁶ Lefkowitz David (2008): „Collateral damage“, 145, in May Larry (ed.): *War: Essays in Political Philosophy*, Cambridge University Press, Cambridge.

²⁷ I ne samo rata. Kao oblik konsekvencijalizma, utilitarizam, koji ispostavlja korist, tj. posledicu delanja kao merilo i kriterijum moralne ispravnosti, smatra se danas jedinom primenjivom etičko-normativnom teorijom. Još od „sedamdesetih godina prošlog veka filozofske rasprave o normativnoj etici gotovo su se potpuno svele na rasprave o utilitarizmu“, koji se doživljava kao „najvažnija od svih etičkih teorija“. Cekić Nenad (2019): *Utilitarizam i Bentamova filozofija morala*, Akademski knjiga, Novi Sad, 8.

²⁸ Volzer Majkl, 324.

masovna ubistva²⁹, uključujući i ona koja se definišu kao kolateralna šteta. Odgovornost za ispravnost utilitarističkog kalkulusa i „računanja opravdanosti“ neželjenog i predviđenog stradanja neboraca po pravilu leži na višim oficirima za koje se nužno podrazumeva da imaju visok stepen razumevanja odredbi međunarodnog humanitarnog prava, ratnih konvencija i pravila rata, etike rata, itd³⁰. Ali, samu silu primenjuju „obični“ borci, za koje se ne može racionalno pretpostaviti da imaju bilo kakvu vrstu znanja o kompleksnim normama i pravilima koje regulišu opravdane postupke u kontekstu kolateralne štete. I dok svaki borac mora *prima facie* znati da je npr. ubijanje nedužnih neboraca/civila moralno i pravno neopravdano, on *ne može znati* da li se neželjena ali predviđena smrt jednog ili više nedužnih neboraca/civila prilikom dejstvovanja po izuzetno strateški važnom legitimnom cilju može opravdati kao kolateralna šteta. I to ne samo usled nepoznavanja normi, već i usled realne epistemičke limitiranosti, tj. nedostupnosti relevantnih informacija kojima raspolažu oni koji vrše utilitaristički proračun date situacije.

U skladu sa nužnom pretpostavkom stroge hijerarhijske poslušnosti u oružanim snagama³¹, od boraca se očekuje da izvršavaju naređenja bez oklevanja, osim, naravno, kada se radi o nelegalnim naređenjima. U kontekstu kolateralne štete, borac *ne može znati* da li je naređenje legalno ili ne, tj. da li je ostvarena vojna prednost dovoljno velika da opravda neželjeno predviđeno stradanje nelegitimnih meta. On se prosto mora uzdati u ispravno moralno suđenje i adekvatno poznavanje normi onoga ko takvo naređenje izdaje, kao i u to da isti barata ispravnim i pouzdanim informacijama na osnovu kojih donosi odluku. Takva je, nažalost, priroda rata – ona „ne trpi odlaganje izvršenja naređenja, pregovaranje o njemu, ‘nećkanje’, a pogotovo ne odbijanje“ te bi svaka vojska koja bi tolerisala neizvršavanje ili odlaganje izvršavanja naređena bila „osuđena na poraz u svakoj borbi i u svakom ratu“³². Konačno, kako je efektivno isključen iz procesa utilitarističkog proračuna opravdanosti kolateralne štete, borac *ne može znati* da li je njegov postupak u konačnici opravdan ili ne. Argument neskrivljenog neznanja borca za takav potencijalni ratni zločin, tj. neželjeno ubijanje neboraca koje je neproporcionalno ostvarenoj vojnoj prednosti, stoga apsolutno ima utemeljenje. Princip dvostrukog efekta, tj. kolateralna šteta zaista ostavlja mesta za argument neskrivljenog neznanje i u ratu.

3.2. Krajnja nužda i neskrivljeno neznanje

Pojava „krajnje nužde“³³ još drastičnije osnažuje tvrdnju o mogućnosti postojanje neskrivljenog neznanja boraca čak i u ratu. I dok se i fenomen kolateralne štete delimično

²⁹ Nagel Thomas (1979): *Mortal Questions*, Cambridge University Press, Cambridge, 56.

³⁰ Obaveza je oružanih snaga da svi oficiri budu detaljno upoznati sa normama rata, te bilo kakvo neznanje ne može biti neskrivljeno. Oficiri mogu i *moraju* da znaju koji su postupci u ratu opravdani a koji nisu.

³¹ Poslušnost i disciplina su nužni atributi oružanih snaga, naročito u ratu, kada je od životne važnosti da se naređenja izvršavaju jer se cena neizvršavanja ili čak oklevanja nekada meri u hiljadama izgubljenih života koje je vojska dužna da štiti. U ratnim situacijama kada sekunde odlučuju između života i smrti hiljada ljudi, „nema vremena da se sedne i održi sastanak komiteta, i da se odluči kako postupiti; neko mora da preuzme inicijativu, da izda naređenje, a ostali moraju da ga poslušaju“. Robinson Paul (2015): “Selective Conscientious Objection”, 75, in Lucas George (ed.): *Routledge Handbook of Military Ethics*, Routledge Taylor and Francis Group, London.

³² Станар Драган (2019), 165.

³³ Pojam „krajnja nužda“ ili *supreme emergency* pripisuje se Vinstonu Čerčilu koji je njime opisao „krizu koja je dovela u pitanje opstanak Britanije u najmračnijim danima II svetskog rata“. Walzer Michael (2004): *Arguing about War*, Yale University Press, New Haven, 33.

oslanja na ratnu neophodnost dejstvovanja po legitimnom cilju čak i kada to podrazumeva neželjene posledice, koncept „krajnje nužde“ podrazumeva toliko velik stepen neophodnosti da se u potpunosti zanemaruje i uslov legitimnosti ciljeva na koje se dejstvuje, kao i sredstava kojima se dejstvuje. Takva imperativna ratna neophodnost može opravdati čak i kršenje „tako bazičnih i teških moralnih principa kao što je imunitet civila“³⁴ odnosno opravdati i namerno dejstvovanje po, inače nelegitimnim, ciljevima. Da bi krajnja nužda bila konstituisana, potrebno je da budu ispunjena dva kriterijuma – da opasnost koja preti bude neposredna i da je priroda te opasnosti tolika da bi cena ne otklanjanja takve opasnosti bila katastrofalna i nedopustiva. Konkretno, potrebno je da jednom narodu ili naciji preti izvesna opasnost za sam fizički opstanak³⁵, tj. neposredna i jasna opasnost genocida, kako bi se konstituisala situacija krajnje nužde koja bi mogla opravdati neselektivno i neproporcionalno korišćenje sile u zaštiti od takve opasnosti.

Definicija kranje nužde *ipso facto* znači da se odluka o postupanju po krajnoj nuždi, tj. odluka suspendovanja važenja selektivnosti i proporcionalnosti u ratnim dejstvima, donosi na najvišem, takoreći strateškom nivou, jer je jedino na tom nivou moguće razumevati pretnju izvesnost i prirodu pretnje. Naravno, podrazumeva se da se jedino sa najvišeg nivoa i može doneti odluka i naređenje da se suspenduju „pravila borbe“. Ali, sama kršenja tih pravila ipak se većinom odigravaju na taktičkom nivou³⁶, od strane boraca koji ni na koji način *ne mogu znati* da li je opasnost na koju se odgovara kršenjem pravila rata zaista ispunila kriterijume krajnje nužde, tj. da li njihovi postupci namernog i neproporcionalnog dejstvovanja po nelegitimnim ciljevima konstituišu ratni zločin ili ne. U skladu sa objašnjenom nužnom pretpostavkom poslušnosti, borci se nalaze u jednoj moralno krajnje dramatičnoj situaciju koja nema paralelu u stvarnosti, u kojoj se od njih traži da krše intuitivne moralne zabrane ubijanja neboraca! Štaviše, posledica njihovog odbijanja ili odlaganja izvršenja takvih naređenja, za koje ponovo realno ne mogu da znaju da li su legalna ili ne jer je „legalizovanje“ takvih odluka derivirano iz postojanja krajnje nužde, može biti fizički nestanak njihovog naroda, naroda koji imaju dužnost da brane. Kao i u slučaju razmatranja kolateralne štete, jedino što preostaje borcima jeste da se uzdaju u stvarno postojanje krajnje nužde, tj. moralno-pravnu opravdanost naređenja i valjanost moralnog suda onoga ko donosi odluku. U ovom kontekstu, eventualni ratni zločini boraca mogli bi se potencijalno opravdavati argumentom neskrivljenog neznanja *u ratu*, jer oni objektivno *nisu mogli znati* da li su njihovi postupci opravdani postojanjem situacije krajnje nužde³⁷ ili ne. Srećom, u izuzetno malo slučajeva u modernoj istoriji se zaista konstituisala situacija krajnje nužde koja bi opravdala

³⁴ Primoratz Igor (2007): “Civilian Immunity in War: Its Grounds, Scope, and Weight”, 37, in Primoratz Igor (ed.) *Civilian Immunity in War*, Oxford University Press, Oxford.

³⁵ Iako sam Volzer u jednom momentu „proširuje“ svoju percepciju na način koji dozvoljava konstituisanje krajnje nužde čak i kada su ugrožene „naše najdublje vrednosti“, odnosno politička nezavisnost a ne fizički opstanak jednog naroda, kritičari su ispravno primetili potpunu moralnu neodbranljivost ovakve percepcije. Šire u: Walzer Michael, 33-50. i Primoratz Igor (2007), 38-40.

³⁶ Ukoliko zanemarimo eventualnu upotrebu klasičnog (strateškog) nuklearnog oružja koje je samo po sebi oružje krajnje nužde.

³⁷ Uvek se misli, naravno, samo i isključivo na „stratešku“ krajnju nuždu, tj. na ugroženost opstanka jednog celog naroda, a ne na nuždu u borbi. Kako Volzer ispravno primećuje, sami borci svaku borbu u ratu doživljavaju kao „učestalo ponavljanje momenata krajnje nužde“, što im svakako ne opravdava kršenje *Jus in Bello* normi. Walzer Michael, 41.

suspenziju *Jus in Bello* normi. Nažalost, argument krajnje nužde se i pored toga koristio više puta, očekivano neopravdano³⁸.

4. ZAKLJUČAK

Pitanje odgovornosti i krivice za individualne postupke jedno je od najvažnijih pitanja u savremenim društvima, bez obzira da li govorimo o pravnoj, moralnoj, društvenoj, političkoj ili nekoj drugoj vrsti odgovornosti. Fenomen rata, koji sa sobom nažalost donosi specifične postupke i prakse koji nemaju pandana u stanju mira i „normalnosti“ života, dodatno akcentuje i pojačava važnost mogućnosti uspostavljanja odgovornosti za zločine i nedela, jer je ispravno i valjano dodeljivanje odgovornosti i krivice jedan od nužnih preduslova za pomirenje i normalizaciju odnosa posle rata. Analiza pitanja individualne odgovornosti i krivice za postupke učinjene iz neznanja u kontekstu dvaju veoma značajnih fenomena u teoriji pravednog rata i međunarodnom humanitarnom pravu – kolateralne štete i krajnje nužde – suočava nas sa dva zaključka.

Prvi i neposredno samoevidentan zaključak jeste da je neosnovano apsolutno ograničavati argument neskrivljenog neznanja samo na kontekst neznanja o ratu, tj. o moralnom statusu strane na kojoj se neko bori u ratu. Kao što je pokazano u specifičnim slučajevima fenomena kolateralne štete, a naročito krajnje nužde, savršeno je moguće postojanje neskrivljenog neznanja borca u ratu, tj. o moralnom statusu nekog određenog postupka delatnika u ratu. Ipak, potrebno je biti veoma oprezan i teorijski temeljan kada se radi o uvođenju argumenta neskrivljenog neznanja kao potencijalnog opravdanja za nelegalne ili nemoralne postupke boraca u ratu. Ovaj argument moguće je uvoditi samo i jedino u opisanim i ekstremno specifičnim, a samim tim i retkim, situacijama kršenja normi u kontekstu kolateralne štete i krajnje nužde, a nikako kao neku vrstu apologije za ratne zločine. Borci ostaju apsolutno individualno odgovorni za svoje postupke u ratu van navedenog konteksta, naročito za kršenja intuitivnih moralnih zabrana. Stoga je neophodno razvijati i mehanizme kojima bi se sprečavala zloupotreba argumenta neskrivljenog neznanja u ratu, paralelno sa uvođenjem ovog argumenta potencijalnog opravdavanja postupaka.

Drugi, indirektan ali ništa manje važan, zaključak ove analize jeste da neizreciva količina odgovornosti leži upravo na onima koji donose odluke u kontekstu dva objašnjena fenomena u ratu. Donosioci zaključka o stvarnom postojanju stanja krajnje nužde i potom odluka o suspenziji *Jus in Bello* normi snose direktnu i punu odgovornost za sve ono što proistekne iz takve odluke ukoliko se ona donese na osnovu pogrešnog zaključka o postojanju stanja krajnje nužde. Pogrešan zaključak se može doneti na osnovu elementarnog neznanja, neobrazovanosti, manjka profesionalnog integriteta, nedostatka čvrstog moralnog karaktera, itd. Istovetno važi i za one koji su zaduženi za utilitaristički proračun opravdanosti kolateralne štete – borci postupaju na osnovu njihovih odluka o potencijalnoj opravdanosti stradanja nedužnih neboraca. Razlozi pogrešaka u procesu proračunavanja kolateralne štete mogu biti identični navedenim razlozima za donošenje pogrešnog zaključka o stanju krajnje nužde. Donosioci političkih odluka i visoki oficiri oružanih snaga na svojim leđima

³⁸ Najflagrantnija zloupotreba ovog argumenta vidljiva je u slučajevima savremenog terorizma i jedinog korišćenja nuklearnog oružja do sada, u Hirošimi i Nagasakiju. Šire u: Станар Драган (2019), 277-279.

nose težak teret odgovornosti i potencijalne krivice za koju ne možemo uvažiti argument neskrivljenog neznanja *u ratu*³⁹. Stoga je od apsolutne imperativne nužnosti, da iskoristimo pojam iz vojnog diskursa u kojem se krećemo u ovoj analizi, da društva uspostave takve mehanizme koji bi sprečavali postavljanje i napredovanje političkih i vojnih kadrova bez neophodnog obrazovanja, profesionalnog integriteta, čvrstog moralnog karaktera i ispravnog moralnog kompasa na pozicije u kojima bi potencijalno mogli da donose odluke koje se tiču svih pitanja rata, a naročito pitanja kolateralne štete i delanja iz krajnje nužde.

LITERATURA

- Aquinas Saint Thomas (2020): *Summa Theologica*, Christian Classics Ethereal Library.
- Babić Jovan (2005): *Moral i naše vreme*, Službeni glasnik, Beograd.
- Babić Jovan (2007): "Non-culpable Ignorance and Just War Theory", *Filozofija i društvo*, Vol. 18, 3/2007, 59-68.
- Babić Jovan (2011): „Vrednovanje i tumačenje“, *Theoria* 4/2011, 5-16.
- Cekić Nenad (2019): *Utilitarizam i Bentamova filozofija morala*, Akademska knjiga, Novi Sad.
- Donagan Alan (1977): *The Theory of Morality*, Chicago, UCP.
- Hantington P. Semjuel (2004): *Vojnik i država*, Centar za studije Jugoistočne Evrope, Fakultet političkih nauka, Diplomatska akademija, Beograd.
- Hobbes Thomas (2004): *Levijatan*, Naklada Jesenjski i Turk, Zagreb.
- Jovanović Nevena (2018): "Politička odgovornost nosilaca izvršne vlasti u Republici Srbiji", *Administracija i javne politike*, 3/2018, 71-85.
- Lefkowitz David (2008): "Collateral damage", in May Larry (ed.): *War: Essays in Political Philosophy*, Cambridge University Press, Cambridge, 145-164.
- Nagel Thomas (1979): *Mortal Questions*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Primoratz Igor (2007): "Civilian Immunity in War: Its Grounds, Scope, and Weight", in Primoratz Igor (ed.) *Civilian Immunity in War*, Oxford University Press, Oxford, 21-41.
- Robinson Paul (2015): "Selective Conscientious Objection", in Lucas George (ed.): *Routledge Handbook of Military Ethics*, Routledge Taylor and Francis Group, London, 69-81.
- Russell Bertrand (1915): "The Ethics of War", *The International Journal of Ethics*, Vol. 25, 2/1915, 127-142.
- Schulte Paul: "Morality and War", in Boyer Yves, Lindley-French Julian (eds.): *The Oxford Handbook of War*, OUP, Oxford, 99-115.
- Stanar Dragan (2019): "Revisionism and new conflicts: negation of the possibility of war", *Српска политичка мисао*, Vol. 63, 1/2019, 227-239.
- Volzer Majkl (2010): *Pravedni i nepravedni ratovi*, Službeni glasnik, Beograd.
- Walzer Michael (2004): *Arguing about War*, Yale University Press, New Haven.

³⁹ Za donosiocce političke odluke o ratu, ne možemo uvažiti ni argument neskrivljenog neznanja o opravdanosti rata, jer oni imaju dužnost da znaju moralni status njihove strane. Jedini izuzetak bi, eventualno, moglo biti znanje o razumnim izledima za uspeh (jedan od kriterijuma *Jus ad Bellum*-a koji kaže da je neophodno da postoje racionalni izgledi za uspeh da bi rat bio opravdan) jer se precizan sud o (ne) postojanju takvih izgleda može donosti tek *ex post facto*.

-
- Станар Драган (2019): *Праведан рат: између апологије и обуздавања рата*, Добротољубље, Београд.
 - Станар Драган (2021): *Етика међународне политике*, Добротољубље, Београд.

“INCUPLABLE IGNORANCE” IN WAR: COLLATERAL DAMAGE AND SUPREME EMERGENCY

Summary: *In this paper, author aims to determine the existence of the possibility of the inculpable ignorance argument even for acts of combatants in war, in specific contexts of collateral damage and supreme emergency. The argument of inculpable ignorance is extremely important in Just War Theory and international law as an argument which justifies participation of individuals in war, regardless of its moral and legal status. However, by analyzing the very argument of inculpable ignorance as well as the phenomena of collateral damage and supreme emergency in war, author demonstrates that inculpable ignorance can potentially exist in war itself, i.e., during acts done out of such ignorance in war. Process of utilitarian calculus of justness of collateral damage and the process of deliberation of fulfilment of conditions that constitute the situation of supreme emergency are out of combatants' reach, while their knowledge of correctness of decisions and orders derived from these processes is practically impossible. Accordingly, in these particular situations the argument of inculpable ignorance can be valid for acts which violate norms and rules of war, because the truth about the moral-legal status of these acts remains unknowable for combatants.*

Key Words: *Inculpable Ignorance, Collateral Damage, Supreme Emergency, Responsibility, Guilt*

MENADŽMENT I MARKETING

Radoslav Baltezarević*
Ivana Baltezarević**
Olivera Milutinović***

795:658.626
004.42:794]:659.1
005.95/.96(
DOI: 10.5937/MegRev2203329B
Originalni naučni rad
Primljen 18.09.2022.
Odobren 08.12.2022.

ULOGA LIČNOG BRENDIRANJA U ESPORT INDUSTRIJI¹

Sažetak: *Esport je poslednjih godina okupio višemilionsku publiku (pre svega pripadnike mlađe populacije) i sve predikcije ukazuju na to da ova industrija ima potencijala da u skorije vreme postane jedna od najsnažnijih. Kao takva, veoma je interesantna kompanijama koje žele da iskoriste njene mogućnosti, da sponzorišu takmičenja, gejmere, timove, oglašavaju svoje brendove, ali i komuniciraju sa ciljnim tržištem. Među najdelotvornijim marketinškim strategijama izdvaja se angažovanje esport influensera, poznatih esport gejmera, koji imaju veliku bazu fanova. Influenseri komuniciraju sa svojim pratiocima putem društvenih mreža, ali i za vreme striming sesija dok igraju digitalne igre. Podržavanjem i preporukom digitalnih igara, raznih softvera, hardvera, ali i brendova, koji nisu direktno u vezi sa esport (gejming) industrijom, mogu uticati na stavove fanova (potrošača) i na njihove odluke o kupovini. Lično brendiranje, može poboljšati imidž esport gejmera (influensera), ali samo ukoliko su aktivnosti pažljivo planirane i sprovedene. Adekvatna komunikacija, smislen i blagovremen sadržaj koji se plasira u digitalnom okruženju, harizma, ekspertiza, ali i ponašanje u realnom svetu, u kombinaciji sa zdravim ličnim stavovima influensera, mogu učiniti takvu osobu onom kojoj fanovi veruju i čije preporuke (o brendovima) žele da čuju, usvoje i podele sa drugima. Samim tim, esport influencer postaje interesantan kompanijama, koje žele da iskoriste njegove/njene potencijale u marketinške svrhe.*

Ključne reči: *Esport, Esport influenseri, Lično brendiranje, Ponašanje potrošača*

* Redovni profesor, Fakultet za poslovne studije, Megatrend Univerzitet, Beograd; r.baltezarevic@gmail.com

** Docent, Pravni fakultet, Megatrend Univerzitet, Beograd; ivana.baltezarevic@gmail.com

*** Vanredni profesor, Fakultet za menadžment – Univerzitet Union Beograd; olivera.milutinovic@famns.edu.rs

¹ Ovaj rad je rezultat projekta Fakulteta za poslovne studije, Megatrend univerziteta: Nove marketinške strategije (FPSNMS).

1. UVOD

Lični brend u digitalnom okruženju je odraz ličnosti i daje personalizovanu notu onima koji nameravaju da se predstavljaju u najboljem mogućem svetlu. Predstavlja željenu sliku koju neko želi da postavi o sebi u javnosti, satkanu od vrednosti, ugleda, ponašanja, načina komunikacije, pregovaranja, veština, načina oblačenja, kao i imidža te osobe. Praktično sve što osoba radi može uticati na njegov/njen lični brend.² Prema Šeperdu (Shepherd), važnost ličnog brenda je dobro prepoznata zbog sve većeg pritiska globalizacije i društvenih medija u nastajanju.³

Igra je stalno prisutna u životu čoveka i potrebna je kako pojedincu tako i društvu, pre svega zbog društvenih veza koje učesnici igre ostvaruju.⁴ Generacijska podela i novi izbori načina života doprineli su potrebi samopromocije, kako na poslu, tako i u privatnom životu.⁵ Izgradnja javnog imidža, koja je ranije bila prerogativ slavnih osoba, danas je dostupna i običnom čoveku.⁶ Murti (Murthy) tvrdi da u doba „trenutnog publiciteta“, umesto da reklamiramo proizvode, mi reklamiramo sebe, a proširenje ovog argumenta je da smo mi proizvod.⁷

Esports događaji koji se emituju uživo na internetu i televizijskim kanalima i okupljaju višemilionsku publiku su odličan marketinški alat za promociju brendova kompanije.⁸ Danas mnogi svetski poznati brendovi ulažu u esport i u ovoj industriji se mogu videti različite strategije digitalnog marketinga. Što nije iznenađujuće, s obzirom da se do 2025. očekuje da će esport imati 640,8 miliona gledalaca širom sveta, što je svakako znak da se njegoa publika ubrzano povećava.⁹ Profesionalni gejmeri iz esport industrije imaju brojnu publiku, koja prati njihovo igranje digitalnih igara na striming platformama ili putem televizijskog programa. Oni se mogu smatrati influenserima koji imaju moć da utiču na stavove svojih

² Baltezarević, R. & Baltezarević, R. (2022): The role of personal branding in the digital environment on career development during the covid-19 pandemic. In B. Đorđević (Eds.), *THEMATIC PROCEEDINGS The impact of the covid 19 pandemic on economy, resources and sustainable development* (pp.181-191). Faculty of Management Zaječar, Megatrend university Belgrade ISBN 978-86-7747-644-1; UDK 616.98:578.834]:331.101.3; COBISS.SR-ID 57388809

³ Shepherd, I.D.H. (2005): From cattle and coke to Charlie: Meeting the challenge of self marketing and personal branding. *Journal of Marketing Management* 21: 589-606

⁴ Baltezarević, R., Baltezarević, B. & Baltezarević, V. (2018): *The video gaming industry, (from play to revenue)*, *International Review* No 3-4, pp. 71-76. ISSN 2217-9739, COBISS.SR-ID 272210188. UDC:338.46:004.42 004.42:79

⁵ Harris, L., and Rae, A. (2011): Building a personal brand through social networking. *J. Bus. Strat.* 32, 14–21. doi: 10.1108/02756661111165435

⁶ Eagar, T., and Dann, S. (2016): Classifying the narrated #selfie: genre typing human-branding activity. *Eur. J. Mark.* 50, 1835–1857. doi: 10.1108/EJM-07-2015-0509

⁷ Murthy, D. (2012): “Towards a sociological understanding of social media: theorizing twitter”, *Sociology*, Vol. 46 No. 6, pp. 1059-1073.

⁸ Murphy, M. (2018): Why Big Brands NEED to Shift Their Focus to Esports. <https://medium.com/instant-sponsor/why-big-brands-need-to-shift-their-focus-to-esports-4deb6a1dea31> (Pristupljeno: 01.12.2022.)

⁹ Statista (2020): eSports audience size worldwide from 2020 to 2025. <https://www.statista.com/statistics/1109956/global-esports-audience/> (Pristupljeno: 01.12.2022.)

fanova (uglavnom pripadnika mlađe populacije). Ukoliko fanovi prihvate influencersere kao osobe sa visokim kredibilitetom, veća je verovatnoća da će prihvatiti njihova ponašanja, ali i donositi odluke o kupovini na osnovu njihovih predloga. Često su preporuke brendova od strane influencersa u esportu „naručena” od strane kompanija, koje im za njihove usluge daju novac i/ili proizvode. Kako bi influencer bio percipiran na pravi način, kako od strane sponzora, tako i od strane širokog auditorijuma, potrebno je da razvija svoj lični brend, pre svega svojim postupcima u realnom, ali i u digitalnom okruženju.

2. LIČNO BRENDIRANJE

Rampersad (Rampersad) je definisao lični brend kao percepciju koju neko drugi održava o pojedincu; predstavlja smislene percepcije o vrednostima i kvalitetima pojedinca, i odraz je onoga u šta osoba veruje, a što je izraženo onim što radi i kako to radi.¹⁰ Predstavlja strateški proces kreiranja, pozicioniranja i održavanja pozitivnog utiska o sebi, zasnovao na jedinstvenoj kombinaciji individualnih karakteristika, koje signaliziraju određeno obećanje ciljnoj publici kroz diferencirani narativ i slike.¹¹ Razvijanje ličnog brenda je sličan proces brendiranju proizvoda, jer pojedinci promovišu svoje snage i jedinstvenost. Lično brendiranje u digitalnom prostoru povezano je prvenstveno sa aktivnostima društvenih medija, gde se svesno trudi da se diferencira i stvori jedinstven onlajn identitet, za postizanje specifičnih ciljeva.¹² Autentični lični brend odražava moralni kodeks i ponašanje lične ambicije i uvek mora da pruži ono što obećava.¹³ Može se zaključiti da lični brend predstavlja skup karakteristika pojedinca (njegove/njene atribute, vrednosti, uverenja, itd.) prenete u diferencirani narativ i slike sa namerom da se uspostavi konkurentna prednost u svesti ciljne publike.¹⁴ Gel (Gehl) je ukazao da lično brendiranje u suštini nudi tehniku pojedincima da povećaju svoj društveni kapital kao sredstvo za fleksibilno prilagođavanje promenljivim tržištima rada.¹⁵

Čen (Chen) je istražujući potrošnju društvenih medija na Ju Tjubu (YouTube), potvrdio da i amateri sve više prihvataju društvene medije u svrhe ličnog brendiranja.¹⁶ Istraživanja na društvenim medijima su pokazala da se nečiji društveni kapital može poboljšati ili oštetiti kroz interakcije u nečijoj društvenoj mreži.¹⁷ Kao tačka diferencijacije, ljudski brend se

¹⁰ Više o tome: Rampersad, H. K. (2009): *Authentic personal branding*. Bryanston: Knowres Publishers

¹¹ Suddaby, R. (2010): Editor's comments: construct clarity in theories of management and organization. *Acad. Manage. Rev.* 35, 346–357. doi: 10.5465/amr.35.3.zok346

¹² Više o tome. Schwabel, D. (2009): *Me 2.0: A Powerful Way to Achieve Brand Success*. NewYork: Kaplan Publishers.

¹³ Više o tome: Rampersad, H. K. (2009): *Authentic personal branding*. Bryanston: Knowres Publishers

¹⁴ Ottovordemgentschenfelde, S. (2017): 'Organizational, professional, personal': an exploratory study of political journalists and their hybrid brand on Twitter. *Journalism* 18, 64–80. doi: 10.1177/1464884916657524

¹⁵ Gehl, R. W. (2011): Ladders, samurai and blue collars: Personal branding in Web 2.0. *First Monday*, 16(9) 3-24.

¹⁶ Chen, C.-P. (2013): Exploring personal branding on YouTube. *J. Internet Comm.* 12, 332–347. doi: 10.1080/15332861.2013.859041

¹⁷ Khedher, M. (2015): An inspiring resource for developing personal branding phenomena. *Marketing Review*, 15(1) 117-131. doi: 10.1362/146934715X14267608178802.

ponekad koristi za označavanje tradicionalnih poznatih ličnosti (kao što su poznati sportisti ili muzičari), dok se lični brend može koristiti za opisivanje onih koji su više mikro-slavne ličnosti (mikro influenseri) ili onih koji su više amateri na društvenim medijima.¹⁸

Tehnološki posredovana ljudska aktivnost može dovesti do otuđenja od prirode i tipičnih oblika društvene interakcije. Nesumnjivo se može govoriti o promeni ljudske prirode, postojećih oblika socijalizacije, međusobnih interakcija i razumevanja sveta, promeni koja se dešava istovremeno sa procesom remodeliranja postojećeg ličnog identiteta.¹⁹ Džonson (Johnson) tvrdi, da kako se internet korisnici sve više edukuju u vezi sa rizicima korišćenja društvenih medija, pažljivo upravljanje svojim internet identitetom i korišćenje kontrola privatnosti na platformama postepeno postaje norma.²⁰ Nove medijske platforme pružaju pojedincima vizuelni oblik komunikacije da prenesu svoj imidž. Održavanje doslednosti u porukama i slikama koje se koriste na platformama poboljšava nečiji lični brend.²¹

3. LIČNO BRENDIRANJE U ESPORTU

U tradicionalnim sportovima imamo mnogo različitih kategorija kao što su košarka, fudbal ili odbojka. Eспортovi takođe igračima nude različite kategorije igara i predstavljaju oblik organizovanih takmičenja u digitalnim igrama za više igrača. Turniri se prenose uživo sa takmičenja u toku, dok se novčane nagrade i plate dodeljuju takmičarima.²² Eспорт se razlikuje od tradicionalnih sportova pre svega u fizičkom smislu. Dženi i dr. (Jenny) ističu^{da} eспортovi podrazumevaju pokrete koristeći male grupe mišića (fine motoričke veštine), dok tradicionalni sportovi zahtevaju upotrebu velikih grupa mišića (grupe motoričkih veština).²³ Eспорт se odnosi na organizovano, kompjuterski posredovano i takmičarsko igranje, koje još uvek nije zvanično priznato kao sport.²⁴ Skraćeno od „elektronski sportovi“, eспорт predstavlja organizovana takmičenja u digitalnim igrama koja suprotstavljaju igrače svetske klase jedne protiv drugih za novčane nagrade.²⁵ Veruje se da postoje dva glavna faktora za brzi

¹⁸ Khamis, S., Ang, L. and Welling, R. (2017): “Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of social media influencers”, *Celebrity Studies*, Vol. 8 No. 2, pp. 191-208, doi: 10.1080/19392397.2016.1218292.

¹⁹ Baltezarević, R. & Baltezarević, B., Kwiatek, P. & Baltezarević, V. (2019): THE IMPACT OF VIRTUAL COMMUNITIES ON CULTURAL IDENTITY. *Symposion*, 6(1), pp. 7-22. ISSN-L 1584-174X

²⁰ Johnson, K. (2017): The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. *International Journal of Education and Social Science* 4(1).

²¹ Hemple, J. (2012): Is Pinterest the next Facebook? *Forbes*, <https://fortune.com/2012/03/22/is-pinterest-the-next-facebook/> (Pristupljeno: 02.12.2022.)

²² Baltezarević, R. & Baltezarević, B. (2018): The impact of video games on the formation of esports. *Facta universitatis Series: Physical Education and Sport* Vol. 16, No 1. pp. 137-147 <https://doi.org/10.22190/FUPES170614012B.UDC.796.01.681.327.8> ISSN 1451-740X; ISSN 2406-0496

²³ Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C. and Olrich, T. W. (2017): Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of “Sport”. *Quest*, 69(1), pp. 1-18.

²⁴ Hamari, J. and Sjöblom, M. (2017): What is eSports and why do people watch it?. *Internet Research*, 27(2), pp. 211-232.

²⁵ Himmelstein, D., Liu, Y., & Shapiro, J. L. (2017): An Exploration of Mental Skills Among Competitive League of Legend Players. *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 9(2), 1–21. <https://doi.org/10.4018/IJGCMS.2017040101>

razvoj esporta. Prvi je svakako sve veća popularnost digitalnih igara uopšte, a drugi faktor je stalna promena i razvoj tehnologije.²⁶

Esport se pojavio kao rastući privredni i poslovni sektor povezan sa razonodom i takmičenjem, koji predstavlja neosporne karakteristike (sportifikacije) koje su posebno povezane sa sportom.²⁷ Kompanije sve više koriste digitalne igre za povezivanje sa svojim potrošačima, zbog činjenice da esport industrija pokazuje uzlazni trend.²⁸ U esportu sponzorstvo je trenutno jedan od najpopularnijih načina finansiranja timova. Većina timova sada ima brendove štampane na timskim dresovima i promotivnim predmetima. Novac dolazi od različitih učesnika u industriji gde su, na primer, izvršni vlasnici video igara koje se igraju u esportovima zainteresovani za promociju sopstvenih igara i stoga ulažu velika sredstva.²⁹ Karhulahti (Karhulahti) tvrdi da čitavom industrijom i fenomenom esporta dominiraju programeri igara. Na primer, Kaunter Strajk (Counter-Strike) razvija Valv (Valve), dok Star Kraft (StarCraft) razvija Blizzard (Blizzard). Izvršni vlasnik ne samo da poseduje ove naslove i igre, već ima i mogućnost da menja pravila svoje igre, menja mehanizam unutar igre, kao i da upravlja emitovanjem i drugim pravima.³⁰ Velike kompanije kao što su Majkrosoft, Samsung i Red Bul (Microsoft, Samsung i Red Bull) privukle su sve veća profesionalizacija i međunarodno učešće u esportu.³¹

Svetska publika esporta danas prelazi pola milijarde korisnika. Obožavaoci troše u proseku 100 minuta po sesiji gledanja na striming platformama kao što su Tvitč, Ju Tjub Gejming ili Majker (Twitch, YouTube Gaming ili Miker).³² Postoje različiti dokazi da sponzorstva esporta mogu dovesti do poboljšanja imidža brenda.³³ Međutim, prema Šabiru (Shabir), igranje igara, kao i esport i dalje se opšte negativno percipiraju u društvu. Uobičajeno je da mediji prikazuju igrače kao asocijalna nezdrava bića koja ceo dan provode gledajući ekrane.³⁴ Ovo je veoma opasno za sponzore Esporta, jer se lako mogu povezati sa ovim nega-

²⁶ Seo, Y. (2013): Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29(13-14), 1542–1560. DOI: 10.1080/0267257x.2013.822906

²⁷ Heere, B. (2018): Embracing the sportification of society: Defining eSports through a polymorphic view on sport. *Sport Management Review*, 21(1), pp. 21-24.

²⁸ Berger, A., Schlager, T., Sprott, D.E., Herrmann, A. (2017): Gamified interactions: whether, when, and how games facilitate self-brand connections. *J. of the Acad. Mark. Sci.*, 46, 652–673, DOI: 10.1007/s11747-017-0530-0

²⁹ Coates, D., & Parshakov, P. (2016): Team vs. Individual Tournaments: Evidence from Prize Structure in eSports. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2787819>

³⁰ Karhulahti, V. M. (2017): Reconsidering esport: Economics and executive ownership. In *Physical Culture and Sport, Studies and Research* (Vol. 74, pp. 43–53). De Gruyter Open. <https://doi.org/10.1515/pcssr-2017-0010>

³¹ Pizzo, A. D., Baker, B. J., Na, S., Lee, M. A., Kim, D., & Funk, D. C. (2018): eSport vs. Sport: A Comparison of Spectator Motives. *Sport Marketing Quarterly*, 27(2).

³² Field day inc. (2022): Marketing and esports: Understanding the esports fan. <https://www.fieldday.com/marketing-and-esports-understanding-the-esports-fan/> (**Pristupljeno: 01.12.2022.**)

³³ Freitas, B. D. A., Contreras-Espinosa, R. S., and Correia, P. Á. P. (2020): Identifying the pros, cons and tactics of eSports sponsorships: An integrative literature review. *Comunicação Pública*, 15.

³⁴ Više o tome: Shabir, N., (2017): Esports: The Complete Guide 17/18: A guide for gamers, teams, organisations and other entities in, or looking to get into the space. *Wroclaw, Independently published*.

tivnim pretpostavkama.³⁵ Uz podršku moćnih kulturnih ikona (na primer, medijskih kuća, profesionalnih liga i timova, oglašivača i sponzora), esports je dobio zamah i ušao u narodni jezik sve raznovrsnijeg spektra investitora.³⁶

Akademsko istraživanje esportsa fokusiralo se na dva glavna pitanja vezana za esports, uključujući gledanost i potrošnju.³⁷ Badrinarayanan i dr. (Badrinarayanan) klasifikuju pet ponašanja potrošnje digitalnih igara s obzirom na njihovu visoku kontekstualnu sličnost i relevantnost.³⁸ Ova ponašanja uključuju angažovanje zajednice, nameru kupovine, koprodukciju, predaju i regrutovanje novih igrača u esports igrama. Prvo, namera kupovine označava spremnost igrača da kupe esports ili srodne igre, uređaje i dodatke, ili potroše novac na učešće u esports turnirima. Drugo, koprodukcija se odnosi na stepen do kojeg su esports igrači uključeni u razvoj novih igara ili promovisanje prednosti određenih esports igara ili njihovih turnira. Treće, komunikacija od usta do usta (WOM) označava nameru igrača da drugima podeli pozitivne informacije u vezi sa esportsom ili njihovim turnirima. Četvrto, angažovanje zajednice se odnosi na kontinuirano učešće i interakciju igrača sa drugim igračima u esports zajednici. Konačno, regrutovanje igrača se odnosi na spremnost igrača da pozove druge (npr. prijatelje, porodicu ili kolege igrače) da im se pridruže u igranju esports igre ili učestvuju u određenom događaju u okviru esports igara.³⁹

Nedavni empirijski dokazi sugerišu da publika na Tvitču (Twitch) može stvoriti snažne parasocijalne veze prema video igračima koji emituju svoje igre na sajtu gde ova veza značajno utiče na lojalnost gledalaca da nastave da gledaju strimer.⁴⁰ Kako Vedel (Wedel) komentariše, postoje mnogi primeri kao što su kapital brenda, segmentacija maloprodaje, kvalitet usluge kada se segmentacija može primeniti.⁴¹ Ovo bi moglo da implicira da je strimer koji pronalazi svoju tržišnu nišu još jedna primena segmentacije tržišta. U zavisnosti od toga šta strimeri žele da urade, oni bi možda mogli da pronađu svoje raznovrsno tržište korišćenjem strasvenih (hardcore) i povremenih (casual) gejmera koje su identifikovali Ajpi i Džejkobs (Ip i Jacobs).⁴² Međutim, Vedel pominje da će segmentirano tržište biti korisno samo ako će se značajno uticati na efektivnost, efikasnost i upravljivost marketinških napora. Imajući ovo

³⁵ Više o tome: Stroh, J. H. A., (2017): *The eSports Market and eSports Sponsoring*. Marburg: Tectum Verlag. <http://dx.doi.org/10.5771/9783828866485>

³⁶ Meola, A. (2018): The biggest companies sponsoring eSports teams and tournaments. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/top-esports-sponsors-gaming-sponsorships-2018-1> (Pristupljeno: 02.12.2022.)

³⁷ Jang, W.W., Byon, K.K., Baker III, T.A. and Tsuji, Y. (2020): "Mediating effect of esports content live streaming in the relationship between esports recreational gameplay and esports event broadcast", *Sport, Business and Management: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/SBM-10-2019-0087>

³⁸ Badrinarayanan, V.A., Sierra, J.J. and Martin, K.M. (2015): "A dual identification framework of online multiplayer video games: The case of massively multiplayer online role playing games (MMORPGs)," *Journal of Business Research*, Vol. 68 No. 5, pp. 1045-52.

³⁹ Hollebeek, L.D., Juric, B. and Tang, W. (2017): "Virtual brand community engagement practices: A refined typology and model," *Journal of Services Marketing*, Vol. 31 No. 3, pp. 204-217.

⁴⁰ Više o tome: Paulsen, S.S., & Salihovic, T. (2017): *Spectating on Twitch: Interaction and fellowship* (Master thesis). Syddansk Universitet, Kolding, Denmark.

⁴¹ Više o tome: Wedel, M., Kamakura, W. (2000): *Market Segmentation. Conceptual and Methodological Foundations*. (2. Ed.). US: Springer US.

⁴² Ip, B., Jacobs, G. (2015): *Segmentation of the games market using multivariate analysis*. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 13(3), 275-287. [10.1057/palgrave.jt.5740154](https://doi.org/10.1057/palgrave.jt.5740154)

na umu, važno je da strimer rano razmotri koju vrstu sadržaja želi da kreira i da ga dosledno primeni. Ako strimer stalno menja svoj sadržaj, to bi moglo da natera gledaoca da ode, jer mu sadržaj više nije privlačan.⁴³ Kako Maden i dr. (Madden) navode, stavovi strimera mogu promeniti nameru potrošača za naknadnu kupovinu. Stoga je doslednost strimera brendu važan aspekt koji se mora uzeti u obzir u pokušaju uticanja na stavove gledalaca. Ako se strimer dobro „uklapa” sa publikom, ali je ne „hrani“ aktivno, to bi moglo dovesti do toga da gledalac ne poželi da ga podrži.⁴⁴

4. ZAKLJUČAK

Esport industrija postaje jedna od najsnažnijih industrija na globalnom tržištu i kao takva je nezaobilazna mnogim multinacionalnim kompanijama, koje žele da iskoriste njevu veliku publiku, kako bi oglašavali svoje brendove, ali i uticali na stavove potrošača pri donošenju odluka o kupovini. Kompanije su svesne da su uspešni igrači esporta takođe i influencersi koje njihovi pratioci doživljavaju kao verodostojne izvore informacija. Kao takvi, u direktnoj komunikaciji sa potrošačima (tokom video strima) oni mogu direktno (ili) indirektno uticati na njihove stavove, ali i odluke o kupovini.

Mlada publika veruje svojim idolima esporta i želi da ih oponaša. To je osnovna motivacija kompanijama da angažuju esport influencers (popularne gejmere). Ovo se do sada pokazalo kao veoma efikasna strategija digitalnog marketinga, koja omogućava da se pozitivna slika kompanije sponzora (i njenih brendova) gradi u glavama mladih potrošača. Influenseri koji pažljivo neguju svoj lični brend, pre svega svojim ponašanjem u realnom životu, ali i u digitalnom svetu, a pri tom poseduju ekspertizu i harizmu, koja pomaže njihovim pratiocima da ih percipiraju kao kredibilne izvore informacija, imaju bolje predispozicije da budu angažovani od strane kompanija sponzora. Međutim, neophodno je da vode računa kako komuniciraju sa svojim fanovima, kakav sadržaj sa njima dele i koliko često. Ukoliko je njihova komunikacija adekvatna i prilagođena potrebama ciljnog tržišta, veća je verovatnoća da će podstaći elektronsku komunikaciju od usta do usta (eWOM) među internet korisnicima (pre svega o brendovima koje podržavaju). Sa druge strane, zanemarivanje fanova će negativno uticati na njihovu želju da podržavaju esport influencersa, a nepromišljeni i štetni postupci (kako u realnom, tako i u digitalnom okruženju) mogu pokrenuti negativnu komunikaciju od usta do usta među internet korisnicima. Nepromišljena aktivnost direktno može ugroziti imidž gejmera, imidž kompanije sponzora i njenih brendova (indirektno), ali i imidž esport tima kome igrač pripada. U takvim situacijama uglavnom dolazi do prestanka saradnje između esport influencersa i kompanije sponzora.

⁴³ Više o tome: Wedel, M., Kamakura, W. (2000): *Market Segmentation. Conceptual and Methodological Foundations*. (2. Ed.). US: Springer US.

⁴⁴ Madden, T. J., Ellen, P. S., Ajzen, I. (1992): *A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action*. Society for Personality and Social Psychology, 18(1), 3-9. 10.1177/0146167292181001

LITERATURA

- Badrinarayanan, V.A., Sierra, J.J. and Martin, K.M. (2015): “A dual identification framework of online multiplayer video games: The case of massively multiplayer online role playing games (MMORPGs),” *Journal of Business Research*, Vol. 68 No. 5, pp. 1045-52.
- Baltezarević, R., Baltezarević, B. & Baltezarević, V. (2018): *The video gaming industry, (from play to revenue)*, International Review No 3-4, pp. 71-76. ISSN 2217-9739, COBISS.SR-ID 272210188. UDC:338.46:004.42 004.42:79
- Baltezarević, R. & Baltezarević, B. (2018): The impact of video games on the formation of esports. *Facta universitatis Series: Physical Education and Sport* Vol. 16, No 1. pp. 137-147 <https://doi.org/10.22190/FUPES170614012B>.UDC 796.01 681.327.8 ISSN 1451-740X; ISSN 2406-0496
- Baltezarević, R. & Baltezarević, B., Kwiatek, P. & Baltezarević, V. (2019): THE IMPACT OF VIRTUAL COMMUNITIES ON CULTURAL IDENTITY. *Symposion*, 6(1), pp. 7-22. ISSN-L 1584-174X
- Baltezarević, R. & Baltezarević, R. (2022): The role of personal branding in the digital environment on career development during the covid-19 pandemic. In B. Đorđević (Eds.), *THEMATIC PROCEEDINGS The impact of the covid 19 pandemic on economy, resources and sustainable development* (pp.181-191). Faculty of Management Zaječar, Megatrend university Belgrade ISBN 978-86-7747-644-1; UDK 616.98:578.834]:331.101.3; COBISS.SR-ID 57388809
- Berger, A., Schlager, T., Sprott, D.E., Herrmann, A. (2017): Gamified interactions: whether, when, and how games facilitate self-brand connections. *J. of the Acad. Mark. Sci.*, 46, 652–673, DOI: 10.1007/s11747-017-0530-0
- Chen, C.-P. (2013): Exploring personal branding on YouTube. *J. Internet Comm.* 12, 332–347. doi: 10.1080/15332861.2013.859041
- Coates, D., & Parshakov, P. (2016): Team vs. Individual Tournaments: Evidence from Prize Structure in eSports. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2787819>
- Eagar, T., and Dann, S. (2016): Classifying the narrated #selfie: genre typing human-branding activity. *Eur. J. Mark.* 50, 1835–1857. doi: 10.1108/EJM-07-2015-0509
- Field day inc. (2022): Marketing and esports: Understanding the esports fan. <https://www.fieldday.com/marketing-and-esports-understanding-the-esports-fan/> (Pristupljeno: 01.12.2022.)
- Freitas, B. D. A., Contreras-Espinosa, R. S., and Correia, P. Á. P. (2020): Identifying the pros, cons and tactics of eSports sponsorships: An integrative literature review. *Comunicação Pública*, 15.
- Gehl, R. W. (2011): Ladders, samurai and blue collars: Personal branding in Web 2.0. *First Monday*, 16(9) 3-24.
- Hamari, J. and Sjöblom, M. (2017): What is eSports and why do people watch it?. *Internet Research*, 27(2), pp. 211-232.
- Harris, L., and Rae, A. (2011): Building a personal brand through social networking. *J. Bus. Strat.* 32, 14–21. doi: 10.1108/02756661111165435
- Hemple, J. (2012): Is Pinterest the next Facebook? *Forbes*, <https://fortune.com/2012/03/22/is-pinterest-the-next-facebook/> (Pristupljeno: 02.12.2022.)

- Heere, B. (2018): Embrancing the sportification of society: Defining eSports through a polymorphic view on sport. *Sport Management Review*, 21(1), pp. 21-24.
- Himmelstein, D., Liu, Y., & Shapiro, J. L. (2017): An Exploration of Mental Skills Among Competitive League of Legend Players. *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 9(2), 1–21. <https://doi.org/10.4018/IJGCMS.2017040101>
- Hollebeek, L.D., Juric, B. and Tang, W. (2017): “Virtual brand community engagement practices: A refined typology and model,” *Journal of Services Marketing*, Vol. 31 No. 3, pp. 204-217.
- Ip, B., Jacobs, G. (2015): *Segmentation of the games market using multivariate analysis*. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 13(3), 275-287. [10.1057/palgrave.jt.5740154](https://doi.org/10.1057/palgrave.jt.5740154)
- Jang, W.W., Byon, K.K., Baker III, T.A. and Tsuji, Y. (2020): “Mediating effect of esports content live streaming in the relationship between esports recreational gameplay and esports event broadcast”, *Sport, Business and Management: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/SBM-10-2019-0087>
- Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C. and Olrich, T. W. (2017): Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of “Sport”. *Quest*, 69(1), pp. 1-18.
- Johnson, K. (2017): The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. *International Journal of Education and Social Science* 4(1).
- Karhulahti, V. M. (2017): Reconsidering esport: Economics and executive ownership. In *Physical Culture and Sport, Studies and Research* (Vol. 74, pp. 43–53). De Gruyter Open. <https://doi.org/10.1515/pcssr-2017-0010>
- Khamis, S., Ang, L. and Welling, R. (2017): “Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of social media influencers”, *Celebrity Studies*, Vol. 8 No. 2, pp. 191-208, doi: [10.1080/19392397.2016.1218292](https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292).
- Khedher, M. (2015): An inspiring resource for developing personal branding phenomena. *Marketing Review*, 15(1) 117-131. doi: [10.1362/146934715X14267608178802](https://doi.org/10.1362/146934715X14267608178802).
- Madden, T. J., Ellen, P. S., Ajzen, I. (1992): *A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action*. *Society for Personality and Social Psychology*, 18(1), 3-9. [10.1177/0146167292181001](https://doi.org/10.1177/0146167292181001)
- Meola, A. (2018): The biggest companies sponsoring eSports teams and tournaments. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/top-esports-sponsors-gaming-sponsorships-2018-1> (Pristupljeno: 02.12.2022.)
- Murthy, D. (2012): “Towards a sociological understanding of social media: theorizing twitter”, *Sociology*, Vol. 46 No. 6, pp. 1059-1073.
- Murphy, M. (2018): Why Big Brands NEED to Shift Their Focus to Esports. <https://medium.com/instant-sponsor/why-big-brands-need-to-shift-their-focus-to-esports-4deb6a1dea31> (Pristupljeno: 01.12.2022.)
- Ottovordemgentschenfelde, S. (2017): ‘Organizational, professional, personal’: an exploratory study of political journalists and their hybrid brand on Twitter. *Journalism* 18, 64–80. doi: [10.1177/1464884916657524](https://doi.org/10.1177/1464884916657524)
- Paulsen, S.S., & Salihovic, T. (2017): *Spectating on Twitch: Interaction and fellowship* (Master thesis). Syddansk Universitet, Kolding, Denmark.

- Pizzo, A. D., Baker, B. J., Na, S., Lee, M. A., Kim, D., & Funk, D. C. (2018): eSport vs. Sport: A Comparison of Spectator Motives. *Sport Marketing Quarterly*, 27(2).
- Rampersad, H. K. (2009): Authentic personal branding. Bryanston: Knowres Publishers
- Seo, Y. (2013): Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29(13-14), 1542–1560. DOI: 10.1080/0267257x.2013.822906
- Schwabel, D. (2009): Me 2.0: A Powerful Way to Achieve Brand Success. NewYork: Kaplan Publishers.
- Shabir, N., (2017): Esports: The Complete Guide 17/18: A guide for gamers, teams, organisations and other entities in, or looking to get into the space. *Wroclaw, Independently published*.
- Shepherd, I.D.H. (2005): From cattle and coke to Charlie: Meeting the challenge of self marketing and personal branding. *Journal of Marketing Management* 21: 589-606
- Statista (2020): eSports audience size worldwide from 2020 to 2025. <https://www.statista.com/statistics/1109956/global-esports-audience/> (Pristupljeno: 01.12.2022.)
- Stroh, J. H. A., (2017): *The eSports Market and eSports Sponsoring*. Marburg: Tectum Verlag. <http://dx.doi.org/10.5771/9783828866485>
- Suddaby, R. (2010): Editor's comments: construct clarity in theories of management and organization. *Acad. Manage. Rev.* 35, 346–357. doi: 10.5465/amr.35.3.zok346
- Wedel, M., Kamakura, W. (2000): *Market Segmentation. Conceptual and Methodological Foundations*. (2. Ed.). US: Springer US.

Radoslav Baltezarević
Ivana Baltezarević
Olivera Milutinović

795:658.626
004.42:794]:659.1
005.95/.96(
DOI: 10.5937/MegRev2203329B
Originalni naučni rad
Primljen 18.09.2022.
Odobren 08.12.2022.

THE ROLE OF PERSONAL BRANDING IN THE ESPORTS INDUSTRY

Summary: *In recent years, esports has gathered an audience of several million people (primarily members of the younger population) and all predictions indicate that this industry has the potential to become one of the strongest in the near future. As such, it is very interesting for companies that want to use its possibilities, to sponsor competitions, gamers, teams, advertise their brands, but also communicate with the target market. Among the most effective marketing strategies, the hiring of esports influencers, well-known esports gamers, who have a large fan base stands out. Influencers interact with their followers through social networks, but also during streaming sessions while playing digital games. By supporting and recommending digital games, various software, hardware, as well as brands, which are not directly related to the esports (gaming) industry, they can influence the attitudes of fans (consumers) and their purchasing decisions. Personal branding can improve the image of an esports gamer (influencer), but only if activities are carefully planned and implemented. Adequate communication, meaningful and timely content that is placed in the digital environment, charisma, expertise, but also behavior in the real world, combined with healthy personal attitudes of the influencer, can make such a person the one that fans trust and whose recommendations (about brands) they want to hear, adopt and share with others. Therefore, the esports influencer becomes interesting for companies, which want to use his/her potential for marketing purposes.*

Key words: Esports, Esports influencers, Personal branding, Consumer behavior

Milena Cvjetković*
Milovan Cvjetković**
Marija Kalinić***

doi: 10.5937/MegRev2203341C
005.6
DOI: 10.5937/MegRev2203341C
Primljen 14.04.21.
Odobren 20.04.2021.
Originalni naučni rad

KVALITET I MARKETING ORIJENTACIJA U FUNKCIJI IZGRADNJE BRENDA, ZADOVOLJSTVA KORISNIKA I UNAPREĐENJA POSLOVANJA

Sažetak: Rad se bavi analizom i ulogom integrisanih marketing komunikacija, podržanih savremenim informaciono-komunikacionim tehnologijama, u izgradnji brenda i poboljšanju poslovnih performansi organizacija. Marketing orijentacija omogućava prepoznatljivost brenda na tržištu, dok je za lojalnost potrošača datom brendu neophodno obezbediti željeni nivo kvaliteta. Korelaciona analiza je utvrdila postojanje uticaja kvaliteta na povećanje zadovoljstva korisnika. Osim toga, utvrđeni su statistički značajni odnosi između marketing komunikacije i izgradnje brenda čime je ukazano na njihovu međuzavisnost. Rezultati korelacione analize pokazuju da postoji bitna povezanost između kvaliteta i marketing komunikacije na poboljšanje poslovnih performansi organizacije. Regresiona analiza je utvrdila da kvalitet u najvećoj mjeri utiče na poverenje korisnika i unapređenje profitabilnosti poslovanja, pri čemu su aktivnosti upravljanja kvalitetom koje su ostvarile najveći uticaj menadžment međusobnih odnosa, angažovanje ljudi, liderstvo i donošenje odluka na bazi činjenica. Rezultati regresionog modela istakli su da marketing komunikacije najviše doprinose kreiranju prepoznatljivosti brenda na tržištu i ostvarivanju većeg tržišnog učešća, pri čemu su najveći doprinos tome dali ekonomska propaganda, lična prodaja i odnosi s javnošću. Varijable kvaliteta i marketing komunikacija pokazale su da utiču na varijable izgradnje brenda, zadovoljstva korisnika i poslovne performanse, koje ujedno i predstavljaju faktore unapređenja poslovanja. Faktorska analiza utvrdila je postojanje dve komponente, pri čemu je jedna komponenta okupila faktore izgradnje brenda i zadovoljstva korisnika, dok je druga komponenta okupila faktore poslovnih performansi. Između ove dve komponente uspostavljena je statistički značajna povezanost. Cilj navedenog istraživanja je da ukaže na značaj kontinuiranog unapređenja kvaliteta kao faktora povećanja zadovoljstva korisnika, ali i značaj marketing komunikacija u izgradnji brenda. Efikasna izgradnja brenda na tržištu i zadovoljni i lojalni korisnici preduslov su unapređenja poslovanja i to putem poboljšanja poslovnih performansi organizacije.

Ključne reči: kvalitet, marketing komunikacije, brend, zadovoljstvo korisnika, poslovne performanse.

✉ Docent, Visoka škola akademskih studija „Dositej”, Bulevar vojvode Putnika 7, Beograd, cvjetkovicm@gmail.com

✉* Docent, Tehnička škola, Bulevar vojvode Putnika 7, Beograd, tehnickadositej@gmail.com

✉*/ Visoka škola akademskih studija „Dositej”, Bulevar vojvode Putnika 7, Beograd, marija.kalinic88@gmail.com

1. UVOD

U izrazitoj konkurentskoj borbi na tržištu, uspeh je zagarantovan onim organizacijama koje svoje poslovanje baziraju na unapređenju kvaliteta. Visok nivo kvaliteta proizvoda i usluga obezbeđuje bolju tržišnu poziciju i mogućnost daljeg rasta i razvoja. Organizacije moraju da teže efikasnom postizanju zadovoljstva korisnika, analizirajući njihove potrebe i zahteve. Aktivnosti unapređenja kvaliteta usmerene su na zadovoljstvo korisnika, dok marketing orijentacija pruža uslove za igradnju brenda i njegovu prepoznatljivost na tržištu. Povoljna slika brenda na tržištu, uz odgovarajući nivo kvaliteta, okuplja oko sebe potrošače koji ostaju lojalni datom brendu. Lojalni potrošači predstavljaju dobru osnovu za povećanje profitabilnosti i tržišnog učešća.

Kvalitet predstavlja ključni faktor konkurentске borbe na tržištu. Kontinuiranim unapređenjem kvaliteta proizvoda i usluga i celokupnog poslovanja, preduzeće kreira svoju konkurentsku prednost na tržištu. U fokusu takvog poslovanja nalazi se kupac, sa svojim potrebama i zahtevima. Kupac predstavlja polaznu i krajnju tačku unapređenja kvaliteta poslovanja. Da bi se igradio kvalitet i usavršavao prema zahtevima tržišta, neophodno je angažovanje svih zaposlenih. Zaposleni moraju da shvate da je postizanje kvaliteta odgovornost svih u organizaciji i da svi organizacioni procesi i naponi moraju biti usmereni ka tome. Da bi uspela u tome, organizacija mora da sprovodi kontinuirani proces obučavanja i usavršavanja zaposlenih u pogledu kvaliteta. Valorizacija kvaliteta odvija se na tržištu gde potrošači daju konačni sud o tome.

Uz unapređenje kvaliteta, marketing orijentacija predstavlja važnu pretpostavku uspostavljanja uspešne komunikacije sa potrošačima i okruženjem. Aktivnosti integrisanih marketing komunikacija imaju ulogu da na bazi zahteva potrošača i uz željeni nivo kvaliteta izgrade brend na tržištu. Kreiranjem povoljne slike i stvaranjem identiteta brenda na tržištu, utiče se da dati proizvod ili usluga imaju veliki broj zadovoljnih i lojalnih kupaca. Lojalnost kupaca proističe iz njihovog zadovoljstva i pretpostavka je ponovne kupovine.

Na osnovu lojalnih kupaca organizacije grade svoju profitabilnost i stvaraju mogućnosti za veće tržišno učešće. Unapređujući kvalitet organizacije smanjuju svoje troškove poslovanja i povećavaju produktivnost, što svakako utiče na bolji finansijski rezultat poslovanja. Da bi unapredile svoje poslovanje i obezbedile bolju konkurentsku poziciju na tržištu, organizacije moraju da obezbede zadovoljstvo i lojalnost kupaca, izgradnjom brenda koji se bazira, pre svega, na vrhunskom kvalitetu. Efikasna marketing komunikacija doprinosi stvaranju prepoznatljivosti brenda na tržištu i kreiranju njegovog identiteta u moru konkurentskih proizvoda.

2. UNAPREĐENJE KVALITETA I MARKETING ORIJENTACIJA

Kvalitet koji kupac doživljava i nivo njegovog zadovoljstva može se definisati indirektnom vezom između lojalnosti brendu i kvalitetu usluga.¹ Lojalnost kupca i kvalitet ostvaruju

1 Chitty, B., Ward, S. Chua, C. (2007): "An Application of the ECSI Model as a Predictor of Satisfaction and Loyalty for Backpacker Hostels", *Marketing Intelligence & Planning*, 25, 563-580.

značajnu povezanost sa imidžom brenda, na osnovu čega se ukazuje da lojalnost kupca povećava njegovu percepciju imidža brenda. Osim toga, istraživanje je pokazalo da se uslužna preduzeća fokusiraju na stvaranje kvaliteta i to putem stvaranja pogodnosti za kupca, što dovodi do povećanja zadovoljstva kupca i doprinosi i njihovoj lojalnosti. Takođe, rezultatima svojih istraživanja autori su potvrdili i uticaj unapređenja kvaliteta na profitabilnost organizacije.²

Uticaj kvaliteta na povećanje zadovoljstva i lojalnosti kupaca bio je predmet mnogih istraživanja. Rezultatima istraživanja³ potvrđeno je da se unapređenjem usluga bankarskog sektora povećava lojalnost kupaca. Pri analizi uticaja kvaliteta na lojalnost korisnika, utvrđeno je da su dimenzije kvaliteta koje su ostvarile najveći uticaj pouzdanost, empatija i sigurnost. Značaj i uloga kvaliteta proizvoda i usluga i njegov uticaj na povećanje zadovoljstva i lojalnosti kupaca potvrđen je u istraživanjima.⁴ Osim toga, kvalitet predstavlja jedan od najvažnijih faktora u definisanju i identifikovanju novih potreba kupaca. Zadovoljstvo i lojalnost korisnika proističu iz pružanja skrivenih potrošačevih potreba.⁵ Pozitivan uticaj i odnos između kvaliteta usluga i zadovoljstva korisnika potvrđen je istraživanjem.⁶ Istraživanjem ovog odnosa značajan doprinos u postizanju zadovoljstva korisnika ostvarile su sledeće varijable kvaliteta: kompetentnost, pouzdanost, odziv i komunikacija. Izvrsni poslovni procesi koji direktno utiču na zadovoljstvo kupaca i njihovu lojalnost su procesi koji dovode do unapređenja kvaliteta proizvoda i usluga.⁷

Osim toga, kvalitet predstavlja jedan od najvažnijih faktora u definisanju i identifikovanju novih potreba kupaca. Zadovoljstvo i lojalnost korisnika proističu iz pružanja skrivenih potrošačevih potreba.⁸ Pozitivan uticaj i odnos između kvaliteta usluga i zadovoljstva korisnika potvrđen je istraživanjem.⁹ Istraživanjem ovog odnosa značajan doprinos u postizanju zadovoljstva korisnika ostvarile su sledeće varijable kvaliteta: kompetentnost, pouzdanost, odziv i komunikacija. Izvrsni poslovni procesi koji direktno utiču na zadovoljstvo kupaca i njihovu lojalnost su procesi koji dovode do unapređenja kvaliteta proizvoda i usluga.¹⁰

² Saleem, H., Raja, N. S. (2014): "The impact of service quality on customer satisfaction, customer loyalty and brand image: Evidence from hotel industry of Pakistan", *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19(5), 706-711.

³ Kheng, L. L., Mahamad, O., Ramayah, T. (2010): "The impact of service quality on customer loyalty: A study of banks in Penang, Malaysia", *International journal of marketing studies*, 2(2), 57.

⁴ Bastos, J.A.R., Gallego, P.M. (2008): "Pharmacies Customer Satisfaction and Loyalty: A Framework Analysis", *Journal of Marketing*, Universidad de Salamanca, 01 (08) 1-30.

⁵ Chai, K.H.; Ding, Y., Xing, Y. (2009): "Quality and Customer Satisfaction Spillovers in the Mobile Phone Industry", *Service Science*, 1(2), pp.93-106

⁶ Agyapong, G. K. (2011): "The effect of service quality on customer satisfaction in the utility industry-A case of Vodafone (Ghana).", *International Journal of Business and management*, 6(5), 203-210.

⁷ Chu, P., Lee, G., Chao, Y. (2012): "Service quality, customer satisfaction, customer trust, and loyalty in a non-banking context", *Social Behavior and Personality*, 40(8), 1271-1284.

⁸ Chai, K.H.; Ding, Y., Xing, Y. (2009): "Quality and Customer Satisfaction Spillovers in the Mobile Phone Industry", *Service Science*, 1(2), pp.93-106

⁹ Agyapong, G. K. (2011): "The effect of service quality on customer satisfaction in the utility industry-A case of Vodafone (Ghana).", *International Journal of Business and management*, 6(5), 203-210.

¹⁰ Chu, P., Lee, G., Chao, Y. (2012): "Service quality, customer satisfaction, customer trust, and loyalty in a non-banking context", *Social Behavior and Personality*, 40(8), 1271-1284.

Kvalitet igra značajnu ulogu u ostvarivanju zadovoljstva korisnika i izgradnji njihovog poverenja. Istraživanjem¹¹ je potvrđeno da atributi kvaliteta ostvaruju značajnu povezanost sa ukupnim kvalitetom, zadovoljstvom kupaca i namerom ponovne kupovine. Organizacije teže ka zadržavanju postojećih kupaca, jer je mnogo manje troškova potrebnou odnosu na privlačenje novih kupaca. Odnosno, cilj organizacija je da stvaraju lojalne potrošače koji će se vraćati ponovnoj kupovini. Ono što je najvažnije za kupce i predstavlja ključni faktor za privlačenje kupaca je poverenje.¹² Istraživanjem¹³ je potvrđeno da je poverenje prethodnik kvaliteta usluga. Samim tim, ukazano je da poverenje igra vitalnu ulogu u pokretanju namere ponovne kupovine.¹⁴ Zadovoljan kupac ostvaruje pozitivan uticaj na profitabilnost organizacije. Takve kupce je neophodno privući i zadržati.¹⁵ Uticaj zadovoljstva korisnika na performanse je potvrđen. Međutim, ukoliko organizacije žele da zadrže dugoročne performanse, one moraju da osiguraju zadovoljstvo korisnika i u budućnosti. Zadovoljstvo korisnika treba da baziraju na kontinuiranim poboljšanjima kvaliteta.¹⁶

Uticaj kvaliteta na poslovne performanse i unapređenje poslovanja potvrđen je mnogim istraživanjima. Kvalitet obezbeđuje organizacijama da steknu konkurentsku prednost, što doprinosi njenom rastu i razvoju i efikasnom poslovnom učinku.¹⁷ Ukoliko organizacija želi da poboljša svoju konkurentnost i unapredi svoje poslovanje, zaposleni moraju biti obučeni u skladu sa programom kvaliteta i imati razvijenu svest o postizanju kvaliteta kao zajedničkom cilju.¹⁸ Lojalnost kupaca predstavlja značajan izvor konkurentske prednosti, gde sa jedne strane raste moć kupaca, dok su sa druge strane izazovi konkurencije sve veći.^{19, 20}

3. BREND I ZADOVOLJSTVO KORISNIKA

- ¹¹ Blut, M., Chowdhry, N., Mittal, V., Brock, C. (2015): "E-service quality: A meta-analytic review", *Journal of retailing*, 91(4), 679-700.
- ¹² Chang, M.K., Cheung, W., Tang, M. (2013): "Building trust online: interactions among trust building mechanisms", *Information & management*, 50(7), 439-445.
- ¹³ Rasheed, F.A., Abadi, M.F. (2014): "Impact of service quality, trust and perceived value on customer loyalty in Malaysia services industries", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 164, 298-304.
- ¹⁴ Saleem, M.A., Zahra, S., Yaseen, A. (2017): "Impact of service quality and trust on repurchase intentions- the case of Pakistan airline industry", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(5), 1136-1159.
- ¹⁵ Cooil, B., Keiningham, T. L., Aksoy, L., Hsu, M. (2007): "A longitudinal analysis of customer satisfaction and share of wallet: Investigating the moderating effect of customer characteristics", *Journal of marketing*, 71(1), 67-83.
- ¹⁶ Suchánek, P., Richter, J., Králová, M. (2015): "Customer satisfaction, product quality and performance of companies", *Review of economic perspectives*, 14(4), 329-344.
- ¹⁷ Fening, F. A. (2012): "Impact of quality management practices on the performance and growth of small and medium sized enterprises (SMEs) in Ghana", *International Journal of Business and Social Science*, 3(13), 1-13.
- ¹⁸ Cvjetković, M., Djordjević, D., Čockalo, D. (2017): "Influence of knowledge and quality on business performance of companies in Serbia", *Tehnički vjesnik*, 24(3), 847-853.
- ¹⁹ Sharma, A. (2007): "The metrics of relationships: Measuring satisfaction, loyalty and profitability of relational customers", *Journal of Relationship Marketing*, 6(2), 33-50.
- ²⁰ Pan, Y., Sheng, S., Xie, F.T. (2012): "Antecedents of customer loyalty: An empirical synthesis and re-examination", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 150-158.

Predstavljanje javnosti i izgradnja ličnog brenda, sa namerom da bude prihvaćen, podrazumeva primenu integrisanih marketing komunikacija.²¹ Savremeni trenutak poslovanja znatno menja proces komunikacije. Potrošač je preuzeo kontrolu nad komunikacijama i on donosi odluku da li će i kada primiti poruku.²²

Postizanje efikasnosti u marketing komunikaciji preduslov je izgradnje jakog brenda.²³ Ključnu ulogu u izgradnji i održavanju odnosa za zainteresovanim stranama imaju integrisane marketing komunikacije. Osim toga, njihova uloga je značajna i u iskorišćavanju tih odnosa, gde se prevashodno misli na stvaranje vrednosti brenda koji je zasnovan na kupcima.^{24,25} Marketing komunikacija zauzima važno mesto u izgradnji odnosa među stranama koje imaju zajednički interes. Međutim, značaj ove komunikacije je evidentan i kada je u pitanju odnos marketing i upravljanje brendom.²⁶

Cilj marketing komunikacije je da se podigne svest i znanje o proizvodima i uslugama na tržištu. Uporedo sa tim, teži se ka stvaranju slike brenda i prepoznatljivosti na tržištu. Konačno, ono čemu teže organizacije je da se ostvari ponovna kupovina zadovoljnih i lojalnih potrošača.²⁷ Težiti ka tome znači stvarati odanost brendu, koja predstavlja pozitivnu perspektivu koju kupac osećaprema brendu.²⁸ Aktivnosti marketing komunikacije treba da budu usmerene na kreiranje stvarne slike proizvoda i usluga na tržištu. Organizacije nude različite pogodnosti i detalje svojim kupcima, pri čemu je osnovni cilj obezbeđenje njihove potpune lojalnosti.²⁹ Potvrđeno je da efikasnost komunikacije utiče na postizanje lojalnosti kod kupaca više nego kada je u pitanju kvalitet komunikacija. To samo ukazuje da organizacije moraju posebnu pažnju da posvete izboru odgovarajućih komunikacionih kanala, shodno potrebama, zahtevima i preferencijama kupaca.³⁰

-
- ²¹ Milovanović, S., Lukinović, M., Baltezarević, R. (2018): "Lični brend i integrisano marketing komuniciranje", *Megatrend Review*, 15 (1), 177-186.
- ²² Kitchen, P.J., Schultz, D.E. (2009): "IMC: New horizon/false dawn for a marketplace inturmoil?" *Journal of marketing communications*, 15(2-3), 197-204.
- ²³ Keller, K.L. (2009): "Building strong brands in a modern marketing communicationsenvironment", *Journal of Marketing Communications* 15 (2/3), 139-155.
- ²⁴ Baidya, M., Maity, B. (2010): "Effectiveness of integrated marketing communications:empiricalanalysis of two brands in India", *Journal of Indian Business Research* 2(1), 23-31.
- ²⁵ Kerr, G., Drennan, J. (2010): "Same but different - perceptions of integrated market-ingcommunicationsamongmarketingcommunicationpartnersinAustralia", *Journal of Promotion Management*, 16 (1), 6-24.
- ²⁶ Amiri, N. S., Dastourian, B., Foroudi, P., Nankali, A. (2017): "Information technology directors' efforts on innovation, integrated marketing communications and brand equity", *The Bottom Line*, 30(4), 297-309.
- ²⁷ Damarjati, I. H., Kusumawati, A., Mawardy, M. K. (2016): "The influence of integrated marketing communication (IMC) on brand equity and purchase decision" (survey on indosat-M3 customers among members of unit Aktivitas band Universitas Brawijaya class of 2014), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34(1), 29-37.
- ²⁸ Buil, I., Martínez, E., De Chernatony, L. (2013): "The influence of brand equity on consumer responses", *Journal of consumer marketing*. 30(1), 62-74.
- ²⁹ Ahmed, Z., Rizwan, M., Ahmad, M., Haq, M. (2014): "Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur", *Journal of Sociological Research*, 5(1), 306-326.
- ³⁰ Hänninen, N., Karjaluoto, H. (2017): "The effect of marketing communication onbusiness relationship loyalty", *Marketing Intelligence and Planning*, 35 (4), 458-472.

Uticaj integrisanih marketing komunikacija na izgradnju brenda i unapređenje poslovnih performansi bio je predmet mnogih istraživanja. Istraživanjem³¹ je potvrđeno da postoji statistički značajan uticaj integrisanih marketing komunikacija na imidž brenda i lojalnost prema brendu. Osim toga, potvrđen je i uticaj ovih komunikacija i značajni efekat koji ostvaruju na poslovne performanse organizacije i kreiranje konkurentske prednosti na tržištu. Pozitivan efekat integrisanih marketing komunikacija na finansijske performanse koje proističu iz komunikacionih kampanja i poboljšanja tržišnih performansi potvrđen je istraživanjem.³² Održavanje konkurentske pozicije na tržištu uslovljeno je zadovoljstvom korisnika koje je rezultat efikasne interakcije usluga i promotivnih aktivnosti. Svojim marketinškim naporima organizacije stvaraju put ka kreiranju budućih proizvoda i usluga, zasnovanih na povratnim informacijama kupaca i traženom nivou kvaliteta.³³ Istraživanja³⁴ su pokazala da organizacije ostvaruju propagandnim naporima prosečan rast prodaje kada su u pitanju brendovi male vrednosti. Međutim, kada su u pitanju brendovi veće vrednosti, gde je omogućeno njihovo adekvatno usavršavanje i inoviranje, shodno zahtevima potrošača, organizacije obezbeđuju kontinuirane kumulativne efekte u prodaji takvih brendova.

Istraživanje koje je sprovedeno na uzorku od 1000 preduzeća (USAID, 2019) pokazalo je da e-trgovina, odnosno posedovanje internet strane i prodaja preko interneta, omogućava organizacijama lakši ulazak na nova tržišta, što doprinosi i povećanju izvozne orijentisanosti, ali je efekat primetan i na finansijske rezultate poslovanja. Istraživanje je pokazalo da preduzeća koja sprovode e-trgovinu ostvaruju veću prodaju izvan grada gde im se nalazi sedište, ali i u zemljama iz okruženja. Međutim, ovo istraživanje je pokazalo da 66% preduzeća ima svoju internet stranu, 12% njih obavlja prodaju preko interneta, svega 8% nudi usluge on-line plaćanja, a zabrinjava podatak da čak 88% preduzeća koja nemaju elektronsku prodavnicu ne razmišljaju o prednostima i svrsi njenog uvođenja. Kada su u pitanju digitalne veštine zaposlenih, istraživanje je pokazalo da srednja i velika preduzeća imaju veće zahteve u tom pogledu, u odnosu na mikro i mala preduzeća. Svakako da unapređenje digitalnih veština zaposlenih doprinosi povećanju produktivnosti, novim idejama i novim kanalima pristupa tržištu.³⁵

4. METODOLOGIJA I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istraživanje prikazano u radu bavilo se analizom uticaja kvaliteta i marketing orijentacije na izgradnju brenda, zadovoljstvo korisnika i unapređenje poslovnih performansi. Cilj istraživanja je da se ukaže na značaj kvaliteta i marketing komunikacija u izgradnji brenda i

³¹ Amiri, N. S., Dastourian, B., Foroudi, P., Nankali, A. (2017): "Information technology directors' efforts on innovation, integrated marketing communications and brand equity", *The Bottom Line*, 30(4), 297-309.

³² Luxton, S., Reid, M., Mavondo, F. (2015): "Integrated marketing communication capability and brand performance", *Journal of Advertising*, 44(1), 37-46.

³³ Ramanathan, U., Subramanian, N., Parrott, G. (2017); "Role of social media in retail network operations and marketing to enhance customer satisfaction", *International Journal of Operations & Production Management*, 1-25.

³⁴ Slotegraaf, R. J., Pauwels, K. (2008): "The impact of brand equity and innovation on the long-term effectiveness of promotions", *Journal of Marketing Research*, 45(3), 293-306.

³⁵ USAID-ov Projekat saradnje za ekonomski razvoj. (2019). Anketa 1000 preduzeća.

zadovoljstva korisnika, što svakako doprinosi i unapređenju poslovnih performansi organizacija. Podaci su prikupljeni početkom 2021. godine.

Predmet istraživanja bila su preduzeća koja posluju na teritoriji Republike Srbije i koja svoje poslovanje zasnivaju na implementaciji standarda ISO 9001 i koja su marketing orijentisana. Istraživanje je obuhvatilo 307 menadžera iz 130 preduzeća. Analizirana preduzeća su različite veličine, oblika svojine i porekla imovine. Najviše je učestvovalo domaćih preduzeća 109 (83,7%), dok je bilo 21 (16,3%) preduzeće čije je strano nacionalno poreklo. Među preduzećima koja su učestvovala u istraživanju uglavnom su bila zastupljena privatna preduzeća 97 (74,9%), dok je državnih bilo 33 (25,1%). Kada je u pitanju veličina preduzeća, prilično je bio ujednačen broj preduzeća različitih veličina. Međutim, najviše je bilo zastupljeno srednjih preduzeća 50 (38,7%), nešto manje malih preduzeća 45 (34,9%), dok je najmanje bilo velikih preduzeća 35 (26,4%).

Rezultati istraživanja prikazani u radu imaju za cilja da dokažu sledeću hipotezu: unapređenjem kvaliteta i marketing orijentacijom poslovanja omogućuje se veće zadovoljstvo korisnika, uz efikasnu izgradnju brenda, što doprinosi poboljšanju poslovnih performansi. Navedena hipoteza biće dokazana kroz različite međusobne uticaje i pojedinačni doprinos analiziranih varijabli kvaliteta i marketing komunikacije i varijabli zadovoljstvo korisnika, izgradnja brenda i poslovne performanse.

Prikupljeni podaci analizirani su pomoću statističkog programa SPSS Statistics. Ocena analiziranih varijabli posmatrana je kroz deskriptivnu statistiku. Međusobni uticaji navedenih varijabli utvrđeni su putem korelacione i regresione analize. Varijable zadovoljstvo korisnika, izgradnja brenda i poslovne performanse, kao rezultat efikasnog unapređenja kvaliteta i marketing komunikacije, prikazane su putem faktorske analize.

Tabela 1. prikazuje rezultate deskriptivne statistike varijabli kvaliteta i marketing komunikacije. Ovom tabelom izvršena je ocena navedenih varijabli od strane ispitanika. Rezultati deskriptivne statistike ukazuju na srednju, minimalnu i maksimalnu vrednost analiziranih varijabli, kao i standardno odstupanje. U tabeli su prikazane i skraćenice varijabli koje će biti korištene pri regresionoj analizi podataka.

Varijable kvaliteta analizirane su kroz primenu sedam principa menadžmenta kvaliteta koji su opisani u standardu ISO 9001:2015. Prema ovom standardu, principi menadžmenta kvalitetom, a ujedno i dimenzije po kojima je analiziran kvalitet u ovom istraživanju su: usredsređenost na korisnika, liderstvo, angažovanje ljudi, procesni pristup, kontinuirana poboljšanja, donošenje odluka na osnovu činjenica i menadžment međusobnih odnosa. Navedene varijable ocenjene su u organizaciji na skali od 1 do 5, gde su ispitanici na osnovu navedenih tvrdnji i stepena slaganja sa njima, ocenili primenu aktivnosti kvaliteta u svojim organizacijama. Pomoću iste skale, u rasponu od 1 do 5, pri čemu je 1 uopšte se ne slažem i 5 u potpunosti se slažem, ocenjene su varijable marketing komunikacije preduzeća. Varijabla marketing komunikacije htelo se ukazati u kojoj meri navedena preduzeća primenju različite oblike integrisanih marketing komunikacija. Shodno tome, analizirana je primena ekonomske propagande, lične prodaje i unapređenja prodaje, događaji i iskustva, direktni marketing, odnosi s javnošću i internet marketing.

Rezultati istraživanja deskriptivne statistike varijabli kvaliteta i marketing komunikacije ukazuju da su oni veoma dobro ocenjeni od strane ispitanika. Varijable su zabeležile znatno više vrednosti u odnosu na prosečnu vrednost koja iznosi 2,5. Kada su u pitanju varijable kvaliteta najbolje je ocenjena varijabla usredsređenost na korisnika, čija vrednost iznosi

Tabela 1: Deskriptivna statistika varijabli kvaliteta i marketing komunikacije

Varijabla	Oznaka	N	Min	Max	Srednja vrednost	Standardno odstupanje
Usredsređenost na korisnika	UK1	307	1	5	4,26	,906
Liderstvo	UK2	307	1	5	4,07	1,035
Angažovanje ljudi	UK3	307	1	5	4,27	,906
Procesni pristup	UK4	307	1	5	4,19	1,032
Kontinuirana poboljšanja	UK5	307	1	5	4,15	,945
Donošenje odluka na osnovu činjenica	UK6	307	1	5	4,17	,962
Menadžment međusobnih odnosa	UK7	307	1	5	4,16	1,075
Ekonomska propaganda	MK1	307	1	5	3,94	1,114
Lična prodaja	MK2	307	1	5	4,01	1,139
Unapređenje prodaje	MK3	307	1	5	3,58	1,440
Događaji i iskustva	MK4	307	1	5	3,65	1,342
Direktni marketing	MK5	307	1	5	4,00	1,190
Odnosi s javnošću	MK6	307	1	5	4,08	1,149
Internet marketing	MK7	307	1	5	4,22	1,081

4,26. Ovim je ukazano da organizacije prepoznaju značaj potreba i zahteva korisnika u izgradnji kvaliteta, čime u mnogome mogu da utiču na zadovoljstvo samih korisnika. Među najslabije ocenjenim varijablama kvaliteta našla se varijabla liderstvo, čija je prosečna ocena 4,07. Ono što treba unaprediti u organizacijama je proces liderstva i ulogu lidera koji imaju u kreiranju radne atmosfere. Lideri su ljudi koji su sposobni da vode svoje zaposlene ka zajedničkom ostvarivanju ciljeva organizacije.

Kada su u pitanju varijable marketing komunikacije, najbolje je ocenjena varijabla internet marketing, čija je srednja vrednost 4,22, dok je varijabla unapređenje prodaje ostvarila najslabiju vrednost koja iznosi 3,58. Ovo ukazuje na činjenicu da su aktivnosti unapređenja prodaje prisutne u cilju zadržavanja lojalnosti potrošača, ali bi njihov uticaj mogao biti znatno veći i jači. Osim toga, savremeni potrošač je neko ko je stalno u pokretu i konstantno on-line, te je stoga upotreba internet marketinga, putem sajta, društvenih mreža i e-maila, svakako dosta dobila na značaju. Tome u prilog govore i rezultati deskriptivne statistike i ostvarena vrednost varijable internet marketinga.

Tabela 2. predstavlja rezultate deskriptivne statistike varijabli zadovoljstvo korisnika, izgradnja brenda i poslovnih performansi. Navedene varijable su ocenjene od strane ispitanika na skali od 1 do 7. Ocena 1 predstavlja veoma nisku vrednost varijable, dok ocena 7 ukazuje na veoma visoku vrednost. U tabeli su prikazani rezultati minimalne, maksimalne i srednje vrednosti koju su analizirane varijable ostvarile, dok je zabeležena i vrednost standardnog odstupanja. Takođe, tabela sadrži i oznake analiziranih varijabli koje će biti korišćene u regresionoj analizi.

Tabela 2: Deskriptivna statistika varijabli zadovoljstvo korisnika, izgradnja brenda i poslovnih performansi

Varijabla	Oznaka	N	Min	Max	Srednja vrednost	Standardno odstupanje
Pouzdanost	ZK1	307	1	7	6,04	1,292
Odgovornost	ZK2	307	1	7	6,19	1,258
Sigurnost	ZK3	307	1	7	6,20	1,206
Poverenje	ZK4	307	1	7	6,14	1,113
Interakcija	ZK5	307	1	7	6,13	1,037
Slika brenda	IB1	307	1	7	5,53	1,410
Identitet brenda	IB2	307	1	7	5,82	1,356
Reputacija brenda	IB3	307	1	7	5,78	1,320
Lojalnost brendu	IB4	307	1	7	5,78	1,318
Prepoznatljivost brenda	IB5	307	1	7	5,78	1,364
Profitabilnost	PP1	307	1	7	5,37	1,323
Rast prodaje	PP2	307	1	7	5,47	1,380
Tržišno učešće	PP3	307	1	7	5,32	1,444
Produktivnost	PP4	307	1	7	5,23	1,502
Konkurentnost	PP5	307	1	7	5,49	1,339

Izvor: Istraživanje autora

Rezultati deskriptivne statistike ukazuju na veoma visoke vrednosti analiziranih varijabli, gde su najveće vrednosti ostvarile varijable zadovoljstvo korisnika. Varijable zadovoljstvo korisnika analizirane su kroz pouzdanost, odgovornost, sigurnost poverenje i interakciju koju organizacija uspostavlja sa svojim korisnicima. Najbolje ocenjena varijabla zadovoljstva korisnika je sigurnost, čija vrednost iznosi 6,20. Najslabiju ocenu je dobila varijabla pouzdanost, čija vrednosti iznosi 6,04. Korisnici svoje zadovoljstvo izražavaju, u najvećoj meri, kroz sigurnost proizvoda i usluga koje koriste, i na bazi čega grade svoju lojalnost.

Kada su u pitanju varijable izgradnje brenda, one su posmatrane kroz sliku, identitet i reputaciju brenda, prepoznatljivost na tržištu i lojalnost koju korisnici imaju prema njemu. Najbolje ocenjena varijabla je identitet brenda, čija vrednost iznosi 5,82. Varijabla slika brenda zabeležila je najslabiju vrednost koja iznosi 5,53. Značaj identiteta brenda ogleda se u originalnosti i stvaranju jedinstvenosti koji će brend izdvojiti u moru konkurentskih proizvoda i usluga.

Varijable poslovnih performansi analizirane su kroz profitabilnost organizacije, rast prodaje i tržišno učešće, kao i produktivnost i konkurentnost. Konkurentnost je varijabla koja je zabeležila najveću vrednost kada su u pitanju poslovne performanse i ona iznosi 5,49. Među najslabijom varijablom poslovnih performansi našla je produktivnost, čija vrednost iznosi 5,23. Ostvarivanje konkurentne pozicije predstavlja cilj kojem organizacije teže, a unapređujući svoje poslovanje i bazirajući na kvalitetu teže ka tome da tu poziciju zadrže, ili pak da je unaprede.

Rezultatima korelacione analize utvrđene su statistički značajne vrednosti između analiziranih varijabli, gde su uglavnom zabeležene sve vrednosti veće od 0,3. Kada je u pitanju uticaj varijabli kvaliteta na varijable zadovoljstvo korisnika ukazano je da je statistički zna-

čajna povezanost ostvarena između varijabli angažovanje ljudi na varijablu interakcija čija je vrednost 0,588. Takođe, varijabla procesni pristup je ostvarila jak i pozitivan korelacioni odnos na varijablom interakcija čija je vrednost 0,505. Varijabla menadžment međusobnih odnosa je ostvarila stastički značajan korelacioni odnos sa varijablom pouzdanost, koji iznosi 0,541 i varijablom odgovornost, u vrednosti od 0,521. Najslabiji korelacioni odnos koji iznosi 0,285 i ukazuje na postojanje neznatne povezanosti, uspostavljen je između varijable usredsređenost na korisnika i poverenje.

Korelacioni odnosi između varijabli kvaliteta i varijabli poslovnih performansi pokazali su značajne statističke vrednosti. Najslabije korelacije uspostavila je varijabla usredsređenost na korisnika sa varijablom konkurentnost - 0,283 i varijablom produktivnost - 0,297. Rezultati korelacione analize ukazali su na jake i pozitivne korelacije ostvarene između varijabli profitabilnost sa varijablama kontinuirano poboljšanje - 0,565 i varijablom donošenje odluka na osnovu činjenica - 0,608. Značaj kontinuiranog poboljšanja poslovanja, donošenja odluka na bazi činjenica i izgradnje efikasnih međusobnih odnosa zainteresovanih strana pokazale su unapređenju poslovanja ostvarenim statističkim značajnim korelacionim odnosima sa unapređenjem produktivnosti (0,514; 0,509; 0,517) i povećanjem tržišnog učešća (0,475; 0,535; 0,640).

Kada je u pitanju odnos između varijabli marketing komunikacije i varijabli poslovne performanse, uspostavljene su statistički značajne korelacije koje pokazuju međusobni uticaj. Varijabla profitabilnost osvarila je značajne korelacije sa varijablama ekonomska propaganda (0,521), lična prodaja (0,475) i unapređenje prodaje (0,451), dok je tržišno učešće značajne korelacije ostvarila sa varijablama ekonomska propaganda (0,589) i lična prodaja (0,503). Neznatne korelacije uspostavljene su između varijable događaji i iskustva, čija vrednost iznosi 0,245 i varijable konkurentnost, kao i varijable direktni marketing i varijable produktivnost čija je vrednost korelacije 0,260.

Uticaj varijabli marketing komunikacije na varijable izgradnja brenda je potvrđen ostvarenim statistički značajnim korelacionim odnosima. Podsticanje lojalnosti brendu potvrđeno je uticajem ekonomske propagande (0,445), lične prodaje (0,485) i unapređenja prodaje (0,427). Na prepoznatljivost brenda utiču ekonomska propaganda sa ostvarenom vrednosti korelacije 0,494 i odnosi s javnošću, čija je vrednost 0,462. Varijabla reputacija brenda uspostavila je korelacionu vrednost od 0,453 sa varijablom reputacija brenda čime je ukazano na bitnu povezanost ove dve varijable. Neznatne korelacije zabeležila je varijabla događaji i iskustva sa varijablama identitet brenda, čija vrednosti iznosi 0,205 i reputacija brenda sa ostvarenom vrednosti korelacije od 0,273, što ukazuje na neznatnu povezanost navedenih varijabli.

Na osnovu rezultata korelacione analize i utvrđene međuzavisnosti analiziranih varijabli izvršena je regresiona analiza. Regresionom analizom utvrđen je pojedinačni doprinos nezavisnih varijabli kvaliteta i marketing komunikacija na zavisne varijable zadovoljstvo korisnika, izgradnja brenda i poslovne performanse. Tabela 3 i 4 prikazuju rezultate regresione analize samo za one varijable koje su osvarile statističku značajnost.

Tabela 3: Regresiona analiza uticaja varijabli kvaliteta na varijable zadovoljstvo korisnika i poslovne performanse (uključuje varijable koje su pokazale statističku značajnost)

Zavisne	Nezavisne	β	t	Sig.	R ²	F	Sig.
---------	-----------	---------	---	------	----------------	---	------

ZK1	UK4 UK7	-,301 ,627	-3,128 6,886	,002 ,000	,338	21,771	,000
ZK2	UK7	,491	5,566	,000	,346	22,582	,000
ZK3	UK7	,551	6,190	,000	,275	16,224	,000
ZK4	UK1 UK3	,233 ,388	2,886 4,589	,004 ,000	,438	20,189	,000
ZK5	UK3	,369	5,151	,000	,321	33,337	,000
PP1	UK1 UK5 UK6	,315 ,371 ,469	3,695 4,035 5,036	,000 ,000 ,000	,466	37,253	,000
PP2	UK2 UK6	,293 ,341	3,270 3,104	,001 ,002	,313	19,495	,000
PP3	UK7	,652	7,026	,000	,450	34,923	,000
PP4	UK7	,294	2,841	,005	,370	25,052	,000
PP5	UK2	,452	4,902	,000	,230	12,789	,000

Izvor: Istraživanje autora

Prikazani rezultati regresione analize ukazuju na doprinos varijabli kvaliteta za totali R kvadrat sa varijablama zadovoljstvo korisnika i poslovne performanse. Rezultatima je utvrđeno da su aktivnosti unapređenja kvaliteta najbolji prediktori poverenja korisnika ($R^2=0,438$). To praktično znači da najveći uticaj na poverenje korisnika imaju aktivnosti upravljanja kvalitetom i shodno tome, one objašnjavaju 43,8% varijacija poverenja korisnika. Regresioni model ukazao je da najveći uticaj analiziranih aktivnosti upravljanja kvalitetom ostvaren na profitabilnost ($R^2=0,466$) Samim tim, može se ukazati da profitabilnost poslovanja u najvećoj meri zavisi od adekvatnog sprovođenja aktivnosti upravljanja kvalitetom, pri čemu one objašnjavaju 46,6% varijacija profitabilnosti. Kada je u pitanju pojedinačni doprinos varijabli, rezultati regresione analize ukazuju da su varijable kvaliteta koje su pokazale najveći uticaj na zadovoljstvo korisnika menadžment međusobnih odnosa i angažovanje ljudi. Varijable kvaliteta koje su pokazale najveći uticaj na unapređenje poslovnih performansi su liderstvo, donošenje odluka na bazi činjenica i menadžment međusobnih odnosa.

Tabela 4 prikazuje rezultate regresione analize i pojedinačni doprinos varijabli marketing komunikacija na varijable izgradnja brenda i poslovne performanse, koje su ostvarile statistički značajan uticaj. Regresion model utvrdio je da su varijable marketing komunikacije najbolji prediktori prepoznatljivosti brenda ($R^2=0,321$). To ukazuje da efikasna primena marketing komunikacija u najvećoj meri utiče na izgradnju prepoznatljivosti brenda na tržištu. Marketing komunikacije objašnjavaju 32,1% varijacija prepoznatljivosti brenda. Primena marketing komunikacija najveći uticaj ostvaruje na poslovnu performansu tržišno učešće ($R^2=0,381$). Shodno tome, primena marketing komunikacija najveći uticaj ima na tržišno učešće i ove komunikacije objašnjavaju 38,1% varijacija tržišnog učešća. Regresioni model utvrdio je pojedinačni doprinos analiziranih varijabli marketing komunikacija na varijable izgradnja brenda i poslovne performanse. Rezultati ukazuju da je najveći uticaj na izgradnju brenda ostvaren od strane varijabli lična prodaja i odnosi s javnošću. Kada je u pitanju uticaj varijabli na marketing komunikacije, varijabla ekonomska propaganda je ostvarila najveći uticaj na sve analizirane varijable, osim kada je u pitanju varijabla konkurentnost.

Tabela 4: Regresiona analiza uticaja varijabli marketing komunikacija na varijable izgradnja brenda i poslovne performanse (uključuje varijable koje su pokazale statističku značajnost)

Zavisne	Nezavisne	β	t	Sig.	R ²	F	Sig.
IB1	MK7	,218	2,281	,023	,237	13,294	,000
IB2	MK6	,240	2,387	,018	,199	10,627	,000
IB3	MK5	,293	3,824	,000	,270	15,778	,000
	MK6	,247	2,648	,009			
IB4	MK2	,241	2,528	,012	,299	18,215	,000
IB5	MK2	,249	2,574	,011	,321	20,151	,000
PP1	MK1	,254	2,915	,004	,372	25,257	,000
	MK3	,188	2,843	,005			
	MK7	,249	3,055	,002			
PP2	MK1	,454	4,496	,000	,225	12,373	,000
PP3	MK1	,497	5,256	,000	,381	26,311	,000
PP4	MK1	,519	4,890	,000	,279	16,564	,000
PP5	MK5	,202	2,452	,015	,176	9,121	,000

Izvor: Istraživanje autora

Regresionim modelom izdvojile su se varijable kvaliteta i marketing komunikacije čijim unapređenjem organizacije u velikoj meri mogu da povećaju zadovoljstvo svojih korisnika, izgrade svoj brend na tržištu, a samim tim unaprede poslovne performanse. Svakako da zadovoljstvo korisnika može da se unapredi angažovanjem svih zaposlenih u organizaciji i njihovim usmeravanju ka postizanju kvaliteta kao željenog cilja poslovanja. Odgovornost svih zaposlenih u organizaciji treba da bude stvaranje kvaliteta. Adekvatni međusobni odnosi svih zainteresovanih strana u zadovoljenju potreba i zahteva korisnika utiče na što efikasnije zadovoljenje njihovih potreba. Za efektivan menadžment međusobnih odnosa i vođenje ljudi u organizaciji neophodno je da organizacije imaju razvijeno liderstvo i ljude koji su sposobni da donose odluke zasnovane na informacijama i činjenicama koje proizilaze iz promenljivog i nepredvidivog okruženja. Takvim usmeravanjem poslovanja organizacije streme ka unapređenju svojih poslovnih performansi i sticanju konkurentske prednosti na tržištu. Marketing orijentacija preduzeća i efikasna komunikacija sa potrošačima i okruženjem, pre svega kroz dobro izgrađene odnose sa javnošću, doprinose kreiranju prepoznatljivog brenda na tržištu. Rast tržišnog učešća uslovljen je efikasnom marketing komunikacijom, gde se izdvaja uloga ekonomske propagande, koja se ogleda u slanju poruka potrošačima, u cilju kontinuiranog procesa podsećanja na njihove proizvode i usluge.

Rezultati istraživanja korelacione i regresione analize potvrdili su uticaj kvaliteta i marketing orijentacije na zadovoljstvo korisnika, izgradnju brenda i unapređenje poslovnih performansi. Time je dokazana hipoteza ovog rada. Odnosno, potvrđeno je da unapređenjem kvaliteta i marketing orijentacijom poslovanja omogućuje se veće zadovoljstvo korisnika, uz efikasnu izgradnju brenda, što doprinosi poboljšanju poslovnih performansi. Uz sprovođenje aktivnosti upravljanja kvalitetom i efikasnom primenom marketing komunikacija

organizacija može da unapredi svoje poslovanje, putem izgradnje brenda, povećanjem zadovoljstva korisnika i poboljšanjem poslovnih performansi.

Navedene varijable zadovoljstva korisnika, izgradnja brenda i poslovne performanse posmatrani su kao faktori unapređenja poslovanja i kreiranja konkurentske prednosti na tržištu. Sa tog aspekta izvršena je faktorska analiza. Analizirane varijable su prikladne za faktorsku analizu s obzirom da su uspostavljeni statistički značajni korelacioni odnosi između njih, gde su svi ondosi uspostavili vrednosti veće od 0,3.

Tabela 5: Faktorska analiza varijabli izgradnja brenda, zadovoljstvo korisnika i poslovne performanse

Varijable	Komponente	
	1	2
Produktivnost		,902
Rast prodaje		,897
Tržišno učešće		,757
Profitabilnost		,744
Konkurentnost		,634
Odgovornost	1,028	
Sigurnost	,969	
Pouzdanost	,842	
Poverenje	,775	
Reputacija brenda	,679	
Interakcija	,669	
Identitet brenda	,639	,327
Prepoznatljivost brenda	,626	
Lojalnost brendu	,614	
Slika brenda	,343	,617

Napomena: Kaiser+Mayer-Olkin (KMO) statistic = 0,950, Bartlett's Test of Sphericity=9370,611, df=253, p=0,000

Izvor: Istraživanje autora

Faktorska analiza dala je rezultat koji ukazuje da postoje dve komponente čije su karakteristične vrednosti preko 1. Ove dve komponente objašnjavaju ukupno 72,21% varijabiliteta. Dalja analiza ovih komponenti obuhvatila je primenu Oblimin rotacije. Ova rotacija izvršena je u osam iteracija. Rotiranim rešenjem izdvojile su se dve komponente. Uglavnom su analizirani faktori svoj doprinos dali samo jednoj od dve komponente koje su rezultat Oblimin rotacije.

Prvom komponentom objašnjeno je 63,41% varijanse. Ovu komponentu najbolje opisuju odgovornost i sigurnost, jer su ostvarile najveće faktorske težine. Komponenta 1 je oko sebe okupila faktore izgradnje brenda i zadovoljstva korisnika. Druga komponenta objašnjava 8,79% varijanse, dok je varijabla koja je najbolje opisuje produktivnost. Komponenta dva je oko sebe okupila faktore poslovnih performansi čije su faktorske težine premašile

vrednost od 0,5. Faktori koji su prisutni i u komponenti 1 i u komponenti 2 su identitet i slika brenda.

Korelacija između komponente 1 i 2 pokazala je da između njih postoji velika međuzavisnost, s obzirom da je ostvarena korelaciona vrednost 0,638. Statistički značajna povezanost između navedenih komponenti ukazuje na veliki uticaj izgradnje brenda i zadovoljstva korisnika koji imaju na poslovne performanse organizacije. Smim tim, organizacije koje se odgovorno ponašaju prema svojim potrošačima i koji osećaju sigurnost u proizvode i usluge koje koriste, a pri tome navedeni proizvodi imaju svoj identitet i povoljnu sliku na tržištu, u velikoj meri mogu da unaprede svoje poslovanje, i to kroz produktivnost i rast prodaje. Ovim rezultatima je ukazano da svi napori koji su usmereni na povećanje zadovoljstva korisnika i izgradnju brenda na tržištu dovode do poboljšanja poslovnih performansi, što svakako doprinosi unapređenju poslovanja.

5. ZAKLJUČAK

Prikazano istraživanje u radu potvrdilo je uticaj kvaliteta na zadovoljstvo korisnika i uticaj marketing komunikacija na izgradnju brenda. Pri tome, kvalitet i marketing komunikacije ostvaruju značajne efekte na unapređenje poslovnih performansi. Izgradnjom brenda na tržištu, stvaranjem negovog identiteta i reputacije među konkurentskim proizvodima i obezbeđenjem zadovoljstva korisnika tim brendom, koji mu ostaju lojalni, stvara je osnova za unapređenje poslovnih performansi. Prikazani rezultati istraživanja su potvrdili navedene relacije i odnose čime je cilj istraživanja postignut i hipoteza rada dokazana.

Istraživanje je ukazalo na one aktivnosti upravljanja kvalitetom i integrisanih marketing komunikacija čijim poboljšanjem znatno može da se unapredi zadovoljstvo korisnika i izgradi prepoznatljiv brend na tržištu. Rezultati istraživanja ukazuju da organizacija u znatnoj meri moraju da unprede proces liderstva i efikasnog vođenja ljudi ka ostvarivanju zadatih ciljeva. Uporedo sa tim neophodno i izgraditi dobre odnose sa svim zainteresovanim stranama koje učestvuju u procesu zadovoljenja potreba i zahteva korisnika na tržištu. Odgovornost svih zaposlenih i njihovi napori ka izgradnji kvaliteta treba da budu osnova poslovanja koje samo uz kontinuirana poboljšanja može da bude konkurentno na tržištu. Svoju konkurentsku poziciju organizacije treba da grade na pravovremenim informacijama na bazi kojih će da donose svoje poslovne odluke, shodno potrebama promenljivog okruženja u kojem posluju. Takođe, na prepoznatljivost svog brenda u najvećoj meri doprinose sprovođenje efikasnih aktivnosti ekonomske propagande, lične prodaje i odnosa s javnošću, kao bitnog faktora izgradnje dobre slike u javnosti.

Doprinos istraživanja ogleda se u pružanju znanja menadžerima preduzeća u kom smeru treba da idu kako bi unapredili poslovanje svoje organizacije. Odnosno, koje su to aktivnosti upravljanja kvalitetom i sredstva marketing komunikacije koja u značajnoj meri mogu da utiču na unapređenje poslovnih performansi organizacije, putem poboljšanja zadovoljstva korisnika i izgradnjom brenda na tržištu. Navedeni rezultati istraživanja mogu da posluže i kao osnova za neka buduća istraživanja koja bi produbila ovu temu u pravcu unapređenja onih aktivnosti upravljanja kvalitetom i marketing komunikacije koje su se ovim istraživanjem pokazale kao ključne.

LITERATURA

- Agyapong, G. K. (2011): "The effect of service quality on customer satisfaction in the utility industry-A case of Vodafone (Ghana). ", *International Journal of Business and management*, 6(5), 203-210.
- Ahmed, Z., Rizwan, M., Ahmad, M., Haq, M. (2014): "Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur", *Journal of Sociological Research*, 5(1), 306-326.
- Amiri, N. S., Dastourian, B., Foroudi, P., Nankali, A. (2017): "Information technology directors' efforts on innovation, integrated marketing communications and brand equity", *The Bottom Line*, 30(4), 297-309.
- Baidya, M., Maity, B. (2010): "Effectiveness of integrated marketing communication: empirical analysis of two brands in India", *Journal of Indian Business Research* 2(1), 23-31.
- Bastos, J.A.R., Gallego, P.M. (2008): "Pharmacies Customer Satisfaction and Loyalty: A Framework Analysis. *Journal of Marketing*", *Universidad de Salamanca*, 01 (08) 1-30.
- Blut, M., Chowdhry, N., Mittal, V., Brock, C. (2015): "E-service quality: A meta-analytic review", *Journal of retailing*, 91(4), 679-700.
- Buil, I., Martínez, E., De Chernatony, L. (2013): "The influence of brand equity on consumer responses", *Journal of consumer marketing*. 30(1), 62-74.
- Chang, M.K., Cheung, W., Tang, M. (2013): "Building trust online: interactions among trust building mechanisms", *Information & management*, 50(7), 439-445.
- Chai, K.H; Ding, Y., Xing, Y. (2009): "Quality and Customer Satisfaction Spillovers in the Mobile Phone Industry", *Service Science*, 1(2), pp.93-106
- Chitty, B., Ward, S. Chua, C. (2007): "An Application of the ECSI Model as a Predictor of Satisfaction and Loyalty for Backpacker Hostels", *Marketing Intelligence & Planning*, 25, 563-580.
- Chu, P., Lee, G., Chao, Y. (2012): "Service quality, customer satisfaction, customer trust, and loyalty in a banking context", *Social Behavior and Personality*, 40(8), 1271-1284.
- Cooil, B., Keiningham, T. L., Aksoy, L., Hsu, M. (2007): "A longitudinal analysis of customer satisfaction and share of wallet: Investigating the moderating effect of customer characteristics", *Journal of marketing*, 71(1), 67-83.
- Cvjetković, M., Djordjević, D., Čočkalović, D. (2017): "Influence of knowledge and quality on business performance of companies in Serbia", *Tehnički vjesnik*, 24(3), 847-853.
- Damarjati, I. H., Kusumawati, A., Mawardi, M. K. (2016): "The influence of integrated marketing communication (IMC) on brand equity and purchase decision" (survey on indosat - M3 customers among members of unit Aktivitas band Universitas Brawijaya class of 2014), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34(1), 29-37.
- Fening, F. A. (2012): "Impact of quality management practices on the performance and growth of small and medium sized enterprises (SMEs) in Ghana", *International Journal of Business and Social Science*, 3(13). 1-13.
- Hänninen, N., Karjaluoto, H. (2017): "The effect of marketing communication on business relationship loyalty", *Marketing Intelligence and Planning*, 35 (4), 458-472.

- Kheng, L. L., Mahamad, O., Ramayah, T. (2010): "The impact of service quality on customer loyalty: A study of banks in Penang, Malaysia", *International journal of marketing studies*, 2(2), 57.
- Keller, K.L. (2009): "Building strong brands in a modern marketing communications environment", *Journal of Marketing Communications* 15 (2/3), 139-155.
- Kerr, G., Drennan, J. (2010): "Same but different - perceptions of integrated market-in-communications among marketing communication partners in Australia", *Journal of Promotion Management*, 16 (1), 6-24.
- Kitchen, P.J., Schultz, D.E. (2009): "IMC: New horizon/false dawn for a marketplace in turmoil?" *Journal of marketing communications*, 15(2-3), 197-204.
- Luxton, S., Reid, M., Mavondo, F. (2015): "Integrated marketing communication capability and brand performance", *Journal of Advertising*, 44(1), 37-46.
- Milovanović, S., Lukinović, M., Baltezarević, R. (2018): "Lični brend i integrisano marketing komuniciranje", *Megatrend Review*, 15 (1), 177-186.
- Pan, Y., Sheng, S., Xie, F.T. (2012): "Antecedents of customer loyalty: An empirical synthesis and re-examination", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 150-158.
- Ramanathan, U., Subramanian, N., Parrott, G. (2017); "Role of social media in retail network operations and marketing to enhance customer satisfaction", *International Journal of Operations & Production Management*, 1-25.
- Rasheed, F.A., Abadi, M.F. (2014): "Impact of service quality, trust and perceived value on customer loyalty in Malaysia services industries", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 164, 298-304.
- Saleem, H., Raja, N. S. (2014): "The impact of service quality on customer satisfaction, customer loyalty and brand image: Evidence from hotel industry of Pakistan", *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19(5), 706-711.
- Saleem, M.A., Zahra, S., Yaseen, A. (2017): "Impact of service quality and trust on repurchase intentions - the case of Pakistan airline industry", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(5), 1136-1159.
- Sharma, A. (2007): "The metrics of relationships: Measuring satisfaction, loyalty and profitability of relational customers", *Journal of Relationship Marketing*, 6(2), 33-50.
- Slotegraaf, R. J., Pauwels, K. (2008): "The impact of brand equity and innovation on the long-term effectiveness of promotions", *Journal of Marketing Research*, 45(3), 293-306.
- Suchánek, P., Richter, J., Králová, M. (2015): "Customer satisfaction, product quality and performance of companies", *Review of economic perspectives*, 14(4), 329-344.
- USAID-ov Projekat saradnje za ekonomski razvoj. (2019). Anketa 1000 preduzeća.

Milena Cvjetković
Milovan Cvjetković
Marija Kalinić

doi: 10.5937/MegRev2203341C
005.6
DOI: 10.5937/MegRev2203341C
Primljen 14.04.21.
Odobren 20.04.2021.
Originalni naučni rad

QUALITY AND MARKETING ORIENTATION IN THE FUNCTION OF BRAND BUILDING, CUSTOMER SATISFACTION AND BUSINESS IMPROVEMENT

Summary: *The paper deals with the analysis and role of integrated marketing communications, supported by modern information and communication technologies, in building a brand and improving the business performance of organizations. Marketing orientation enables brand recognition on the market, while for consumer loyalty to a given brand, it is necessary to provide the desired level of quality. Correlation analysis determined the existence of the influence of quality on increasing customer satisfaction. In addition, statistically significant relationships were found between marketing communication and brand building, indicating their interdependence. The results of the correlation analysis show that there is an important correlation between quality and marketing communication to improve the business performance of the organization. Regression analysis found that quality has the greatest impact on customer confidence and improving business profitability, with quality management activities that have had the greatest impact are relationship management, people engagement, leadership and fact-based decision making. The results of the regression model pointed out that marketing communication contributes the most to creating brand recognition in the market and achieving greater market share, with the greatest contribution being made by economic propaganda, personal sales and public relations. Variables of quality and marketing communications have been shown to influence the variables of brand building, customer satisfaction and business performance, which are also factors in business improvement. Factor analysis determined the existence of two components, with one component bringing together the factors of brand building and customer satisfaction, while the other component brought together the factors of business performance. A statistically significant association was established between these two components. The aim of this research is to point out the importance of continuous quality improvement as a factor in increasing customer satisfaction, but also the importance of marketing communications in building a brand. Effective brand building in the market and satisfied and loyal customers are a prerequisite for improvement business by improving the business performance of the organization.*

Key words: *quality, marketing communications, brand, customer satisfaction, business performance.*

OGLEDI STRATEGIJE LOBIRANJA KAO MOGUĆEG ODGOVORA NA AMORTIZOVANJE AKTIVNOG POLITIČKOG RIZIKA U POSLOVANJU KOMPANIJE

Apstrakt: Polazna tačka ovog rada data je kroz problematiku uočenu u delu ekonomsko-političkog poslovanja jedne kompanije. Svaka kompanija se tokom obavljanja privredne delatnosti suočava sa različitim vrstama rizika. Jedan od takvih rizika jeste i politički rizik, koji se može odraziti na kompaniju i njeno poslovanje u državi, ali i na globalnom nivou. Koncept rada jeste prikaz tematskog proučavanja pojma političkog rizika ograničenog u kontekstu ekonomsko-političke dimenzije na poslovno okruženje u kome se odvija poslovanje jedne kompanije. Na tom polju pritisak u vidu određenosti političkih rizika na poslovanje kompanije jeste višestruk, a upravljanje rizikom podrazumeva razne mere i aktivnosti koje potencijalno mogu smanjiti njegov uticaj. U tom kontekstu smatramo da lobiranje kao realan strategijski model, potencijalno može odgovarati na političke rizike u poslovanju. Osnova lobiranja proizilazi iz uticaja na donosioca političkih odluka u procesu donošenja raznih propisa iz domena ekonomskog poslovanja, a u perspektivi ispoljava određen stepen zadovoljenja kompanije, kao i potencijalno smanjenje političkog rizika. Autor pokušava da teorijskim pristupom sadržaju objasni strateški pristup lobiranja kao jednog od odgovora na obesnaženje političkog rizika poslovanja kompanije pre neke ekonomske investicije.

Ključne reči: rizik-neizvesnost, politički rizik, upravljanje političkim rizikom, investiranje, lobiranje, Srbija

* Master politikolog Danijel Sporea, student na Specijalističkom programu inovacija znanja – studijski program: Terorizam i organizovani kriminal, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu, daniel.sporea@gmail.com

1. UVOD

Sve veće prihvatanje liberalnog kapitalizma i tržišne ekonomije kao modela za razvoj društva i privrede sa jedne strane podrazumeva prihvatanje određenog dela rizika u poslovanju. Zbog ovakvih okolnosti i sve veće tržišne konkurentnosti današnje poslovanje postaje sve dinamičnije i sve rizičnije, i to u svakoj delatnosti. Upravo zato upoznavanje kompanija sa raznim vrstama rizika, a naročito sa političkim rizikom predstavlja dobru strategiju menadžmenta čiji je cilj pronalaženje adekvatnih rešenja za političke i druge rizike u poslovanju. U tom kontekstu, pre nego što se izvrši neka ekonomska investicija koja dovodi do profita, potrebno je izvršiti jednu vrstupredviđanja svih mogućih rizika koji mogu biti izazvani neekonomskim faktorima (poput birokratije, neizvesnosti zakona i administrativnih postupaka i drugo)¹.

S tim da se rizik mora uzeti u obzir i da predstavlja neminovnost u poslovanju, saglasna je Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD), koja je ukazala na drugu stranu rizika, koja je podložna promeni. Naime, ova organizacija je upravljanje rizika definisala kao „postupak evaluacije alternativnih regulatornih i neregulatornih odgovora na rizik i odabir među njima”, što pojmu rizika daje mogućnost da se njime ovlada².

Polazeći od opšteprihvaćenog modela iznetog u određenim stručnim građama u kojima je praćenje rizika i upravljanje njime koncipirano kroz tri faze (1. Izbegavanje rizika; 2. Osiguranje rizika; 3. Aktivno upravljanje rizikom)³, akcenat na poslednjoj fazi daje nam osnovu na kojoj ćemo graditi svoj rad. Kako je ova tema prilično obimna, a imamo ograničen prostor, nemoguće je proći kroz sve aspekte iako bi jedna opširna analiza odgovarala datoj temi. Nastojaćemo da uprkos ograničenju treće faze uspostavimo sledeću pretpostavku: kompanije, pre nego što investiraju, bilo da je reč o domaćoj ili inostranoj investiciji, odluke o investiranju moraju podvrgnuti detaljnoj analizi izloženosti političkim rizicima, kao i da izaberu odgovarajuću strategiju upravljanja pomenutim rizicima. Na osnovu proučavanja teorijskog pristupa o definisanosti političkog rizika, ali i aktivnog delovanja na privredno poslovanje kompanije radi upravljanja njime, čije posledice vidimo kroz razne načine potencijalnog umanjavanja, smatramo da lobiranje kao metod kojim će se umanjiti izloženost riziku za kompaniju u jednoj dugoročnoj perspektivi može odlikovati ekonomsku efektivnost⁴.

Ovakav model po svojim karakteristikama može biti predmet interesovanja onih kompanija koje posluju u Srbiji radi stvaranja određenog investicionog projekta. Takođe, ovakva

¹ Weber, M. (1968): *Economy and society*, Bedminster Press Incorporated, New York.

² Glossary of Environment Statistics. (1997): *Studies in Methods*. Series F, No 67, United Nations, New York, <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=2361> (Pristupljeno: 23. 02. 2021).

³ Na osnovu opšteprihvaćenog modela „Upravljanja političkim i socijalnim rizikom”, posmatranog kroz 4 faze (1. Identifikovanje rizika, 2. Merenje izloženosti riziku, 3. Praćenje i upravljanje rizikom i 4. Analiza i revizija) pokušaćemo da na osnovu 3. faze, koja se odnosi na praćenje i upravljanje rizikom, izgradimo ovaj rad. Ovaj korak podrazumeva „skup mera i aktivnosti koji su usmerene na bolje uklapanje kompanije u inostranu sredinu”. Polazeći od ovoga, autori grupišu ove mere u 4 grupe: 1. Izbor forme i način finansiranja investicije; 2. Društveno odgovorno ponašanje; 3. Stimulisanje lokalne ekonomije; 4. Politička neutralnost i diskretno lobiranje. Rakita, B., Marković, D. (2010): „Upravljanje socio-političkim rizikom, lokalizacijom poslovanja i marketinga u inostranstvu”, *Ekonomске teme*, XLVIII- 1, 41–57.

⁴ Rasfoiesc. (2014): *Metode de controlare a riscului de tara*, <http://www.rasfoiesc.com/business/economie/METODE-DE-CONTROLARE-A-RISCVLU72.php> (Pristupljeno 15. 01. 2021).

strategija, posmatrana iz aktuelne vremenske pozicije privrednog poslovnog sistema u Srbiji, kompanijama koje žele da investiraju u nju (budući da je lobiranje kao delatnost u Srbiji konačno doživelo svoju zakonsko-pravnu regulativnost 2019. godine u vidu Zakona o lobiranju) može biti produktivna jer bi zadovoljila, a ujedno i umanjila stepen političkog rizika njihovim potencijalnim interesima. Lobiranje, kao aktivna delatnost sa svim svojim adutima, predstavlja respektabilnu pojavu u demokratsko stabilnim i razvijenim industrijskim državama. Njegova osnova uokvirena zakonskom regulativom i pravnim normama daje interesnim grupama, kao zastupnicima interesa, priliku da promovišu ili zaštite određene interese onih koji ih zastupaju, kao i legitimnost da utiču na donosiocce određenih političkih odluka. Otuda ovakva delatnost u razvijenom industrijskom društvu posmatrana sa realne ekonomske distance šireg korporativnog sistema poslovanja za mnoge interesne organizacije predstavlja odvažnu strategijsku opciju.

Naposletku, kroz rad ćemo jednom deskriptivnom metodom pokušati da lobiranje, s aspekta ekonomskog i političkog delovanja, nastalo u zoni uočenog problema, približimo području kontrolisanja ili umanjavanja političkog rizika s kojima se u poslovanju suočavaju kompanije ili preduzeća, kao strateški odgovor u jednoj perspektivnoj razmeri.

2. OSNOVNI OKVIR PRIKAZA (POLITIČKOG) RIZIKA

Davanje konceptualnog pojašnjenja političkog rizika zahteva jednu detaljnu analizu ne samo strukturnog poimanja nego treba uzeti u obzir i različite promenljive i okolnosti kada se pristupa njegovom proučavanju i predmetnoj analizi. U određenom smislu, politički rizik je deo rizika zemlje i kao takav zahteva jedno duboko poznavanje izvora, aktera i potencijalnih efekata pomenutog rizika. Uklješten u društvenu sferu, kao oblik društvenog rizika koji proizlazi iz političkog delovanja pod određenim uslovima i situacijama, može se pripisati delovanju nevladinih organizacija. Ovakvi primeri uključuju nasilje, revolucije, državni udar, građanske ratove, etničke ili verske sukobe, terorizam, štrajkove, nacionalni bojkot firmi i druge oblike u delu industrijskih protesta⁵. Uzimajući u obzir da politički rizici proizilaze iz vladinih i društvenih izvora⁶ i kao takvi, posmatrani iz perspektive političkih događaja, mogu negativno uticati na poslovanje jedne kompanije, bilo da se radi o kompaniji koja posluje u nacionalnim okvirima ili na međunarodnom tržištu. Međutim, politički rizik je dosta povezan s političkom klimom i uslovima zemlje, a to za kompaniju koja želi da investira u najavi znači jednuneizvesnost u vezi sa njenom profitabilnošću⁷, jer posledično može uticati na njen kapital ili profit⁸. No, takođe je termin „politički rizik” povezan sa mešanjem vlade u poslovanje kompanije. Upravo ovakva konstatacija uvodi nas u polje definicije političkog

⁵ Ting, W. (1988): *Multinational risk assessment and management. Strategies for investment and marketing decisions*, CT Quorum Books, Westport.

⁶ *Ibid.* 16.

⁷ Aharoni, Y. (1996): *The foreign investment decision process*, Harvard University Press, Boston.

⁸ Kobrin, Stephen J. (1978): *Political risk: a review and reconsideration*, Working paper Alfred P. Sloan school of Management, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, Massachusetts.

rizika, u kome većina autora, poput Karlsona (*Sunne Carlson*)⁹, Grina (*Mark K. Greene*)¹⁰ i drugih, definišu politički rizik kao mešanje vlade ili države u poslovanje. Takođe, treba spomenuti odnos političkog rizika prema neizvesnom i nestabilnom okruženju, u kome autor Robok (*Steely H. Robock*) ukazuje da se politički rizik teško može predvideti u poslovnom okruženju i kada proizilazi iz političkih promena¹¹. No, za Vagnera (*Daniel Wagner*)¹² politički rizici povezani su s političkom nestabilnošću i nastaju u momentima nakon borbe za vlast, zatim sukoba za nasledstvo vlade ili pak u slučajevima nereda koji izaziva masa zbog loših socijalnih uslova. Primer imamo u Turskoj kada je industrija proizvođača alkohola bila pogođena novim merama nakon dolaska na vlast Partije pravde i razvoja (*Adalet ve Kalkinma Partisi – AKP*). Vlada koju je predvodio Redžep Tajip Erdogan (*Recep Tayyip Erdoğan*) povećala je poreze na alkoholna pića. Danska kompanija „Tuborg-Carlsberg”, koja je na turskom tržištu još od 1967. godine, zbog ovakvih poteza koji su smanjili profitnu maržu na nulu, odlučila je da akcije kompanije u iznosu od 95,65% proda izraelskoj kompaniji (*Israel Beer Breweries CBC Group*) i time „Carlsberg” postaje partner kompanijama u Izraelu i Rumuniji¹³. Politička nestabilnost se najčešće javlja u kriznim vremenima bez obzira na uzrok njene prirode. Većina autora pravi razliku između ove dve pojave (političkog rizika i političke nestabilnosti), međutim, Kobrin smatra da realnost jeste da se nikada ne može potpuno potvrditi stvaran uticaj političke nestabilnosti naspram političkog rizika radi izgradnje adekvatnog i prihvatljivog modela¹⁴. Štaviše, postoje situacije kada kompanije profitiraju od političke nestabilnosti¹⁵. Pad komunizma u istočnoj Evropi pogodovao je austrijskim i italijanskim bankama, koje su uvidele potencijalne poslovne mogućnosti uprkos izazovu od povećanog rizika u datom regionu¹⁶.

Naposletku, možemo uočiti da je danas politički rizik višedimenzionalni fenomen¹⁷, što se može potvrditi definicijom koju je dao Molano, u kojoj ističe da se „politički rizik može definisati kao čitav spektar aktivnosti delovanja u političkom i socijalnom okruženju koji može uticati na vlasništvo, profit ili na tržište aktera”¹⁸.

Iz svega ovoga možemo zaključiti da se političkom riziku često pristupa s aspekta aktivnosti vlada (i/ili njihovih agencija), čije odluke, politike, ukazi, a i presude stvaraju ishode

⁹ Carlson, S. (1969): *International Financial Decisions*, The Institut of Business Studies, Uppsala.

¹⁰ Greene, Mark K. (1974): “The Management of Political Risk”, *Bests Review* No 75, 71–74.

¹¹ Robock, Steely H. (1971): “Political risk: Identification and assessment”, *Columbia Journal of World Business* No 6 -4, 6-20.

¹² Wagner, D. (2012): *Managing Country Risk: A Practitioner’s Guide to Effective Cross-Border Risk Analysis*. Productivity Press.

¹³ Alistari, C. (2008): “Vălul turcesc”, *Money Express* No60 -27, 8–14.

¹⁴ Kobrin, Stephen J. (1978), 41–43.

¹⁵ García, Canal E., Mauro, Guillén F. (2008): “Risk and the Strategy of Foreign Location Choice in Regulated Industries”, *Strategic Management Journal* No 8- 29, 1097–1115.

¹⁶ Iftinchi, V. (2018): “Definirea Riscului Politic în Afacerile Internaționale”, *Working papers CCREI* No 9/ Martie, Academia de Studii Economice, Facultatea de Relații Economice Internaționale, București.

¹⁷ Jakobsen, J. (2010): “Old problems remain, new ones crop up: Political risk in the 21st Century”, *Business Horizons* No 53, 481–490.

¹⁸ Molano, W. (2008): *Approaches to Political Risk Analysis*, in: *Political Risk Assessment: Concept, Method and Management*, The PRS Group, Inc., 18.

koji iskrivljaju, utiču, menjaju ili negativno utiču na interese zainteresovanih strana (ekonomskih i neekonomskih aktera). Promene koje nastaju delovanjem bilo kojih političkih parametara u domenu ekonomskog poslovanja posledično ostavljaju trag zainteresovanim stranama na pogođenom političkom području, što okvirno pripada i može se usko definisati kao politički rizik. To u ovom kontekstu pripada delu funkcije vladine aktivnosti i/ili neaktivnosti radi sprovođenja željene promene politike, koje ujedno otvaraju prostor identifikovanom problemu koji podjednako doživljavaju društva u razvoju ili ona razvijena. To je oblik političkog rizika koji je uobičajeno povezan s proučavanjem javne politike i oko kojeg se javljaju široke aktivnosti, među kojima su i lobiranja poslovnih organizacija od strane posebnih interesnih grupa, kao konstruktori dela tih politika. Njihov doprinos u rešavanju ovakve vrste problema u kome je kao oblik viđen politički rizik, proširuju se na jednu dimenziju u kojoj razne korporacije korišćenjem lobističkih usluga mogu stvarati povoljnu situaciju i relaksiran ambijent zbog pritiska nepovoljne javne politike. Da se lobistička aktivnost u ovoj sferi naširoko primenjuje, pokazuju podaci da se samo u Sjedinjenim Američkim Državama procenjuje da se za aktivnosti korporativnog lobiranja potroši gotovo 30 milijardi američkih dolara godišnje. Takođe, zaposleno je oko 16.000 stalnih lobista u Vašingtonu. Isto tako, ovakve aktivnosti prisutne su i u Evropi, gde su u sedištu Evropske unije u Briselu mnogobrojni legitimni lobisti u službi mnogih korporacija, njihovih klijenata i rade za njihove interese¹⁹. Ovakva predanost lobista u delu lobističke aktivnosti rezultat je njenog postojanja i znači promenu u sferi političkog okruženja i njegove osetljivosti u polju politike ekonomskog poslovanja jedne kompanije. Ovo svedoči o prihvatanju i razumevanju političkog rizika nastalog zbog promene javne politike ili neaktivnosti same politike.

3. TEORIJSKI PRIKAZ POJMA „LOBIRANJE”

Na samom početku ovog rada pokušali smo da jednom deskriptivnom metodom prikazemo politički rizik i njegove karakteristike u ekonomsko-političkom domenu. Problem ovakve vrste rizika pojavljuje se u ekonomskom poslovanju neke kompanije ili preduzeća, gde se kao mogućnost njegovog umanjenja ili stavljanja pod kontrolu u procesu njegovim upravljanjem vidi strategija lobiranja, što je pokušaj i mogućnost njegove amortizacije radi interesa kompanije. Stoga ćemo u samom uvodu nastojati da jednim osnovnim prikazom teorijske sadržine pojma i osobina lobiranja objasnimo njegovu strukturalnu koncepciju u primeni.

Fenomen lobiranja kao pojava ima drevnu istoriju. Bio je poznat Grcima, kao i Rimljanima, koji su razmenjivali političke informacije ispred aleje Senata. Poreklo izraza „lobi” potiče iz srednjovekovnog latinskog *laubia*, što znači „loža” ili „predvorje”. U poređenju s modernim demokratijama, fenomen lobiranja se oblikovao u Sjedinjenim Američkim Državama kao produženje prava koja proizilaze iz Prvog amandmana američkog ustava. Neki veruju da njegova primena datira iz vremena Abrahama Linkolna (*Abraham Lincoln*), kada su stranke poslovne interesne grupe pokušavale da utiču na članove Kongresa u predvorji-

¹⁹ Jarvis, Darryl S. L. (2008): *Conceptualizing, Analyzing and Measuring Political Risk: The Evolution of Theory and Method*, School of Public Policy, National University of Singapore, Lee Kuan Yew, 6–7.

ma kongresne zgrade. Otad je lobi u Vašingtonu (fenomen poznat pod nazivom „K Street”) počeo da se oblikuje kao politički faktor ²⁰.

Lobiranje se može definisati kao „organizovano delovanje pojedinaca i interesnih grupa kojim se utiče na odluke predstavnika zakonodavne i izvršne vlasti, a čiji je cilj da se promovišu i zaštite određeni legitimni interesi, koje ti pojedinci i grupe zastupaju ili predstavljaju”²¹.

Lobiranje kao aktivnost, iako relativno dovoljno poznato široj javnosti, ipak kao pojam postaje dosta neshvaćeno u svom suštinskom obliku, pa za mnoge ovakva pojava nosi jednu dozu predostrožnosti. Usvojena i praktikovana kao savremena delatnost u kojoj jedna profesija deluje u jednoj pravno-legitimnoj i zakonskoj osnovi demokratskog i pluralističkog sistema, svrsishodno nastaje i daje konstruktivan doprinos povećanju odgovornosti vlade radi većeg učešća građana i pojedinaca na uticaj političke odluke. Od prihvaćenog argumenta da je lobiranje u jednoj demokratskoj državi ostvarljivo pravo svakog građanina ili društva da zarad sopstvenih interesa iskoristi tu mogućnost u vidu lobističkih usluga, ono postaje instrument za ostvarivanje njihovih interesa²². Sve do poznate fraze da je „ceo svet to radio, radi i da će raditi” ²³, lobiranje postaje prihvatljiv fenomen u demokratsko-ekonomsko razvijenom sistemu, dok je suzdržano i manje-više u neformalnom obliku prihvatljivo u autoritarnim zemljama. Razlog ovakvom pristupu lobiranju u određenim zemljama posmatra se kroz prizmu različitog nivoa socioekonomskog razvoja države i društva. Zemlje zapadne hemisfere s visokim stepenom ekonomskog razvoja i konsolidovane demokratije lobiranje prihvataju kao legitiman demokratski instrument koji ima sposobnost da utiče na kreatore javne politike u procesu donošenja konkretnih odluka. Sa druge strane, zemlje slabije ekonomske razvijenosti i upitne demokratije, kao i društva u razvoju, zbog umanjene slike o kulturi lobiranja još uvek razmišljaju o ovom fenomenu.

Naposletku, lobiranje je suštinski deo zakonodavstva i procesa donošenja ne samo političkih, ekonomskih nego i širih društvenih odluka. Iako su u nekim kulturama njegova spoznaja i implementnost tražile jedno izvesno vreme za prihvatanje i zakonsku percipiranost, ipak je ova delatnost u poslednje vreme u takvim društvima prihvaćena kao alternativa s pozitivnim ishodom.

Lobiranje je u našem okruženju u većini zemalja poput Mađarske, Slovenije, Severne Makedonije, Crne Gore prihvaćeno i zakonski regulisano kroz poseban zakon o lobiranju, osim u Hrvatskoj, gde postoji „etički kodeks” i na osnovu toga je formirano „Hrvatsko društvo lobista”. Zemlje koje pokazuju zainteresovanost za regulisanje ove delatnosti u zakonskim okvirima jesu Rumunija, Bugarska, Češka, Ukrajina. Međutim, u nekim zemljama, iako je ova delatnost kao aktivnost i profesija opšteprihvaćena, ipak nije uokvirena zakonskom regulativom. Jedan od razloga zašto ova oblast nije pravno regulisana uočava se u prihvatanju opštih moralnih načela poslovanja i razvijenoj svesti o određenim pravilima i ponašanjima

²⁰ Geiger, A. (2006): *EU Lobbying handbook. A guide to modern participation in Brussels*, Helios Media GmbH, Berlin, 13.

²¹ Golubović, D. (2009): *Zagovaranje i lobiranje u parlamentu i organima izvršne vlasti: Usporedna iskustva i preporuke za Srbiju*, Program Ujedinjenih nacija za razvoj – UNDP, Beograd.

²² O'Connor, B. (1997): *Some Basic Ideas on Decision Making and Lobbying in the European Union*, Serie Impresa e Istituzione, Liuc Papers, 15.

²³ Clamen, M. (2005): *Manuel de Lobbying*, Dunod, Paris, 15.

koji dominiraju u svetu *biznisa*. Upravo zato su pojedine zemlje lobiranje regulisale „etičkim kodeksom” ponašanja pomenutih aktera, dok su neke države, kao što su Danska, Francuska, Nemačka, Velika Britanija, tu oblast regulisale vladinim uredbama ili drugim značajnim pravilnicima²⁴. Takođe, ova delatnost se uveliko primenjuje u samoj instituciji Evropske unije, gde je Evropska komisija i Evropski parlament uveliko podržavaju i primenjuju. Sa stano- višta Evropske unije, lobiranje je definisano kao bilo koja aktivnost koja se sprovodi direktno ili indirektno sa svrhom da utiče na politiku odlučivanja unutar institucija EU radi primene i razvoja određene politike, bez obzira na nivo i oblike kanala komunikacija²⁵. Zemlje poput Mađarske i Poljske su takođe ovu oblast regulisale u zakonskoj formi i ističu da lobiranje podrazumeva svaku pravnu radnju koja promoviše ili zastupa interese trećeg lica i ima nameru da izvrši uticaj na delovanje zakonodavne i izvršne vlasti prilikom donošenja konačnih odluka radi ostvarivanja interesa koji su ekonomsko-poslovnog karaktera²⁶. Zakon o lobiranju u Srbiji je definisan kao „aktivnost kojom se vrši uticaj na organe Republike Srbije, autonomne pokrajine i jedinice lokalne samouprave, organe imalaca javnih ovlašćenja, čiji je osnivač Republika Srbija, autonomna pokrajina, odnosno jedinica lokalne samouprave, u postupku donošenja zakona, drugih propisa i opštih akata, iz nadležnosti tih organa vlasti, radi ostvarivanja interesa korisnika lobiranja, u skladu sa zakonom”²⁷. Nadalje, ovaj zakon, osim suštinske i opšteprihvaćene definicije o delatnosti lobiranja, definiše i ostale neophodne uslove, kao i način obavljanja lobiranja, poput registra i pravila značajnih za obavljanje ove delatnosti.

Videli smo da je u većini zemalja gde je prethodno postojala jedna centralizovana i plan- ski dirigovana ekonomija pod uticajem jednopartijskog sistema postalo neophodno da se lobiranje reguliše i uokviri zakonom. Razlog ovome delom možemo tražiti upravo u slabim i gotovo nerazvijenim segmentima tržišne privrede koji su se morali harmonizovati sa ne- oliberalnom paradigmom novog poslovanja i pravilima igre na slobodnom tržišnom nebu.

4. STRATEGIJE I TAKTIKE LOBIRANJA KAO PRISTUPNE METODE DELOVANJA TOKOM LOBIRANJA ZA KOMPANIJE (PREDUZEĆA)

Svaka kompanija, organizacija ili drugi segment društvene zajednice teži da svoje inte- rese realizuje tamo gde se nerado suočava s različitim faktorima koji deluju ili su deo poslov- nog okruženja. Da bi postigle svoje ciljeve, one moraju da se snalaze u svom okruženju, da znaju i prepoznaju pravila i druge procedure koje postaju poznate i moguće ih je predvideti. Stoga lobiranje, kao koristan instrument, postaje dobra vodilja u smeru postizanja ciljeva, a češći konstruktivan potez između više učesnika na ekonomsko-političkoj sceni jedne dr- žave. Za preduzeća ovakav vid aktivnosti, u kome se može posmatrati i kroz prizmu učešća

²⁴ Kalniņš, V. (2011): *Transparency in Lobbying: Comparative Review of Existing and Emerging Regulatory Regimes*, The Centre for Public Policy Providus, Policy Association for an Open Society- PASOS, Local Gov- ernment and Public Service Reform Initiative (LGI), Open Society Foundations, 3–4.

²⁵ Tanasescu, S, *et al.* (2015): *Lobby in România vs. Lobby in EU*, Institutul European din ROMÂNIA, Bucur- esti, 38.

²⁶ *Ibid.* 44-46.

²⁷ Zakon o lobiranju Republike Srbije. (2019), *Službeni glasnik Republike Srbije*, br. 87/2018 i 86/2019 – dr. za- kon, čl. 2.

preduzeća u kreiranju i razvoju javnih politika, predstavlja dobar strateški potez, jer potencijalno može uticati na politički rizik i ovim putem ga umanjiti ili kontrolisati pod određenim uslovima. Strategije i taktike lobiranja pomoću kojih preduzeće može intervenisati usred javnih vlasti su višestruke, pragmatične i evolutivne. Mnogobrojni parametri koji odlikuju ili pripadaju celokupnom delu sistema preduzeća i njegove aktivnosti, kao i vrsta problema s kojim se preduzeće suočava umnogome će uticati na uspostavljanje strategije lobiranja, ali i na izbor taktike i identifikovanje ciljeva koji će se koristiti u postizanju pozitivnog rezultata, odnosno uticati na vladinu odluku²⁸.

Odnos komunikacijskog kanala uspostavljen između preduzeća i javnih vlasti radi postizanja odgovarajućih rešenja koja su plod uzajamnog interesa otvara prostor za aktivnost koja će doprineti ovom procesu. U tom kontekstu lobiranje kao aktivnost postaje spona preduzeća i države. Lobiranje kao aktivnost prepoznaje lobistu ili agenciju kao učesnike u procesu realizacije ove delatnosti. Lobista kao poznavalac aktuelne situacije mora biti u stanju da razume problem s kojim se suočava kompanija, ali i da pokaže izuzetan stepen domišljatosti u pogledu zauzimanja konkretnih stavova. Na primer, ako lobista mora da predstavlja duvansko preduzeće, on bi tada trebalo da izbegava sve rasprave o javnom zdravlju kako bi stvorio neku vrstu dinamike o tome kako se preduzeće pokazalo kao istinska socijalna agenda, koja razume i prepoznaje onaj deo koji stvara lošu sliku o upotrebi ovog proizvoda, ali i pokazuje dozu interesovanja za one kategorije koje žele da probaju ovaj proizvod. Takođe, ovakvu vrstu usluga pružaju i određene organizovane agencije. Svojim tehničkim i kadrovskim kapacitetima ove organizacije su u stanju da putem aktivnosti lobiranja, ukoliko se akcija lobiranja pokrene dovoljno unapred, budu u mogućnosti da za svoje interesente uspešno brane i ostvare određene interese. Akcije koje predvodi međunarodna agencija za lobiranje, *Market Access Europe SA*, jesu dobar primer uspešnog kabineta za lobiranje. U svojim aktivnostima kabinet koji je branio interese jednog preduzeća koje se bavilo proizvodnjom robe široke potrošnje u Engleskoj uspeo je u Briselu da promeni uslove evropske direktive koja je pretila njenim proizvodima. Slično tome, prema evropskom zakonu o bankama, ovaj kabinet je dobio neophodne amandmane za zaštitu bankarskog tržišta jer su vršili pritisak direktno na Evropsku komisiju²⁹. Iako ovi primeri nisu iscrpni, ipak pružaju snažne dokaze da svi sektori ekonomske aktivnosti mogu biti predmet lobiranja. Interakcija ovih učesnika u ekonomskom polju jeste neizbežna, jer ih sve zajedno drži sistem komunikacije koja u svojoj primarnoj funkciji ima zadatak da poruku prenese u političkom, socijalnom i ekonomskom svetu, gde bi se lobiranje našlo kao dobro sredstvo u odgovoru na ove potrebe.

U zavisnosti od kriterijuma i vrste aktivnosti koje se sprovode s ciljem da utiču na odluku vlasti, lobiranje može biti direktno i indirektno (poznato još i kao – *grassroots lobbying*). Direktno lobiranje znači direktan kontakt sa zakonodavnom i/ili izvršnom vlasti radi raspravljanja o izvršnim merama koje mogu biti predmet zakonodavne ili druge prirode. Indirektno lobiranje se odnosi na identifikovanje akcije, regrutovanje i mobilizaciju mase, koja uz pomoć medija vrši veći pritisak s namerom da utiče na političke odluke.

Taktika direktnog lobiranja omogućava lobistima da putem određenih mehanizama i kroz razne kontakte, poput sastanaka, telefonskih razgovora, pismenog obraćanja, elektron-

²⁸ Farnel, Frank J.(1994):*Lobbying: Strategies and techniques of intervention*, Les Editions d'Organisation (The Publishing Organisation), Paris, 79–80.

²⁹ *Ibid.* 43.

ske pošte, iskoriste ove prednosti radi uticaja na donosioce konkretnih odluka³⁰. Ovakva metoda stoji na raspolaganju i preduzećima, koja radi minimiziranja šireg pojma političkog rizika mogu ostvariti svoje ciljeve tako što mogu uticati na organe u donošenju odluka. Sve ove gorepomenute alatke u modelu direktnog lobiranja od višestrukog su značaja za preduzeća. No, ono na šta preduzeće mora usmeriti više pažnje jesu strateške orijentacije, gde se ove tehnike moraju sprovesti na najvišem nivou i s visokim stepenom odgovornosti i profesionalnosti. Naime, kontakti moraju biti ciljno orijentisani i adresirani prema onima koji predstavljaju deo rešenja u procesu donošenja konkretnih odluka.

S druge strane, ako preduzeće želi da bude uspešno u ovom poduhvatu, svoje strateške vidike mora proširiti i na neke druge opcije, kao što su širenje i izgradnja efikasne mreže saveza. Ovakvo viđenje se sve više približava drugom modelu lobiranja, odnosno mogućnosti lobiranja indirektnim putem. To u najavi lobistima, osim razumevanja postojećeg problema uz poznavanje i uvažavanje svih zakonskih procedura koje prate postojeću situaciju, kao posrednicima u ovoj ulozi daje mogućnost da rešenje o naznačenom problemu asimiluju i tematizuju uz pomoć različitih grupa za pritisak, koje će biti odgovorne za intervenciju u okviru javnih vlasti. Formiranje i uticanje na javno mnjenje jesu aduti koje lobisti kao posrednici mogu iskoristiti, a mobilisanje mase, koje bi uticalo na nosioce javnih funkcija, može se okarakterisati kao akcija s pozitivnim ishodom i doprineti da interesi klijenata budu ostvareni³¹.

Kao klasičan primer lobiranja možemo ilustrovati onaj u SAD u kome su magnati u sferi železnice pod udarom drumskog transporta od strane gigantskih kamiona izgubili monopol nad transportom robe, pa su zatražili od javnih vlasti preuzimanje određenih mera koje bi ograničile mogućnosti novog konkurenta. Na početku 1930. godine u SAD bilo je registrovano oko 3,6 miliona kamiona, koji su potencijalno svojim delatnostima u delu transporta postali konkurenti železničkom transportu. Početkom pedesetih godina 20. veka su se Železnice Istočnog puta na konferenciji kojoj su prisustvovali svi predsednici iste organizacije obratile tadašnjoj najvećoj kompaniji u oblasti odnosa s javnošću. Kompanija je na osnovu ovoga pokrenula jednu propagandnu kampanju, koja je pratila sva ova dešavanja. Suština priče bila je da se putem medija tematizuje ovaj događaj, koji će otvoriti mnoge teme i zaintrigirati javnost i društvo. Naime, strategija delovanja bila je viđena u smeru vođenja jednog tematskog projekta u kome je naracija izvučena u negativnoj konotaciji. Pričinjena šteta na drumovima nastala zbog transporta glomaznih i velikih kamiona, kao i visoki troškovi održavanja tih puteva i njihova sanacija koji bi bili teret običnom građanstvu, predstavljali su značajan argument u početnim koracima kompanije u borbi za ostvarivanje interesa svojih klijenata. Čitava kampanja se razvijala u pravcu lobija. Uskoro časopis pod imenom „Everybody's Digest” objavljuje članak pod nazivom „Divovi uništavaju auto-puteve”; zatim američki časopis „American Magazine” izdaje članak intrigantnog naslova „Koliko nas koštaju loši putevi”. Od tog momenta čitava američka javnost bila je preplavljena novinskim člancima koji su se bavili ovom tematikom. Kampanja je trajala nekoliko godina. Rezultat svega ovoga vidi se u postupcima reagovanja Kongresa 1956. godine, u zakonskoj formulaciji gde su propisane i uređene norme o maksimalnom tovarnom ograničenju, kao i određene

³⁰ *Ibid.*90–91.

³¹ Office of the Registrar of Lobbyists.(2011): *Grassroots Communications – A part of lobbying?*,<https://www.lobbyistsregistrar.bc.ca/handlers/DocumentHandler.ashx?DocumentID=82> (Pristupljeno: 11. 01. 2021).

dimenzije kamiona. Ovakav ishod će u narednom periodu dati povod za ponovni pokušaj vraćanja na staro, odnosno na eliminisanje ovog zakona od strane onih koji su bili nezadovoljni njegovim primenom, međutim, to je bilo bezuspešno³². Ovaj primer lobiranja u svojoj konceptualnoj formi delovanja pokazuje primenu obe tehnike lobiranja, odnosno direktnu i indirektnu, kao i pristup ovom postupku, koji je na samom početku otvorio put lobiranju u jednoj kratkoročnoj formi koja je tendenciozno prešla put do sistema dugoročnog lobiranja. Ovaj primer pokazuje efekat i efektivnost lobiranja u sinergiji obe taktike i dimenzionalnog strateškog pristupa, kroz prisustvo i pod uticajem raznih mehanizama za vršenje „pritiska” na određene aktere na političko-društvenoj sceni, ali i potvrđuje kako okretanje lobiranju i njegova implementacija mogu ostvariti određene željene ciljeve.

5. ANALIZA KVALITETA LOBIRANJA KAO PERSPEKTIVNA STRATEGIJA U FUNKCIJI POSLOVANJA KOMPANIJE (PREDUZEĆA)

5.1. Lobiranje – linija razdvajanja od korupcije

Na samom početku ovog dela najpre ćemo jednim kratkim uvodom pokušati da analiziramo odnos lobiranja i korupcije ne samo s aspekta percepcije društva i pojedinca već u jednoj široj dimenziji.

Baveći se ovom problematikom, autori Svenson i Harstad (*Jakob Svensson & Bård Harstad*) predstavljali su pojmovne kategorije „lobiranje” i „korupcija” kao „substitute”, u određenim ekonomskim situacijama zbog njihovog interakcijskog odnosa³³. Naime, treba razjasniti da ova dva autora ove pojmove analiziraju u strogo ekonomskom proizvoljnom konceptu. Ako se vode ovim, lobiranje kao aktivnost može podrivati korupciju. U slučaju promene ili dopune neke pravno-zakonske odredbe koja stoji u interesu preduzeća, ona ima mogućnost da putem političkog lobiranja utiče na ovu odluku. Time kompanija pokazuje visok stepen moralnosti i etike da legalnim putem ostvari svoje interese u okvirima ekonomsko-pravne regulativnosti. Lobiranje je aktivnost koja u osnovi menja neku zakonsku regulativu pridržavajući se pravila legalnih tokova, dok korupcija pokušava da ih izigra i zaobiđe³⁴. Šta to znači za neku kompaniju koja želi da svoje interese brani ovakvim kriterijumima, koji su temeljijedne ekonomsko-pravno demokratski razvijene kulture u oblasti privrednog poslovanja? Pre svega, naglašavamo da znači mnogo, a razlozi za to su mnogobrojni i različiti. Naime, sigurnost i etika poslovanja za datu kompaniju koja će se opredeliti za lobiranje, kako bi pomenutu odredbu ili pravnu normu podvrgnula svojim interesima, umnogome bi doprinela da ova aktivnost prednjači i bezalternativno postane instrument u realizaciji postavljenog cilja. Ovim daje prednost legalnom procesu, u kome bez pogovora „usluge” za podmićivanje postaju suvišne i nepercipirane. Razlozi za ovo, pre svega, leže u činjenici da kompanija, ukoliko bi svesno odigrala na kartu nelegalnosti, onda bi u ekonomskom, pravnom i drugom pogledu postala gubitnik. Ovakvi potezi u poslovnom svetu predstavljaju,

³² Lobbying.ru/articleid_1566, http://www.lobbying.ru/content/sections/articleid_1566_linkid_.html (Pristupljeno: 21. 02. 2021).

³³ Svensson, J., Harstad, B. (2006): *From Corruption to Lobbying and Economic Growth*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.539.8181&rep=rep1&type=pdf> (Pristupljeno: 15. 02. 2021).

³⁴ Kaščelan, B., Krsmanović, D. (2012): *Ekonomsko i političko lobiranje*, Zavod za udžbenike, Beograd, 38.

osim nezrelosti i neetičkog ponašanja, gubitak s neizmenjenim posledicama koje se odražavaju na kredibilitet same kompanije. Negativne posledice i razaranje socijalno-ekonomskog tkiva društva, koje sa sobom nose korupcija i njene nelegitimne radnje, osim uplitanja u privredno-poslovni svet, razorno utiču na ekonomski potencijal zemlje.

Stanje korupcije pod delom kontrole, kao jedna od šest dimenzija političkog i socijalnog rizika (osim korupcije, prate se još i: uticaj glasača na vladu, politička stabilnost i odsustvo nasilja, efikasnost vlade, kvalitet regulative i vladavina prava) sistemski postaje predmet merenja s kojim se suočava posmatrana zemlja, od strane određenih institucija. Svetska banka je počela od 1996. godine da prati i analizira pomenute dimenzije, koje potom iznosi svetskoj javnosti u vidu publikacije pod nazivom *Worldwide governance indicators*³⁵. Na osnovu pomenutog izvora pokušaćemo da jednim tabelarnim prikazom nabrojane dimenzije (šest) za zemlje koje smo izabrali u periodu 2009, 2014. i 2019. godine, izvršimo analizu političkog i socijalnog uticaja.

Prikaz gornje tabele daje nam uvid u jednu komparativnu analizu rangiranja zemalja, gde su uključeni politički i socijalni rizik zemlje. Po ovim kriterijumima, u najnestabilnije države spadaju države Zapadnog Balkana, dok bolju poziciju imaju zemlje istočnog dela Evrope. Pozicije na kojima se nalaze pomenute zemlje, uključujući i Srbiju, pokazuju da su u pomenutoj indikaciji vrednovanja (od 1 do 100) malo iznad sredine ili oko nje, ali daleko od dimenzionog broja 100, u kome se u po pojedinim kriterijumima nalaze države zapadne civilizacije (Novi Zeland, Švajcarska, Holandija, Danska, Nemačka, koje su po nekim dimenzijama na samom vrhu liste, Rng. 90–100). Iz tabele se može videti da se pojedine zemlje članice Evropske unije, poput Slovenije (posmatrano u intervalu rangiranja od 73,08 do 84,13) odlikuju znatno većom političkom stabilnošću. I dalje su politički i socijalno najnestabilnije države na Bliskom istoku. To je jedna od najkompleksnijih regija na svetu, gde su stalne tenzije pune etničkih, verskih, socioekonomskih i teritorijalnih rascepa i sukoba, isprepletane u istorijskim trenucima među narodima koji žive na ovim prostorima. Kao najnestabilnije zemlje smatraju se države poput Avganistana, Iraka, Sirije, Egipta, Palestine, ali i države poput Republike Konga, Somalije, Sudana, gde politička nestabilnost nije samo posledica ratnih ili terorističkih događaja nego veliki uticaj na ovu dimenziju ima i stepen kontrole korupcije koja je u nekim državama označena kao najniža, za šta je primer Somalija (2009-Rng. 0,0; 2014- Rng. 0,5; 2019- Rng. 1,0)³⁶.

Nesumnjivo da će u ovakvim uslovima teško biti nekih velikih i značajnih investicija multinacionalnih kompanija, što ne znači da ih neće biti u manjim procentima. Međutim,

³⁵ Ovaj projekat (WGI) ima zadatak da izveštava o zbirnim i pojedinačnim pokazateljima upravljanja za preko 200 zemalja i teritorija posmatranih počev od 1996. godine, pa sve do danas uz pomoć gorepomenutih kriterijuma. Ovi zbirni pokazatelji kombinuju stavove velikog broja ispitanika preduzeća, građana i stručnjaka u industrijskim zemljama i zemljama u razvoju. Zasnivaju se na preko 30 pojedinačnih izvornih podataka koje su dali razni anketni instituti, istraživački centri, nevladine organizacije, međunarodne organizacije i firme iz privatnog sektora. Dimenzije se vrednuju od 0 do 100, pri čemu je 100 najveća vrednost, a 0 izražava najnižu vrednost. Upravljanje (*Governance*) sastoji se od tradicije i institucija pomoću kojih se sprovodi vlast u zemlji. To uključuje proces kojim se vlade biraju, nadgledaju i zamenjuju, sposobnost vlade da efikasno formuliše i sprovodi zdravu politiku; odnos građana i države kroz stepen poštovanja prema onim institucijama koje interaktivno deluju u ekonomskoj i socijalnoj oblasti. Worldbank (1996): *Worldwide governance indicators*, <https://info.worldbank.org/governance/wgi/Home/Reports> (Pristupljeno: 18. 02. 2021).

³⁶ *Ibid.*

Tabela 1. Dimenzije političkog i socijalnog rizika posmatranih zemalja (2009-2014-2019.)

	God.	Rang (0-100)								
		Albanija	BiH	Bugar- ska	Hrvat- ska	Crna Gora	Rumu- nija	Severna Makedo- nija	Srbija	Slove- nija
Uticaj glasa- ča na vladu	2009	54,03	48,34	64,93	61,14	55,92	60,19	54,98	57,35	81,99
	2014	50,25	46,31	59,61	64,04	53,20	60,59	43,84	55,67	74,88
	2019	52,22	38,92	60,59	64,04	46,31	61,58	44,83	45,81	80,79
Politička stabilnost i odsustvo nasilja	2009	42,18	23,70	55,92	68,25	74,41	56,87	34,60	29,38	81,04
	2014	61,43	44,76	49,52	67,14	54,76	48,57	56,67	53,33	79,52
	2019	52,86	30,48	66,19	71,90	47,62	65,24	46,67	45,24	73,81
Efikasnost Vlade	2009	47,85	26,79	59,81	70,81	55,50	44,50	52,63	54,07	82,78
	2014	50,00	36,54	57,69	73,08	63,46	54,81	59,62	58,17	79,81
	2019	50,48	28,85	65,38	67,31	58,65	40,38	52,40	53,37	82,21
Kvalitet Regulative	2009	58,37	51,20	72,73	67,94	52,63	70,81	60,29	49,76	77,51
	2014	60,10	50,96	70,67	65,87	55,29	71,63	67,31	55,77	73,08
	2019	63,94	47,12	71,15	72,12	65,38	67,31	69,71	60,10	80,29
Vladavina Prava	2009	38,39	45,02	54,50	60,19	56,87	55,92	46,92	42,18	83,89
	2014	43,27	49,04	56,73	65,87	61,54	63,46	55,77	50,96	81,25
	2019	38,94	46,63	54,81	64,90	57,21	64,42	46,15	50,00	84,13
Kontrola Korupcije	2009	35,41	42,58	52,63	57,89	53,59	49,76	55,02	45,93	81,82
	2014	34,62	47,60	50,48	62,02	55,29	53,85	56,73	51,44	74,52
	2019	33,17	30,29	50,48	60,10	55,29	51,44	38,94	37,02	80,29

Izvor: World Bank, preuzeto sa: <https://info.worldbank.org/governance/wgi/Home/Reports>(Pristupljeno:18.02.2021)

neka ulaganja ili promene značajnih odredaba iz domena ekonomsko-privrednog poslovanja moraju postojati, a one se u nekim momentima moraju prilagoditi aktuelnoj situaciji i uslovima u kojima se mora poslovati. Pre svega, moraju se obezbediti uslovi za normalno funkcionisanje ekonomije zarad egzistencijalnih i drugih primarno tehničkih potreba, neophodnih za život društva i pojedinca. Stoga će uvek neki oblik investicije ili neka manja ulaganja biti realizovani i u ovakvim uslovima.

Lobiranje kao aktivnost predstavlja bezalternativnu strategiju kompanijama koje imaju mogućnost da iskoriste ovu prednost kako bi promenile neke pravno-zakonske odredbe i

svojim pravnim delovanjem imaju legitimnost da političkim lobiranjem utiču na ovu odluku. Ovom se dodaje u prilog da nelegitimni postupci poput mita i korupcije nemaju idejnu zamisao upravo za one odgovorne kompanije, pošto će one političkom lobiranju uvek davati prednost kao instrumentu za uticaj na donosiocce političkih odluka. Međutim, ovakve činjenice nisu obraznog karaktera, jer to ne znači da u siromašnim zemljama i zemljama u tranziciji preovladava podmićivanje u odnosu na lobiranje. Ono što je u kontekstu lobiranja i njegove aktivnosti za jednu zemlju i njeno društvo suštinski i veoma važno jeste razvijen stepen njene političke stabilnosti i demokratske konsolidarnosti. To nas dovodi do konstatacije da će lobiranje biti funkcionalno upravo u onim parlamentarnim sistemima koji uživaju visok stepen političke stabilnosti. U analognom viđenju možemo uočiti da će razvoj lobiranja imati veliki uticaj u demokratski konsolidovanim institucijama, dok će podmićivanje imati prednost na niskim nivoima slabo razvijenih institucija³⁷.

5.2. Upravljanje političkim rizikom u ogledima lobizma

Jedno od viđenja problema nastanka političkog rizika sa kojim se suočavaju preduzeća, pogotovo u domenu kreiranja određenih prava iz ekonomije i tržišnog poslovanja, delom je iz globalizacije i s njom sve većom tržišnom kompetitivnošću, koja umnogome utiče na opstanak preduzeća na tržištu. Liberalizacija je otvorila put globalizaciji s tendencijom rasta tržišta svetskih razmera koja funkcioniše prema unapred utvrđenim tržišnim zakonitostima. Formiranje slike dela ekonomske globalizacije sve više vodi ka stvaranju jednoobraznog modela koji mora da se povinuje tržišnim regulativama koje su proizvod liberalne tržišne kompetitivnosti uz mogućnost slobodnog protoka kapitala, usluga, informacija, kao i kretanja ljudi. Sve to je dobro upakovano, uz veći stepen intenziviranja i bez prepreka za slobodnu trgovinu i ekonomsku aktivnost u međunarodnom poslovanju. To podrazumeva otvaranje jednog slobodnog prostora u kome će se transnacionalna integrisana proizvodnja i prodaja odvijati na svetskim nivoima. Ovakve postupne aktivnosti u ekonomskoj dimenziji brišu tržišne granice, dok nacionalne ekonomije polako nestaju. Sinergija delovanja međunarodnih privrednih subjekata na tom polju dovodi do njihovog pozicioniranja na tržištu kapitala radi zauzimanja aktivnije uloge u načinu ostvarivanja sopstvenih interesa kako bi zajedničkim delanjem stvarali jednu „institucionalnu homogenizaciju u svetskim razmerama”³⁸.

Razumevanje političkog rizika zasnovanog na praksi pomaže u njegovom objašnjenju zbog sve većeg uplitanja u ekonomsko-pravni domen poslovanja pod naletima globalizacije. Shodno tome, kompanije moraju usaglasiti svoje ponašanje i strateški predvideti svoje poslovne korake kako bi nominalno smanjile postojeće rizike širokog spektra. Posmatrano s aspekta lobiranja kao delatnosti koja ima sposobnost da u otvorenom procesu utiče na javne organe radi donošenja konkretnih odluka, postoji potreba da se naglašava ta sprega dualne ekonomske dimenzije globalizacije s lobističkim aktivnostima u poslovanju kompanije.

No, postavlja se pitanje šta preduzeće može da učini u momentima suočavanja s određenim oblicima naznačenim kao politički rizici, kako da ih umanjí ili jednostavno da određenim mehanizmima kontroliše njihovu pojavu, koja utiče na profit preduzeća. Jedna od mogućnosti koja stoji na raspolaganju preduzećima ili kompanijama u načinu upravljanja

³⁷ Campos, Nauro F., Giovannoni, F. (2007): *Lobbying, Corruption and Political Influenc*, Public Choice, DOI: 10.1007/s11127-006-9102-4. (131), 1–21.

³⁸ Vukadin, E. (2003): *Ekonomska politika*, Dosije, Beograd, 251–258.

političkim rizikom i njegovim umanjnjem jeste korišćenje lobističkih aktivnosti, koje imaju sposobnost da utiču na organe vlasti prilikom donošenja značajnih zakona za čiji se interes, u ovom slučaju, preduzeća, lobisti bore s uvažavanjem i prihvatanjem zakona regularnosti. Efektivnost u ovom pogledu prvenstveno se ogleda u planiranju ovakve aktivnosti, koja mora imati karakter primarnog zadatka. Međutim, ovo od lobiste zahteva da svoje aktivnosti započinje pri samom dnu zakonodavnog procesa, jer bi time potpuno ispratio sve postupke i mogao blagovremeno da reaguje na neke odluke koje mogu uticati na interese preduzeća, u ovom slučaju, na uredbu koje su predmet političkog rizika. Kada političko okruženje neke zemlje ima veliko učešće u aktivnostima nekih preduzeća, preduzeće mora da uredi svoja ulaganja na takav način da minimizira politički uticaj.

Za umanjnje političkog rizika u modelu stvaranja saveza s vladom domaćina prilikom investiranja u datu državu za koje se umnogome opredeljuju transnacionalne kompanije aktivnost lobiranja, barem u početnim koracima, ima dobru stratešku podlogu. Ukoliko je u zemlji domaćina lobiranje uokvireno zakonskom procedurom i proces lobiranja teče jednim transparentnim tokom, suočavanje s političkim rizikom i njegovim umanjnjem može postati realnost u poslovanju same kompanije. Razvijanjem saveza s vladom zemlje domaćina i lokalnim vlastima transnacionalne kompanije mogu smanjiti rizik od nepovoljnih radnji i mogu transformisati izvor političkog rizika (na nivou centralne i lokalne vlasti) u potencijalnog saveznika kompanije. U zavisnosti od prirode političkog rizika i vrste ulaganja, ove kompanije mogu se odlučiti za oblik partnerstva s drugim preduzećima koja dele zajedničke ideje ili interese u industriji ili s lokalnim partnerima u zemlji domaćina radi stvaranja zajedničkih preduzeća. Pogodnosti učešća u zajedničkom ulaganju s partnerom na lokalnom nivou uključuju: bolje poznavanje poslovnog okruženja, razvijanje dobrih poslovnih odnosa s lokalnim političkim akterima kao i smanjenje nepovoljnih akcija vlade domaćina. Iako sve ovo spada u kategoriju osiguranih rizika, neki politički rizici (oblici političkog nasilja; eksproprijacija; nekonvertibilnost valuta i ograničenje prenosa; kršenje uslova ugovora/nemogućnost postavljanja i izvršenja arbitražne odluke; neispunjavanje suverenih finansijskih obaveza) mogu se obezbediti i njihov uticaj na kompaniju može biti umanjen ili stavljen pod kontrolu³⁹.

Naposletku, izbegavanje rizika je ekstremna metoda koja osigurava smanjenje političkog rizika na minimum, ali dovodi do toga da preduzeće, kao i međunarodne kompanije, gube važne mogućnosti za investiranje, što posledično daje prednost konkurentima. Međutim, svesni smo činjenica da još uvek, barem u pogledu posmatranih metoda, nije moguće potpuno ukloniti ili neutralisati politički rizik, jer je on uvek prisutanu nekom obliku. Štaviše, svaka od metoda ima svoja ograničenja i pokoji rizik više. Zbog toga je za preduzeće važno da prihvati rizik, kao i stratešku opciju lobiranja, s kojim postoji mogućnost da se upravlja političkim rizikom i da se on dovede do prihvatljivog nivoa.

6. ZAKLJUČAK

Kompanijama i preduzećima politički rizik kao pojava, iako novijeg datuma, ne predstavlja iznenađenje u poslovanju. Ukoliko se on posmatra sa stanovišta njegove određenosti,

³⁹ Iftinchi, V. (2018).

za većinu autora njegova polazna tačka predstavlja osnov koji se odnosi na rizik posmatrane zemlje. Međutim, šire definisano polje političkog rizika može se upotpuniti delovanjem vladajućeg aparata date zemlje, odnosno povezuje se s njenim aktivnostima, koje posledično mogu uticati na dobit kompanije. Kreiranje poslovnog ambijenta u kome posluje jedna kompanija, bilo da je reč o stranim kompanijama koje se odluče da investiraju u zemlji domaćina ili u matičnoj državi, kao i donošenje raznih uredaba i zakona iz domena ekonomsko-tržišnog poslovanja, neminovno prolaze i deo su odgovornosti politike državnog aparata. Stoga, ovakva simbioza ekonomije i politike kroz veze poslovanja kompanije posledično karakteriše politički rizik.

Politički rizik ne poznaje granice, no, čini nam se da se njegov intenzitet više ispoljava u zemljama sa slabo razvijenom ekonomijom ili s političkom nestabilnošću koju je delom izazvala tranzicija. Njegovo sigurno razumevanje u praksi delovanja ide na liniji prihvatanja teza o liberalnom kapitalizmu kao ekonomskom modelu razvoja, koji sa sobom nosi i određeni rizik poslovanja.

Lobiranje kao komplementaran model koji u početnim najavama iskazuje određen stepen umanjena ili kontrolisanja političkog rizika za kompanije koje investiraju potencijalno daje dobru stratešku podlogu. Takođe, dobra osnova leži u činjenici da kompanije sprovede strategiju razvijanja raznolikih mreža poslovnih i javnih partnera koji im mogu pomoći da posreduju u političkom okruženju, pa se zbog uključenja više aktera u taj proces poslovanja mogu očekivati pozitivni ishodi šire kooperativne interpretacije.

Za preduzeće bi bilo poželjno da u projekciji izrade dugoročnog strateškog plana otvara prostor lobiranju i lobističkim aktivnostima, dajući im, pre svega, značaj kao proizvodnji, marketingu, potrošnji, izvozu, budžetu i svim ostalim funkcijama. Ako za primer uzimamo veliku kompaniju poput „Gugla” (*Google*), koja je u 2018. godini, prema izveštaju koji je objavio Rojters, potrošila gotovo 21,2 miliona dolara za lobističke aktivnosti⁴⁰, gde smo svesni njenog dostižnog ekonomsko finansijskog stepena i pozicije na svetskom nivou, dolazimo do poente, a to je mogućnost korišćenja lobija kao dobre alternative s pozitivnim ishodom radi ostvarenja sopstvenih interesa. Nesumnjivo je da je svako upoznat s impozantnim ciframa koje naplaćuju lobističke organizacije ili lobisti, ali u odnosu na zacrtani interes i njegovo ostvarenje ishodi su uvek iznad plaćene sume. Naravno, uz racionalan i logistički pristup odnosa matematičke isplativosti sadržanog u snazi preduzeća i ekonomske izdržljivosti. Takođe, od izuzetne važnosti za preduzeće jeste spoznaja kulture lobizma kao dela demokratskog instrumenta u procesu ostvarivanja interesa koje ima snagu da utiče na kreatore javne politike. Lobiranje je sastavni deo poslovnog okruženja – okruženje koje okuplja mnogobrojne aktere koji svojim delanjem profilišu poslovni prostor u kome se nalazi i posluje preduzeće. Javna slika lobiranja na tom prostoru usko je povezana s konceptualnim izumom demokratije i moralnih vrednosti društva. Takođe, u izuzetnoj meri zavisi od same slike preduzeća iz kojeg potiče ova aktivnost. Zbog toga lobiranje u slabo demokratski i ekonomsko nerazvijenim državama, u pojedinim segmentima društva nailazi na neku vrstu otpora tokom prihvatanja ove delatnosti u tokovima legalne aktivnosti. Pre svega, to se dešava zbog sve većeg predubedenja o njegovoj opštoj moći, koja je u proširenoj formi okarakter-

⁴⁰ Pcpres. (2019): *Tehnološke kompanije su u 2018. godini potrošile 64 miliona dolara na lobiranje*, <https://pcpress.rs/tehnoloske-kompanije-su-u-2018-godini-potrosile-64-miliona-dolara-na-lobiranje/> (Pristupljeno: 19. 02. 2021).

sana kao sposobnost da se utiče na donosioca konkretnih odluka, ali i zbog percipiranja kao nelegitimne radnje poput korupcije i podmićivanja. Međutim, transparentnost kroz kanale uticaja jeste ta koja treba da osvetli situaciju i dà odgovor na sumnjiva dešavanja s upitnim epilozima kako bi razrešila celokupan slučaj nastao u pogrešnim notama lobizma.

LITERATURA

- Aharoni, Y. (1996): *The foreign investment decision process*, Harvard University Press, Boston.
- Alistari, C. (2008): “Vălul turcesc”, *Money Express* No60-27.
- Campos, Nauro F., Giovannoni, F. (2007): *Lobbying, Corruption and Political Influenc*, Public Choice, DOI: 10.1007/s11127-006-9102-4,(131).
- Carlson, S. (1969): *International Financial Decisions*, The Institut of Business Studies, Uppsala.
- Clamen, M. (2005): *Manuel de Lobbying*, Dunod, Paris.
- Farnel, Frank J. (1994): *Lobbying: Strategies and techniques of intervention*, Les Editions d'Organisation (The Publishing Organisation), Paris.
- García, Canal E., Mauro, Guillén, F.(2008): “Risk and the Strategy of Foreign Location Choice in Regulated Industries”, *Strategic Management Journal* No 8-29.
- Geiger, A. (2006): *EU Lobbying handbook. A guide to modern participation in Brussels*, Helios Media GmbH, Berlin.
- Golubović, D. (2009): *Zagovaranje i lobiranje u parlamentu i organima izvršne vlasti: Uperedna iskustva i preporuke za Srbiju*, Program Ujedinjenih nacija za razvoj- UNDP, Beograd.
- Glossary of Environment Statistics. (1997): *Studies in Methods*, Series F, No 67, United Nations, New York, <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=2361> (Pristupljeno 23.02.2021).
- Greene, Mark K. (1974): “The Management of Political Risk”, *Bests Review* No 75.
- Iftinchi, V. (2018): “Definirea Riscului Politic în Afacerile Internaționale”, *Working papers CCREI* No 9/ Martie, Academia de Studii Economice, Facultatea de Relații Economice Internaționale, București.
- Jakobsen, J. (2010): “Old problems remain, new ones crop up: Political risk in the 21st Century”, *Business Horizons* No 53.
- Jarvis, Darryl S. L. (2008): *Conceptualizing, Analyzing and Measuring Political Risk: The Evolution of Theory and Method*, School of Public Policy, National University of Singapore, Lee Kuan Yew.
- Kalniņš, V. (2011): *Transparency in Lobbying: Comparative Review of Existing and Emerging Regulatory Regimes*, The Centre for Public Policy Providus, Policy Association for an Open Society- PASOS, Local Government and Public Service Reform Initiative (LGI), Open Society Foundations.
- Kaščelan, B., Krsmanović, D. (2012): *Ekonomsko i političko lobiranje*, Zavod za udžbenike, Beograd.

- Kobrin, Stephen J. (1978): *Political risk: a review and reconsideration*, Working paper Alfred P. Sloan school of Management, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, Massachusetts.
- Lobbying.ru/articleid_1566, http://www.lobbying.ru/content/sections/articleid_1566_linkid_.html (Pristupljeno 21.02.2021).
- Molano, W. (2008): *Approaches to Political Risk Analysis*, in : *Political Risk Assessment:- Concept, Method and Management*, The PRS Group, Inc.
- O'Connor, B. (1997): *Some Basic Ideas on Decision Making and Lobbying in the European Union*, Serie Impresa e Instituzione, Liuc Papers.
- Office of the Registrar of Lobbyists. (2011): *Grassroots Communications – A part of lobbying?*, <https://www.lobbyistsregistrar.bc.ca/handlers/DocumentHandler.ashx?DocumentID=82> (Pristupljeno 11.01.2021).
- Pcpres. (2019): *Tehnološke kompanije su u 2018. godini potrošile 64 miliona dolara na lobiranje*, <https://pcpress.rs/tehnoloske-kompanije-su-u-2018-godini-potrosile-64-miliona-dolara-na-lobiranje/> (Pristupljeno 19.02.2021).
- Rakita, B., Marković, D. (2010): “Upravljanje socio – političkim rizikom, lokalizacijom poslovanja i marketinga u inostranstvu”, *Ekonomске teme XLVIII- 1*.
- Rasfoiesc. (2014): *Metode de controlare a riscului de tara*, <http://www.rasfoiesc.com/business/economie/METODE-DE-CONTROLARE-A-RISCU72.php> (Pristupljeno 15.01.2021).
- Robock, Steely H. (1971): “Political risk: Identification and assessment”, *Columbia Journal of World Business* No 6-4.
- Svennson, J., Harstad, B. (2006): *From Corruption to Lobbying and Economic Growth*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.539.8181&rep=rep1&type=pdf> (Pristupljeno 15.02.2021).
- Tanasescu, S, et. al. (2015): *Lobby in România vs. Lobby in EU*, Institutul European din ROMÂNIA, Bucuresti.
- Ting, W. (1988): *Multinational risk assessment and management. Strategies for investment and marketing decisions*, CT Quorum Books, Westport.
- Vukadin, E. (2003): *Ekonomска politika*, Dosije, Beograd.
- Wagner, D. (2012): *Managing Country Risk: A Practitioner's Guide to Effective Cross-Border Risk Analysis*, Productivity Press.
- Weber, M. (1968): *Economy and society*, Bedminster Press Incorporated, New York.
- Worldbank. (1996): *Worldwide governance indicators*, <https://info.worldbank.org/governance/wgi/Home/Reports> (Pristupljeno 18.02.2021).
- Zakon o lobiranju Republike Srbije. (2019): *Službeni glasnik Republike Srbije*, br. 87/2018 i 86/2019 - dr. zakon, čl. 2.

LOBBYING STRATEGY AS A POSSIBLE RESPONSE TO AMORIZATION OF ACTIVE POLITICAL RISK IN THE COMPANY'S BUSINESS

Abstract: *The starting point of this paper is given through the issues observed in the part of economic-political business of a company. Every company faces different types of risks during its economic activities. One such risk is political risk, which can affect the company and its business in the country, but also globally. The concept of the paper is a presentation of a thematic study of the concept of political risk limited in the context of the economic-political dimension to the business environment in which the business of a company takes place. In this field, the pressure in the form of specific political risks on the company's operations is multiple, and risk management involves various measures and activities that can potentially reduce their impact. In this context, we believe that lobbying, as a realistic strategic model, can potentially respond to political risks in business. The basis of lobbying arises from the influence on political decision-makers in the process of making various regulations in the field of economic business which in perspective shows a certain degree of company satisfaction, but also the potential to reduce the intensity of political risk. The author tries to use a theoretical approach to explain the strategic approach of lobbying as one of the answers to the disenfranchisement of the political risk of the company's business before any economic investment.*

Keywords: *risk-uncertainty, political risk, political risk management, investment, lobbying, Serbia*

Slavica Anđelić*
Olivera Milutinović**

005.961:005.914.3]:364-3
DOI: 10.5937/MegRev2203377A
Originalni naučni rad
Primljen 20.09.2022.
Odobren 02.12.2022.

SOCIJALNA PREDUZEĆA I ODRŽIVI RAZVOJ

Sažetak: *Održivi razvoj se može definisati kao razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjosti bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe. Takav razvoj predlaže smanjenje siromaštva i poboljšanje kvaliteta života. U tom smislu, održivi razvoj predlaže ekonomsku, ekološku, političku i kulturnu održivost. Društveni biznis je nezamenljiv iz koncepta održivog razvoja. „Održivo“ se u ovom slučaju odnosi na nešto što može trajati bez nametanja velikih troškova i negativnih eksternalija. Neophodno je imati stabilan izvor fizičkih, finansijskih, ljudskih, materijalnih i nematerijalnih resursa, kako bi se održivo razvijala ekonomija. Društvena preduzeća su neprofitne organizacije, ali socijalna preduzeća mogu da ostvare profit koji nije primarni cilj poslovanja i ne može se deliti, već koristiti za razvoj i unapređenje poslovnih aktivnosti.*

Ključne reči: *održivi razvoj, socijalna preduzeća, preduzetništvo, zapošljavanje*

* Slavica Anđelić, Visoka škola modernog biznisa Beograd, docent, slavicaandjel@gmail.com

** Olivera Milutinović, Fakultet za menadžment, Sremski Karlovci, profesor, milutinovicolja24@gmail.com

1. UVOD

Ciljevi održivog razvoja (eng. *Sustainable development Goals – SDGs*) su definisani na Konferenciji Ujedinjenih Nacija o održivom razvoju, u Rio de Žaneiru 2012. godine¹ i predstavljaju set univerzalnih ciljeva koji su u skladu sa gorućim političkim, ekonomskim i izazovima u oblasti zaštite životne sredine sa kojima se susrećemo.² Održivi razvoj podrazumeva ekonomsku, društvenu i ekološku dimenziju. A one se dopunjuju i prožimaju sa tri poželjne karakteristike koje se naslanjaju na te dimenzije: podnošljivost, jednakost i izvodljivost.³ Socijalno preduzetništvo deli neke karakteristike sa neprofitnim i dobrotvornim organizacijama, ali i sa komercijalnim i profitnim poslovanjem. Ono se nalazi između ta dva ekstrema i da predstavlja njihovu kombinaciju. Cilj rada je da naznači moguće korake u ovom nedovoljno istraženom polju i ponudi osnovu za budući održivi razvoj i razvoj socijalnog preduzetništva.

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Proučavanje socijalnih preduzeća i proučavanje održivog razvoja, a posebno sociološki aspekt održivog razvoja, jasno je da ih moramo posmatrati pojedinačno, ali i kao skup. Sama tema nas vodi ka korišćenju logički formiranih metoda koje se koriste u sklopu društvenih nauka. Materija koja se obrađuje u ovom radu jeste dostupna i pruža mogućnost šireg uvida u predmet istraživanja, njegove sastavne elemente i celinu. Dakle, materija je interesantna za analitičku obradu. Za naše istraživanje od velikog značaja je induktivni metod. Saznajna uloga nije samo deskriptivna, nego je i eksplicitna. Da bi došli do saznanja potrebno je ući u posmatranje praktičnih primera. Ova metoda polazi od konkretnih slučajeva, dakle, ona je analitička i induktivna. Deskripcija, posebno kvantitativni opis objašnjava suštinu onoga što čini održivi razvoj.

Socijalno preduzetništvo se ne nalazi u fokusu naučnih istraživanja. Tokom istraživanja nije se došlo do podataka koji bi pokazali uticaj socijalnog preduzetništva na smanjenje socijalne isključenosti i nezaposlenosti. Može se reći da metodologija za merenje socijalnog preduzetništva još uvek ne postoji. Ovakav metodološki pristup u istraživanju predmeta kakav je naš, može dati validne rezultate. Predmet istraživanja su socijalna preduzeća i održivi razvoj.

Cilj istraživanja je predstavljanje postojećih dometa razvoja socijalnih preduzeća u svesu i u Republici Srbiji. Razvojem socijalnih preduzeća napuštanjem se tradicionalni načini rešavanja socijalnih problema, koji su zasnovani na učešću države, socijalnim naknadama i socijalnim pravima. Sektor socijalnog preduzetništva ne može da se razvija bez podrške zajednice, jačanja radnih kompetencija i učešća Vlade. Stub socijalnog preduzetništva su socijalna preduzeća, koja zapošljavaju pripadnike marginalizovanih grupa i usmeravaju profit za podršku socijalno ugroženim kategorijama građana.

¹ (<https://amplitudemagazin.com/odrzivi-razvoj-u-pravnim-aktima-u-svetu-i-kod-nas>)

² Perić, M., Maksimović, Sekulić, N., & Lukić, J. (2019). Socijalno preduzetništvo1, Početni kurs Kako pokrenuti socijalno preduzeće?, Beograd.

³ Giddings, B., Hopwood, B., & O'Brien, G. (2002). Environment, economy and society: Fitting them together into sustainable development. *Sustainable Development*, 10(4), 187–196.

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

3.1. Dimenzije održivog razvoja

Održivi razvoj, objedinjuje tri dimenzije: ekološku održivost, ekonomsku efikasnost i socijalnu odgovornost. Ovakav koncept poznat je kao „model tri stuba“.⁴

Ekološka dimenzija odnosi na očuvanje biodiverziteta, očuvanje i racionalnu upotrebu prirodnih resursa, smanjenja zagađenja životne sredine, brige oko ugroženih vrsta, njihovih staništa, ekosistema i slično.⁵

Socijalna dimenzija odnosi se na društvene odnose, poštovanje ljudskih prava, postizanje društvenog blagostanja, transparentnost društvenih aktivnosti, uključenost ljudi u odlučivanje i ona se prati kroz pet oblasti: zdravlje, socijalna pravda, obrazovanje, stanovništvo, bezbednost i stanovanje.

Ekonomska dimenzija održivog razvoja utemeljena je na principima usklađenosti privrednog razvoja sa resursima i proizvodnim kapacitetima i ona se posmatra kroz dve oblasti, a to su: proizvodnja i ekonomska struktura i potrošnja.⁶

Nacionalna strategija privrednog razvoja Republike Srbije,⁷ takođe prepoznaje ova tri stuba održivog razvoja. U delu Strategije koji se bavi ekonomskom dimenzijom održivog razvoja, date su osnovne pretpostavke, kada je reč o privredi Republike Srbije, koje su zasnovane na znanju, kao najbitnijem resursu današnjice. Predstavljeni su i konkretni ciljevi i izbor odgovarajuće ekonomske politike, daljih tranzicionih tokova, održive proizvodnje i potrošnje, obrazovanja i drugih oblasti koje su uključene u koncept održivog razvoja u okviru ekonomskog stuba.

U delu Strategije koji se bavi socijalnom dimenzijom održivog razvoja analizirane su društvene vrednosti, kvalitet života i društveno blagostanje, populaciona politika, socijalna sigurnost, siromaštvo, rodna ravnopravnost, javno zdravlje i mnogi drugi pokazatelji.

Treći stub održivog razvoja koji je prikazan u Strategiji je ekološka dimenzija i ona analizira pitanja zaštite prirodnih resursa: vazduha, vode, zemljišta, biodiverziteta, šuma, mineralnih resursa i obnovljivih izvora energije.⁸

3. 2. Socijalna dimenzija održivog razvoja

Statistički stručnjaci Holandije⁹ su osamdesetih godina dvadesetog veka govorili da njihovom nacionalnu strategiju razvoja sačinjavaju četiri dimenzije održivog razvoja: socijalna, kulturna, ekonomska i ekološka. Prema njihovim razmišljanjima za socijalnu dimenziju potrebno je odgovoriti na sledeća pitanja:

⁴ Giddings, B., Hopwood, B., & O'Brien, G. (2002). Environment, economy and society: Fitting them together into sustainable development. *Sustainable Development*, 10(4), 187–196.

⁵ Miltojević, V. (2011). Kultura kao dimenzija održivog razvoja. *Teme*, 35(2), 639–653.

⁶ Ibid

⁷ (<http://otvorenavlada.rs/strategija-privrednog-razvoja163a-lat-doc>)

⁸ Konning, J. (2015). Social Sustainability in a Globalizing World Context, theory and methodology explored, 7.

⁹ Konning, J. (2015). Social Sustainability in a Globalizing World Context, theory and methodology explored, 7.

- „koliko smo sada zadovoljni,
- do kog nivoa je prisutna sigurnost i bezbednost u našoj životnoj sredini i socijalnoj strukturi,
- šta je činjeno u vezi socijalnih veza ljudi između društva kome pripadamo i ljudi van našeg društva.“¹⁰

Razmišljajući o socijalnim dimenzijama održivog razvoja, tada mislimo o zadovoljavajućem obimu socijalne održivosti koja u sebi sadrži: zaposlenost koja omogućava dostojne uslove življenja, ujednačene zarade, socijalnu stabilnost i ujednačen pristup resursima.

Socijalna održivost podrazumeva socijalnu jednakost i smanjivanje socijalnih isključivanja, a takođe i razvoj i uključivanje: ravnopravnosti, socijalne pravde i kvaliteta života. Pokazatelji socijalne održivosti podrazumevaju pristup informacijama, povezanost, fizičko, psihološko i reproduktivno zdravlje, dostupnost aktivnostima od značaja za održavanje života, što znači: ishrane, formiranja domaćinstva, zaposlenosti, mogućnost pristupa zemlji i resursima, kao i sigurnosti unutar i van kuće.¹¹ Socijalna stabilnost kao element socijalne održivosti se definiše kao sposobnost ljudske jedinice (pojedince, domaćina, porodice) da dostigne i održava adekvatne uslove življenja.¹² Sve što važi za održivi razvoj na makronivou (nivou ekonomije jedne zemlje), važi i na mikronivou kada govorimo o socijalnim preduzećima.

3. 3. Koncept socijalnog preduzeća

Kako bi izgledao svet u kojem biznis ne bi isključivo bio organizovan oko profitnih vrednosti po svaku cenu? Kako bi izgledalo ljudsko društvo ako bi svaka osoba posvetila najveći deo svojih mentalnih i fizičkih resursa i napora na rešavanje danas već nagomilanih društvenih problema? Odgovore na ta pitanja daje socijalno preduzetništvo koje ima svest o problemima društvene zajednice.

Socijalni preduzetnici su sanjari sa talentom, veštinama, vizijom i strategijom za rešavanje percipiranih društvenih problema, sa namerom da poboljšaju svet oko sebe na bolje. Socijalno preduzetništvo podrazumeva kako evolutivni, tako i revolucionarni pristup, a cilj je, ne samo ostvarenje što veće finansijske dobiti, nego i poboljšanje kvaliteta života ljudi, rešavanje uočenih problema i pomoć ugroženim društvenim grupama. Ono prilagođava postojeće ekonomske i finansijske paradigme i modele i prilagođava ih dobiti zajednice, posmatrajući poslovanje holistički, odnosno sistematskim sagledavanjem svih posledica poslovnih aktivnosti i nastojanjem da se one uklone i ne narušavaju integritet individue, društvenu koheziju i prirodnu okolinu.¹³

Uopšteno govoreći, ekonomija je podeljena u tri kategorije:

- privatni sektor – u privatnom vlasništvu, uključen u trgovanje, tržišno i profitno orijentisan,

¹⁰ Ibid

¹¹ Becker, E., Jahn, T., Stiess, I., & Wehling, P. (1997). *Sustainability: A cross-disciplinary concept for social transformations* (Vol. 6). Unesco.

¹² Ibid

¹³ Giddings, B., Hopwood, B., & O'Brien, G. (2002). Environment, economy and society: Fitting them together into sustainable development. *Sustainable Development*, 10(4), 187–196.

– javni/državni sektor – u javnom vlasništvu, nije primarno tržišno orijentisan, a glavna namera mu je olakšavanje snabdevanja proizvodima i uslugama od šireg društvenog značaja, – društveni ili dobrovoljni sektor – u društvenom vlasništvu i ima za cilj stvaranje zajedničkog profita, samopomoći, uzajamnosti i socijalne svrhe.¹⁴ Socijalno preduzetništvo povezuje sve tri prethodno navedene oblasti i može se javiti u bilo kom sektoru, a može sublimirati i karakteristike više od jednog sektora. Ono podrazumeva prepoznavanje društvenih problema i postizanje društvene promene primenom preduzetničkih principa, procesa i operacija. Radi se o aktivnostima koje nastoje da u potpunosti definišu određeni društveni problem a zatim se organizuje, kreira i upravlja društveno-preduzetničkih poduhvatom kako bi se postigla željena društvena promena.¹⁵

3. 4. Definicija socijalnog preduzeća

Socijalno preduzetništvo je polje ekonomskih nauka koje još uvek traži definiciju i sa-moodređenje kroz osnovnu praksu i istraživanje. U stručnoj literaturi su se iskristalisale njegove osnovne dimenzije: društvena misija, društvene promene, akcija, inovacija, odgovornost, adaptacija, učenje, društvena svest, socijalno poslovanje, socijalna odgovornost, sa-vest, humanost, duhovnost, pouzdanost i socijalno učenje.¹⁶ Radi se o kombinaciji poslovnih vrednosti koje treba da doprinesu održivom poslovanju.

U definiciji socijalnog preduzeća koja je prihvaćena u akademskoj zajednici, navodi se da socijalno preduzeće: „Sadrži sve ekonomske aktivnosti koje sprovode preduzeća, pre svega zadruge i udruženja, na obostranu korist društva, čija etika se zasniva na sledećim principima:

1. Usluge svojim članovima ili zajednici su ispred profita.
2. Autonomija menadžmenta,
3. Demokratski proces donošenja odluka,
4. Prvenstvo ljudi i rada nad kapitalom u raspodeli prihoda”¹⁷

Socijalna preduzeća se ubrajaju u treći sektor među ekonomijama, između privatnog i javnog sektora. To uključuje niz organizacija kao što su: zadruge, neprofitne organizacije i dobrotvorne organizacije. Socijalna preduzeća obuhvataju i organizacije koje nemaju samo ekonomsku ulogu. Teorija socijalne ekonomije pokušava ove organizacije smestiti u širi ekonomski kontekst. U tradicionalnoj ekonomskoj teoriji, posebno se istražuje ekonomska održivost zadruga i vrednosti neprofitnih organizacija i dobrotvornih udruženja.¹⁸

Socijalno preduzeće se može definisati kao: „Kompanija koja ne isplaćuje dividende i stvorena je da bi tretirala i rešila neki društveni problem”¹⁹

¹⁴ Ibid

¹⁵ Ibid

¹⁶ Bouchard, N., 2012; Biggeri, M., (2018). ReyMartí, 2016; Irawan, Suryanto i Mashud, 2019. (*Fale prva slova imena i naziv rada...*)

¹⁷ Borzaga, C., & Defourny, J. (2001). *The Emergence of Social Enterprise*, London and New York: Routledge.

¹⁸ Novaković, N., Macura, R., & Novaković, N. (2020). Zašto pokrenuti socijalno preduzeće?, *Tranzicija, Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije / Journal of economic and politics of Transition* Tuzla-Zagreb-Beograd-Bukurešt, Vol. 23, No. 45, Pregledni rad Review paper JEL Classification: B55, L26, L31.

¹⁹ Yunus, M. (2019). *Information Resources Management Association*, Vol. 1:215.

U socijalnom biznisu investitori/vlasnici mogu postepeno nadoknaditi uloženi novac, ali ne mogu ostvariti prinose nakon prelaska te prelomne tačke. Svrha investicije je isključivo ostvarivanje jednog ili više društvenih ciljeva kroz rad preduzeća. Investitori nisu motivirani ličnom dobiti. Preduzeće mora da pokrije sve troškove i bude finansijski održivo, dok ostvaruje društveni cilj u sektorima kao što su zdravstvena zaštita, obrazovanje, borba protiv siromaštva, zaštita životne sredine, stanovanje. Kada se prvobitna investicija vrati investitoru, ostvareni profit nakon toga ostaje u preduzeću da proširi svoju veličinu i poveća uticaj na tržištu.²⁰

Prema jednoj od definicija, socijalna preduzeća karakterišu sledeće ekonomske i preduzetničke osobine: aktivnosti na proizvodnji dobara ili prodaji usluga, visok stepen autonomije, značajan nivo rizika u poslovanju, tendencija ka plaćenom radu, kao i sledeće socijalne osobine: jasno iskazan cilj da se doprinese zajednici ili određenoj grupi.²¹ Primeri dobre prakse su: socijalne zadruge u Italiji, zadruge socijalne solidarnosti u Portugalu, kooperativna društva kolektivnih interesa u Francuskoj i preduzeća za interese zajednica u Engleskoj.²²

Osnovne dimenzije ovih zadruga su: inicijativa pokrenuta od strane grupe građana, odlučivanje nije zasnovano na posedovanju kapitala, participativna priroda koja uključuje različite strane povezane sa aktivnošću organizacije, ograničenje distribucije profita.

Opšta socijalna funkcija ovako definisanih poslovnih subjekata je povećanje socijalne kohezije i razvoj zajednice, a to se postiže na više načina: stvaranjem novih mogućnosti za zapošljavanje, proizvodnjom dobara i pružanjem usluga (socijalnih, obrazovnih, zdravstvenih, itd.) lokalnim zajednicama i ljudima koji ne mogu da ih plate. Socijalna preduzeća doprinose ekonomskom razvoju, posebno lokalnim zajednicama; radnom integracijom i profesionalnim osnaživanjem teže zapošljivih kategorija stanovništva. Socijalna preduzeća kombinuju različite resurse koji drugačije ne bi bili iskorišćeni za rešavanje socijalnih i razvojnih problema u lokalnoj zajednici. Poslujući na ovaj način socijalna preduzeća doprinose socijalnoj koheziji, akumulaciji socijalnog kapitala i ravnomernijem ekonomskom razvoju.²³

3. 5. Specifičnosti socijalnih preduzeća u Srbiji

Ne treba od socijalnih preduzeća imati prevelika očekivanja u pogledu rešavanja problema zapošljavanja i socijalnog uključivanja. Tržišna ekonomija u Srbiji još uvek nije dovoljno razvijena da bi uspešno smanjivala nezaposlenost i u takvom kontekstu treba realistično planirati obim socijalnog preduzetništva. Socijalna preduzeća su usmerena na zapošljavanje teže zapošljivih kategorija, onih koje su znatno uskraćene za resurse potrebne za uključivanje u tržišnu privredu ili koje se susreću sa kulturnim, političkim i socijalnim preprekama u pristupu tim resursima.²⁴

²⁰ Giddings, B., Hopwood, B., & O'Brien, G. (2002). Environment, economy and society: Fitting them together into sustainable development. *Sustainable Development*, 10(4), 187–196.

²¹ Cvejić, S. (2016). *Socijalna ekonomija: Pojam i praksa u Srbiji*. Beograd: Čigoja.

²² Bouchard, N., 2012; Biggeri, M., (2018). ReyMartí, 2016; Irawan, Suryanto i Mashud, 2019. (*Fale prva slova imena i naziv rada...*)

²³ Cvejić, S., Babović, M., & Vuković, O. (2008) *Mapiranje socijalnih preduzeća u Srbiji*, Beograd: UNDP.

²⁴ Cvejić, S. (2018). *Socijalna preduzeća u Srbiji*. In A. Kostić, *Ekonomija zaposlenosti i rad u Srbiji u XXI veku*. Beograd: SANU.

Zapošljavanje ili radna integracija nisu jedina funkcija socijalnih preduzeća, ona često obavljaju standardne poslovne aktivnosti da bi zaradu usmeravala na rešavanje socijalnih ili ekoloških problema, direktno ili indirektno, tako što će donirati neprofitnim organizacijama koje su ih osnovale. Još jedan otežavajući faktor za razvoj socijalnog preduzetništva je to što je preduzetnički duh u Srbiji još uvek slabo razvijen. Zemlja je najpre prošla kroz 45 godina socijalizma tokom kojih je privatno preduzetništvo bilo potisnuto u male niše privrednog života (sitni poljoprivrednici, zanatlije i neke slobodne profesije). Potom je tokom 1990-ih sledilo 10 godina prljave privatizacije, korupcije i klijentelizma koje su kod velikog broja građana kompromitovale ideju i praksu preduzetništva.²⁵

Kao rezultat ovakvog načina (re)konstituisanja kapitalizma u Srbiji, mali je broj preduzeća koja mogu da izdrže otvorenu tržišnu utakmicu, a veliki broj preduzetnika je orijentisan na klijentelizam, sivu ekonomiju i druge oblike ekonomskog ponašanja. U prvom nacrtu Zakona o socijalnim preduzećima ("Službeni glasnik RS", br. 14/2022) postojala je ambicija da se putem socijalnih preduzeća, u čijem osnivanju bi veliku ulogu igrale lokalne administracije, u većem stepenu rešava opšti problem nezaposlenosti, a ne samo zapošljavanje teže zapošljivih grupa. Svakako je još manja verovatnoća da se preduzetnička znanja i veštine nađu među onima koji se zateknu u polju socijalne ekonomije.²⁶

Iz ovih razloga socijalno preduzetništvo mora predstavljati uređen sektor u kojem će se jasno videti uloge preduzetnika, zakonodavca, centralne izvršne vlasti, lokalnih vlasti, koordinacionih tela, nadzornih tela.²⁷

Dodatni problem sa kojim se socijalno preduzetništvo suočava u Srbiji je to što su informacije kojima raspolažu kreatori politika i procena kapaciteta socijalnih preduzeća u velikoj meri pod uticajem pominjanog mita o socijalnom preduzetništvu. Zbog ovoga se, i pored dobre namere dela administracije da uredi osnivanje i poslovanje socijalnih preduzeća, postojeći entiteti u ovom sektoru u Srbiji suočavaju sa neizgrađenim institucionalnim okvirom. Važan deo ove neizgrađenosti je nedostatak odgovarajućih finansijskih podsticaja kako za kreiranje aktivnosti, tako i za održanje tekućeg poslovanja. Glavni problem je nedostatak mikrofinansiranja i pogodnosti u procesu javnih nabavki.²⁸

Ono što je povoljno je da još uvek postoji interesovanje i fondovi međunarodnih organizacija i institucija iz kojih su finansijski podržana socijalna preduzeća, što je omogućilo da se njih nekoliko stotina stabilizuje na tržištu i sada predstavlja model istrajnosti i uspešnosti za nove preduzetnike koji se pojavljuju u ovom polju. Od velikog značaja je i partnerstvo socijalnih preduzeća sa lokalnim institucijama koje se može identifikovati ne samo u oblasti pružanja usluga već i u mnogim drugim oblastima. Ranije analize su pokazale da je nekoliko lokalnih samouprava u Srbiji pomoglo inicijative u oblasti socijalnog preduzetništva, tako što su ustupile na korišćenje poslovni prostor ili obradivo zemljište. Partnerstvo socijalnih preduzeća sa poslovnim sektorom takođe je u porastu. Sve su češći slučajevi u kojima predu-

²⁵ Ibid

²⁶ Ibid

²⁷ Bouchard, N., 2012; Biggeri, M., (2018). ReyMartí, 2016; Irawan, Suryanto i Mashud, 2019. (*Fale prva slova imena i naziv rada...*)

²⁸ Cvejić, S. (2018). Socijalna preduzeća u Srbiji. In A. Kostić, Ekonomija zaposlenosti i rad u Srbiji u XXI veku. Beograd: SANU.

zeća iz poslovnog sektora kupuju proizvode ili usluge od socijalnih preduzeća, ili ih pomažu novčanim donacijama i promocijom.²⁹

3. 6. Primeri dobre prakse

Uloga socijalnog preduzetnika može se posmatrati kao lidera zajednice. Preduzetnici se mogu videti u ovoj ulozi, ako utvrde i ostvare neku inovaciju koja kreira socijalno blagostanje u društvu direktno, ili indirektno, preko svojih novih ili već osnovanih organizacija.

Primer socijalnih zadruga za reciklažu u Finskoj. Pet udruženja reciklažnih socijalnih zadruga: Serti, Selt, Flip, Ikt i Nera³⁰ (Ove zadruge se prvenstveno bave reciklažom električne i elektronske opreme. U udruženjima socijalnih zadruga oformili su posebna radna mesta za komercijaliste koji deluju kao koordinatori svojih članica za reciklažu. Oko 25 socijalnih preduzeća posluje kao stanice za predtretman otpada, u skladu sa Direktivom EU. (Direktive 91/689\$EZ o opasnom otpadu, Sluibeni list L 226 06.09.2000 str. 3) Ona takođe imaju svoje dobrotvorne prodavnice, gde prodaju opremu za višekratnu upotrebu. Ove predtretman tačke su u vlasništvu socijalnih preduzeća i lokalnih udruženja nezaposlenih lica, uglavnom pripadnika ranjivih grupa sa tržišta rada. Ulazak u biznis reciklaže je promenilo poslovno okruženje ovih socijalnih preduzeća i stvorilo mogućnosti njihovog brzog rasta i razvoja.³¹

Godine 2010., osnovan je Centar za razvoj socijalnog preduzetništva (CRSP),(Reg.br. 28018100, PIB: 106689817, Beograd), kao prva organizacija civilnog društva ovog profila, čiji zadatak jeste odgovornost za unapređenje i razvoj socijalnog preduzetništva u Srbiji. CRSP je partner brojnih domaćih, regionalnih i međunarodnih projektnih konzorcijuma, radi na obezbeđivanju održivih rešenja za ugroženu grupu individualnih sakupljača sekundarnih sirovina u Srbiji. U partnerstvu sa drugim organizacijama, uspelo se u primeni zakona na socijalne kooperative. Preko 40 organizacija civilnog društva, opština i kompanije su se pridružile podršci socijalnom preduzetništvu u oblasti reciklaže.

Zemljoradnička zadruga „Slankamenka“ iz Novog Slankamena osnovana je 2006. god. (Reg.br. 20127619, PIB: 104243218, Novi Slankamen) Bavi se voćarstvom, ali ima naglašenu i socijalnu funkciju, jer su članovi ove zadruge većinom izbegla lica.

Prikazan je primer uspešnog socijalnog preduzeća „Lastavica catering“ iz Beograda. Ovo preduzeće registrovano je kao društvo sa ograničenom odgovornošću 2003. god. (Reg. br. 17480588, PIB:102811082) sa ciljem da obezbedi posao ženama izbeglicama koje su bez porodice. Bavi se pripremom i dostavom hrane, ali i organizacijom raznih događaja. Ponuda ovog preduzeća bazirana je na domaćoj kuhinji i tradicionalnom načinu pripreme obroka. Pre nekoliko godina ovo preduzeće je proglašeno za najbolju catering kompaniju u Beogradu.

Kao primere dobre prakse treba napomenuti: socijalno zemljoradničku zadrugu „Nova perspektiva“ iz Pirota, koja je osnovana 2010. god. (Reg.br.20696737, PIB:106871805), socijalnu kooperativu „Vivera“ iz Kragujevca koja je osnovana 2012. god. (Reg.br. 62805358,

²⁹ Shrestha, M. (2013). Perspektive i faze razvoja socijalnog preduzetništva u Srbiji. Diplomski rad, Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet

³⁰ Grozdanić, R., Radović-Marković, M., & Jovančević, D. (2012). Reciklaža kao rastuća tržišna niša socijalnih preduzeća, ebooks.iien.bg.ac.rs. http://www.researchgate.net/publication/242642851_Social_Sustainability_in_a_Globalizing_World_Context_theory_and_methodology_explore.

³¹ Ibid

PIB:107527657), kao i udruženje za podršku osobama ometenim u razvoju „Naša kuća“ iz Beograda, koje je osnovano 2018. god. (Reg.br.21400823, PIB:110910747).

Posebno je interesantna priča o preduzeću za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba sa invaliditetom „Siloin“ iz Kovina. Ovo preduzeće je osnovano u aprilu 2001. god. (Reg.br.08699011, PIB:101406433) kao društvo sa ograničenom odgovornošću. Osnivač ovog preduzeća je kompanija „Utva silosi“ a.d. koje posluje od 1990. god. (Reg.br. 08196575, PIB:101406441) sa ciljem da obezbedi posao radnicima kojima je, usled zdravstvenih problema i stečenog invaliditeta, smanjena radna sposobnost. Siloin je 2012. god. imao ukupno 25 zaposlenih, od čega 14 osoba sa invaliditetom. Oni proizvode čamce, kontejnere i druge proizvode od lima. Imaju svoju maloprodaju i veleprodaju i upravljaju kompletnim otpadom „Utva Silosi“. Ovo preduzeće uspešno posluje, a povećanju prihoda je posebno doprinelo proširenje saradnje sa privrednim društvima koja svoju zakonsku obavezu o zapošljavanju osoba sa invaliditetom ispunjavaju zaključivanjem ugovora o poslovno-tehničkoj saradnji. Rukovodstvo je opredeljeno da unapređuje model tržišno održivog poslovanja, kao i da podiže kvalitet proizvodnje. „Siloin“ izvozi deo svoje proizvodnje što potvrđuje sposobnost ovog preduzeća da ispunjava visoke standarde koje zahteva međunarodno tržište.

Socijalno preduzetništvo se razvija u različitim domenima i ostvaruje svoju socijalnu funkciju na nov način. Zajednička karakteristika svih socijalnih preduzetnika nove generacije je izražena težnja za postizanjem ekonomske samostalnosti i održivosti, iz zadržavanje socijalne misije, kao što je pružanje socijalnih usluga, rešavanje problema socijalno ranjivih grupa i ekoloških pitanja. Kao pozitivan primer rešavanju problema marginalnih grupa navedena je organizacija „Lice u lice“ koja je osnovana u Beogradu 2010. god. (Reg. br. 208035152, PIB:106949525) Jedna od najznačajnijih aktivnosti ove organizacije je izdavanje posebnog magazina i njegova distribucija kroz prodajnu mrežu koju čine pripadnici socijalno ugroženih i marginalizovanih grupa. Svaki prodavac (socijalno ugrožena i marginalizovana osoba) ima priliku da zaradi 50% od svakog prodatog primerka ovog magazina.

Kao primeri uspešnih socijalnih preduzeća navedene su ekološke organizacije „Eko Bag“ iz Beograda, osnovano 2002. god. (Reg.br. 17413333, PIB:100118236) и „Strawberry energy“ osnovano 2011. god. (Reg.br. 20727829, PIB:107030285). Među pozitivne primere svrstana je zanatska radionica „Bioidea“, osnovana 2011. god. u Beogradu, koja organizuje besplatne radioničarske obuke za proizvodnju ručno pravljenih sapuna a koje su namenjene pripadnicima socijalno ranjivih grupa.³²

4. ANALIZA I DISKUSIJA

Sve što je navedeno u radu jasno nam pokazuje šta je neophodno da se učini na planu napretka razvoja socijalnih preduzeća i održivog razvoja, počev od zapošljavanja, poboljšanja zdravlja socijalno ugroženih grupa stanovništva, preko školovanja, kao preduslova za

³² Aleksić-Mirić, A., & Lebedinski, L. (2015). Socijalno preduzetništvo u Srbiji: Pregled i perspektive, u: Živković, B., & Cerović B. (2015). Ekonomska politika Srbije (219-228). Beograd: Ekonomski fakultet Beograd. Becker, E., Jahn, T., Stuessi, i., & Wehling, P. (1997). Sustainability: A Cross-Disciplinary Concept for Social Transformations. UNESCO

izvršenje sve složenijih poslova unutar raznovrsnih proizvodnih procesa, razvoja stambenih uslova, razvoja uključenosti ljudi u konkretnu zajednicu, do socijalne sigurnosti i stabilnosti.

Kako je ovo rad istraživača koji su uvideli da su neophodna i znanja o dimenzijama održivog razvoja, što znači: ekonomski, ekološki i socijalno održivog razvoja.

Autorima je jasno da dimenzije održivog razvoja nedostaju, te su svoje istraživanje i napore proširili na istraživanje socijalnih dimenzija poželjnog održivog razvoja. Pri tom su autori svesni da objašnjavajući brojna pitanja, ne mogu na iste da pruže u potpunosti iscrpne odgovore. Ali to i smatramo posebnim kvalitetom.

Pored toga, na bazi rezultata čitaocima pružamo mogućnost da započnu dublje istraživanje iz ove oblasti. Tome doprinosi i literatura koju smo radeći na istraživanju formirali. Proces razvoja socijalnih preduzeća i održivi razvoj nije konstantan, već stalno promenljiv proces. Podložan je društvenim, ekonomskim, tehnološkim, pravnim i naučnim promenama.

5. ZAKLJUČAK

Značenje pojmova održivog razvoja i održivosti je složeno. Jedino što se sa sigurnošću može reći jest da izaziva brojne naučne i stručne rasprave. U osnovi, radi se o globalnom konceptu koji se u početku odnosio prvenstveno na probleme životne sredine nerazvijenih zemalja. Veću pažnju svetske javnosti privlači osamdesetih godina prošlog veka, kada se prepoznaje veza između društvenog blagostanja i ekoloških problema.

Socijalno poslovanje je neodvojivo od koncepta održivog razvoja. „Održivo“ u toj sintagmi se odnosi na nešto što može da traje bez nametanja velikih troškova i negativnih ekstermalija. Oblast socijalnog preduzetništva ubrzano raste i privlači pažnju brojnih privrednika. Ona je sada postala uobičajena tema u svetskim univerzitetskim krugovima. razlog za sve veću popularnost ovog koncepta je to što pojedinci dobiju šansu da rade ono što su oduvek želeli da rade. Većina preduzetnika je akumulirala bogatstvo u isključivo privatnom sektoru. Preduzetnici mogu paralelno sa vođenjem tradicionalnog biznisa raditi i na rešavanju društvenih i ekoloških problema. Pojavio se novi poslovni model koji se povezuje sa državnim i privatnim sektorom. Neprofitne i profitne organizacije su se udružile kako bi stvorile hibridni poslovni model, koji predvodi nova generacija socijalnih preduzetnika.

LITERATURA

- Aleksić-Mirić, A., & Lebedinski, L. (2015). Socijalno preduzetništvo u Srbiji: Pregled i perspektive, u: Živković, B., & Cerović B. (2015). *Ekonomska politika Srbije* (219-228). Beograd: Ekonomski fakultet Beograd.
- Becker, E., Jahn, T., Stuess, I., & Wehling, P. (1997). *Sustainability: A Cross-Disciplinary Concept for Social Transformations*. UNESCO.
- Becker, E., Jahn, T., Stuess, I., & Wehling, P. (1997). *Sustainability: A cross-disciplinary concept for social transformations* (Vol. 6). Unesco.
- Borzaga, C., & Defourny, J. (2001). *The Emergence of Social Enterprise*, London and New York: Routledge.
- Bouchard, N., 2012; Biggeri, M., (2018). ReyMartí, 2016; Irawan, Suryanto i Mashud, 2019. (*Fale prva slova imena i naziv rada...*)

- Cvejić, S. 2018. Socijalna preduzeća u Srbiji, Univerzitet u Beogradu Odeljenje za sociologiju Filozofskog fakulteta Socijalna preduzeća u Srbiji, Beograd.
- Cvejić, S. (2016). Socijalna ekonomija. Pojam i praksa u Srbiji. Beograd: Čigoja.
- Cvejić, S. (2016). Socijalna ekonomija: Pojam i praksa u Srbiji. Beograd: Čigoja.
- Cvejić, S. (2018). Socijalna preduzeća u Srbiji. In A. Kostić, Ekonomija zaposlenosti i rad u Srbiji u XXI veku. Beograd: SANU.
- Cvejić, S., Babović, M., & Vuković. O. (2008) Mapiranje socijalnih preduzeća u Srbiji, Beograd: UNDP.
- Dejanović, A. (2019). Primeri dobre prakse socijalnog preduzetništva, Beograd.
- Економски утицај социјалних предузећа у Републици Србији (2014). Statistical Office of the Republic of Serbia, Beograd.
- Giddings, B., Hopwood, B., & O'Brien, G. (2002). Environment, economy and society: Fitting them together into sustainable development. *Sustainable Development*, 10(4), 187–196.
- Grozdanić, R., Radović-Marković, M., & Jovančević, D. (2012). Reciklaža kao rastuća tržišna niša socijalnih preduzeća, ebooks.iien.bg.ac.rs. http://www.researchgate.net/publication/242642851_Social_Sustainability_in_a_Globalizing_World_Context_theory_and_methodology_explore.
- Konning, J. (2015). Social Sustainability in a Globalizing World Context, theory and methodology explored, 7, sa:
- Mijatović, B., Paunović, M., Kovačević, V., (2012), Социјално предузетништво у Србији, Beograd.
- Miltojević, V. (2011). Kultura kao dimenzija održivog razvoja. *Teme*, 35(2), 639–653.
- Ministry of Labour (2006). Finland's first social enterprises. Government Policy Programmes. www.mol.fi Robinson.
- Most Policy Paper, No 6, 27.
- Novaković, N., Macura, R., & Novaković, N. (2020). Zašto pokrenuti socijalno preduzeće?, *Tranzicija, Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije / Journal of economic and politics of Transition Tuzla-Zagreb-Beograd-Bukurešt*, Vol. 23, No. 45, Pregledni rad Review paper JEL Classification: B55, L26, L31.
- Perić, M., Maksimović, Sekulić, N., & Lukić, J. (2019). Socijalno preduzetništvo1, Početni kurs – Kako pokrenuti socijalno preduzeće?, Beograd.
- Pivašević, J., & Hafnet, P. (2013). Institucionalna dimenzija održivog razvoja, *Škola biznisa*, 3-4, UDC502.131.1.
- Shrestha, M. (2013). Perspektive i faze razvoja socijalnog preduzetništva u Srbiji. Diplomski rad, Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet
- Yunus, M. (2019). *Information Resources Management Association*, Vol. 1:215.
- Zakon o socijalnom preduzetništvu, objavljen u „Službenom glasniku RS“, br. 14/2022 od 7.2.2022.god. <https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>
- Čavoški, A., (2005), Zaštita životne sredine – upravljanje otpadom Odluka Komisije 2000/532/EZ o utvnlivanju liste otpada od 3. maja 2000. godine kojom je stavljena van snage odluka 94/3/EZ o utvraivanju liste otpada u skladu sa članom l(a) Direktive Saveta 75/442/EEZ o otpadu i odluke Saveta 94/904/EZ kojom se utvrauje lista opasnog otpada u skladu sa članom 1(4) Direktive 91/689\$EZ o opasnom otpadu, Sluiben list L 226 06.09.2000 str.3

Slavica Anđelić
Olivera Milutinović

005.961:005.914.3]:364-3
DOI: 10.5937/MegRev2203377A
Originalni naučni rad
Primljen 20.09.2022.
Odobren 02.12.2022.

SOCIAL ENTERPRISES AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract: *Sustainable development can be defined as a development that satisfies needs of the present without threatening capabilities of future generations to satisfy their needs. Such development proposes reduction of poverty and improvement of the quality of life. In this respect, sustainable development proposes economical, ecological, political and cultural sustainability. Social business is irreplaceable from the sustainable development concept. „Sustainable“ in this case refers to something that can last without imposing big costs and negative externalities. It is necessary to have a stable source of physical, financial, human, material and non-material resources, in order to sustainably develop the economy. Social companies are non-profit organizations. However, social companies can realize profit which is not the primary aim of business and cannot be shared, but used for the development and improvement of business activities.*

Key words: *sustainable development, social companies, entrepreneurship, employment*

Milica Mladenović*
Srđan Milićević**

366.1
658.85:159.9
DOI: 10.5937/MegRev2203389M
Primljen 15.02.2022.
Odobren 11.03.2022.
Pregledni naučni rad

NEUROMARKETING KAO ALAT MARKETING ISTRAŽIVANJA I REALIZACIJE STRATEGIJE ODNOSA SA POTROŠAČIMA

Sažetak: *Neuromarketing je disciplina koja povezuje proučavanje ponašanja potrošača sa neuronaukom na taj način što ispituje uticaj marketinga na potrošače posmatranjem i tumačenjem njihovih emocionalnih reakcija na različite marketing stimulse. Korišćenjem metoda kao što su funkcionalna magnetna rezonanca (fMRI), elektroencefalografija (EEG), praćenje pokreta oka (ET), galvanska reakcija kože (GSR) i facijalno kodiranje (FC), neuromarketing može pomoći kompanijama da razumeju kako potrošači donose odluke i šta zaista osećaju, misle i žele na nesvesnom nivou, što kasnije postaje pouzdaniji indikator njihovog ponašanja prilikom kupovine proizvoda i usluga. Osim kao alat marketing istraživanja, neuromarketing se može posmatrati i kao strategija za unapređenje komunikacije i odnosa kompanija sa potrošačima. Svrha ovog rada je shvatanje značaja neuromarketinga za razumevanje podsvesnih procesa u mozgu potrošača i uočavanje uticaja ovih procesa na ponašanje potrošača. To će u konačnom doprineti boljem strateškom pozicioniranju kompanija i njihovih proizvoda na tržištu.*

Ključne reči: *neuromarketing metode, neuromarketing istraživanja, funkcionalna magnetna rezonanca (fMRI), elektroencefalografija (EEG)*

* MSc Ecc, Milica Mladenović, Asistent, Fakultet za menadžment, Metropolitan univerzitet, Beograd, Srbija, milica.mladenovic@metropolitan.ac.rs

** Doc. dr, Srđan Milićević, Docent profesor, Fakultet za menadžment, Metropolitan univerzitet, Beograd, Srbija, srdjan.milicevic@metropolitan.ac.rs

1. UVOD

Neuronauke zajedno sa psihologijom i marketingom veoma su značajne za poslovni proces i strateško odlučivanje, naročito kada je reč o utvrđivanju i analiziranju ponašanja potrošača i načinu na koji potrošači donose odluke. Neuromarketing je disciplina koja ima za cilj dobijanje uvida u stvarne, duboke i nesvesne preferencije i želje potrošača, koje se nalaze u njihovom mozgu. To omogućava kompanijama da razumeju šta potrošači zaista osećaju i misle, a ne šta kažu, kako bi se izbeglo to da potrošači daju usmene odgovore koje očekuju da kompanija želi da čuje. Oblast neuromarketinga razvijena je zbog nedovoljne preciznosti tradicionalnih metoda marketing istraživanja u prilagođavanju proizvoda preferencijama kupaca. Pritom je važno istaći da neuromarketing ne zamenjuje tradicionalno istraživanje tržišta, već ima za cilj bolje razumevanje ponašanja potrošača na osnovu analize aktivnosti mozga. Odgovorne kompanije koriste obe metode marketing istraživanja kako bi dobijeni podaci bili što precizniji. Neuromarketing metode se mogu koristiti kao komplementarne sa tradicionalnim marketing metodama, pri čemu neuromarketing daje novi uvid u psihološke aspekte ponašanja potrošača tj. njihove nesvesne emocionalne procese. U radu su predstavljeni primeri i efekti sprovedenih istraživanja primenom različitih neuromarketing metoda u testiranju reklame, dizajna i cene proizvoda.

Na osnovu rezultata neuromarketing istraživanja, kompanija može tačnije da utvrdi preferencije kupaca i da na osnovu njih kreira prototip proizvoda koji je lakši za upotrebu, privlačniji i sa kojim kupci mogu da se povežu, te se neuromarketing može smatrati "vodičem za mozak potrošača". Kombinovanjem neuronauka i marketinga, neuromarketing može da pruži uvid u različite aspekte ponašanja potrošača, koji često ostanu potpuno ili delimično neobjašnjeni tradicionalnim metodama marketing istraživanja. Kada se koristi zajedno sa tradicionalnim marketing metodama, neuromarketing može doprineti kreiranju proizvoda koje potrošači zaista žele, te približavanju krajnjem marketing cilju - uticaju na potrošače predviđanjem njihovog ponašanja u situacijama kada su izloženi određenim stimulusima.

Određeni ograničavajući faktori u procesu neuromarketing istraživanja takođe su navedeni u radu, ali su i izneti argumenti o tome da neuromarketing istraživanje precizno analizira i interpretira aktivnosti u mozgu potrošača, što doprinosi boljem razumevanju ponašanja potrošača i daje realniju sliku o tome šta tačno podstiče potrošače na kupovinu proizvoda i usluga.

2. KONCEPT NEUROMARKETINGA

Neuroekonomija je posebna disciplina u kojoj stručnjaci iz oblasti ekonomije, psihologije, neurobiologije i neuronauka spajaju svoje znanje i pružaju praktične alate za ispitivanje reakcija potrošača na različite marketing stimulse radi boljeg razumevanja ponašanja potrošača.¹ Drugim rečima, neuromarketing je savremena interdisciplinarna oblast koja primenjuje metode neuronauke u poslovnom odlučivanju vezanom za različite aspekte mar-

¹ Garcia, R. J. & Saad, G. (2008): "Evolutionary Neuromarketing: Darwinizing the Neuroimaging Paradigm for Consumer Behavior", *Journal of Consumer Behaviour*, 7, 397-414.

ketinga kao što su karakteristike proizvoda (npr. materijal ili pakovanje), reklame ili cene. Ova marketing oblast u razvoju predstavlja podoblast neuroekonomije, koja u istraživanju ponašanja potrošača kombinuje znanja o marketingu i metode neuronauke za analiziranje i tumačenje procesa u ljudskom mozgu.

Nemački profesor Ale Smidts prvi je upotrebio termin neuromarketing 2002. godine i pod njim je podrazumevao proučavanje mehanizma mozga radi razumevanja ponašanja potrošača u cilju poboljšanja marketing strategija kompanija, dok se doktor David Lewis smatra "ocem neuromarketinga" zbog izvršene pionirske analize moždane aktivnosti u istraživačke i komercijalne svrhe.²

Savremene medicinske metode omogućavaju identifikaciju i lokalizaciju aktivnosti razmišljanja i osećanja u tačno određenim delovima mozga. Ove reakcije mogu biti povezane i zavisne od marketing stimulusa kompanije, kao što su reči, boje, zvukovi, mirisi, pokreti, reklama, pakovanje, materijal, dizajn proizvoda... Kompanije pomoću neuromarketing metoda mogu da identifikuju koji stimulusi pokreću koju vrstu reakcije potrošača, što im može pomoći da kreiraju proizvode i reklame koji će izazvati željenu reakciju, poput pažnje, interesovanja, namere za kupovinom i krajnje akcije - kupovine. Korišćenjem neuromarketing alata mogu se izmeriti nesvesne reakcije potrošača na muziku, miris, ukus ili pakovanje proizvoda, količina znojenja kože, krvni pritisak, određene hormonalne promene, te pokreti mišića tela i lica subjekata.³ Na taj način neuromarketing istraživanja omogućavaju kompanijama da bolje prilagode svaki aspekt proizvoda stvarnim preferencijama i željama potrošača, što će dovesti do povećanja zadovoljstva potrošača i manjeg broja promašaja, kao i do smanjenja izuzetno visokih troškova razvoja i proizvodnje jer se istraživanje i prilagođavanje sprovodi u fazi razvoja, pre uvođenja proizvoda na tržište.⁴

Neuromarketing se može posmatrati kao alat marketing istraživanja, te kao strategija odnosa sa potrošačima, o čemu će više reći biti u nastavku.

2.1. Neuromarketing kao alat marketing istraživanja

Neuromarketing kao alat marketing istraživanja koristi znanja neuronauke za sticanje uvida u nesvesni deo potrošača - njihov mozak, pri čemu se rezultati tih istraživanja koriste za razvijanje i pozicioniranje proizvoda i brendova na tržištu, kreiranje strategija marketing komuniciranja, definisanje cena i razvijanje ukupnog odnosa brenda ili preduzeća sa potrošačima.⁵

² Kolev, D. (2012): "Neuromarketing kao nova marketinška paradigma", *Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije*, 2 (2), 252-273.

³ Veinović-Stevanović, J., Jovanović, J. & Štavljanin, V. (2019): "Upotreba alata neuronauke prilikom istraživanja ponašanja potrošača i predviđanja uspeha na društvenim mrežama", 93-100, u: Stanković Lj. (ur.): *Zbornik radova konferencije Izazovi savremenog marketinga*, Beograd: Srpsko udruženje za marketing - SeMA, 95.

⁴ Mladenović, M. & Madić, V. (2017): Car Clinic as a Neuromarketing Research Facility. *Proceedings of The Second Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2017, Belgrade: Metropolitan University, 72-80.

⁵ Baltazarević, R. & Baltazarević, V. (2014): *Neuromarketing - A New Approach to Theory of Communication, Management, Marketing and Communication: Current and Future Trends*, Belgrade: Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, 259-272.

Primenom neuronauka u praćenju i analiziranju svesnih i nesvesnih reakcija potrošača na različite marketing podsticaje (proizvod, cenu, logo, ambalažu, reklamu...) neuromarketing omogućava kompanijama da, sa mnogo većom preciznosti u odnosu na tradicionalne metode marketing istraživanja, dobiju bolji uvid u ono što potrošači zaista osećaju, misle i žele, da predvide ponašanje potrošača, sprovede efikasnije marketing kampanje i bolje se pozicioniraju na tržištu.⁶

Tradicionalne metode marketing istraživanja (ispitivanje, fokus grupa, intervju) ispituju, na primer, stavove potrošača prema određenim brendovima ili proizvodima, ali ti svesno iskazani stavovi nisu nužno faktor koji dovodi do konačne odluke o kupovini.⁷ To se dešava iz razloga što tradicionalne metode istraživanja zavise od spremnosti i sposobnosti potrošača da na svesnom nivou verbalizuju svoje stavove i osećanja, ne pružajući pritom uvid u podsvesnu obradu informacija u mozgu potrošača. Primena neuromarketing istraživanja za tumačenje psiholoških procesa u mozgu ne zahteva svesno verbalno opisivanje potrošača kako se osećaju kada su izloženi određenom marketing stimulansu, što doprinosi tačnijem uvidu u njihova stvarna osećanja i stavove koji mogu dovesti do donošenja odluke o kupovini.⁸

Još jedan problem tradicionalnih metoda marketing istraživanja predstavlja to što ljudi često daju "politički korektan odgovor" koji očekuju da kompanija želi da čuje umesto njihovog stvarnog mišljenja ili osećanja.⁹ Analizom kognitivnih i perceptivnih karakteristika potrošača, neuromarketing pruža tačniji uvid u njihove stvarne potrebe i predstavlja "vodič za razumevanje potrošača prilikom donošenja odluke o kupovini".¹⁰ Drugim rečima, neuromarketing istraživanje nudi realniju sliku o tome šta kupci kupuju, koje su njihove preferencije i želje, te kako njihov mozak reaguje na različite marketing stimulse.

Istraživanjem ponašanja potrošača primenom neuromarketing metoda mogu se uporediti i reakcije potrošača na njima poznat i nepoznat brend. Ponavljanjem reklamnih poruka može se smanjiti negativan osećaj nepoznatosti, za koji je utvrđeno da se javlja kod potrošača kada se prvi put susretnu sa nekim brendom o kome ne znaju ništa.¹¹ Međutim, prekomerna izloženost nekom brendu može imati i negativan efekat dosade ili prezasićenosti kod potrošača. Stoga kompanija treba da pronade balans kako bi kupci prepoznali brend i kako bi se istovremeno izbegla prekomerna izloženost brendu kroz reklamne kampanje. Upravo u tome ključnu ulogu mogu imati neuromarketing metode, pomoću kojih se može, preciznije i tačnije u odnosu na tradicionalne metode marketing istraživanja, izmeriti posle koliko ponavljanja izloženosti određenom brendu prestaju da budu aktivni delovi mozga koji iza-

⁶ Fortunato, V., Giraldo J. & De Oliveira, J. (2014): "A Review of Studies on Neuromarketing: Practical Results, Techniques, Contributions and Limitations", *Journal of Management Research*, 6 (2), 201-220.

⁷ Agarwal, S. & Dutta, T. (2015): "Neuromarketing and Consumer Neuroscience: Current Understanding and the Way Forward", *Decision*, 42 (4), 457-462.

⁸ Poehlman, T. A. (2016): "Conceptualizing Consciousness in Consumer Research", *Journal of Consumer Research*, 1-71.

⁹ Slijepčević, M., Popović-Šević, N. & Radojević, I. (2019): "Limiting Aspects of Neuromarketing Research", *Journal of Innovative Business and Management*, 11 (1), 72-83.

¹⁰ Orzan, G., Zara, I. A. & Purcarea, V. L. (2012): "Neuromarketing Techniques in Pharmaceutical Drugs Advertising. A Discussion and Agenda for Future Research", *Journal of Medicine and Life*, 5 (1), 428-432.

¹¹ Madan, C. (2010): "Neuromarketing: The Next Step in Market Research?", *Eureka*, 1 (1), 34-42.

zivaju pozitivne reakcije i aktiviraju se delovi mozga koji izazivaju negativne reakcije.¹² Na taj način neuromarketing može pružiti kompanijama širi uvid u vezu između potrošača i brenda, uticaj reklama i identifikovanje emocija koje izazivaju različiti marketing stimulusi (reklama, logo, pakovanje) i koje aktiviraju određene delove mozga, štedeći tako kompanijama milione dolara za pogrešne kampanje koje nemaju nikakav efekat.¹³

S obzirom na to da su stvarni razlozi za određeno ponašanje potrošača često nesvesni, zbog čega je potrošačima izuzetno teško da verbalno izraze i na svesnom nivou shvate svoje prave motive kupovine, neuromarketing istraživanja omogućavaju bolje razumevanje ponašanja potrošača, prepoznavanje njihovih nesvesnih potreba i onoga što ih pokreće da izaberu određeni proizvod, što omogućava kompanijama da kreiraju adekvatne elemente marketing miksa tj. da bolje prilagode svoje proizvode, reklame, komunikaciju, cene i distribuciju stvarnim potrebama potrošača kako bi im pružile posebno iskustvo u procesu kupovine.¹⁴

2.2. Neuromarketing u funkciji kreiranja i sprovođenja strategije odnosa sa potrošačima

Neuromarketing ispituje procese koji se odvijaju u mozgu potrošača prilikom donošenja odluka, pri čemu neurolozi sprovode samo istraživanje i daju medicinsko tumačenje, ali su nakon toga marketing menadžeri i direktori kompanija ti koji donose strateške odluke na osnovu rezultata ovih istraživanja. Uvidi u reakcije mozga potrošača na određeni marketing stimulans veoma su značajni za kreiranje novih inovativnih proizvoda koji će zadovoljiti novouočene potrebe potrošača na koje tržište nije adekvatno odgovorilo. S obzirom na to da se ovi uvidi mogu primeniti i pri definisanju strategije nastupa na tržištu, cenovne politike i marketing kampanja, može se reći da neuromarketing pruža i strateški pristup u odnosu sa savremenim potrošačima.¹⁵

Neuromarketing istraživanja o poverenju potrošača u kompaniju ili brend mogu doпрineti kreiranju adekvatnijih marketing strategija za nastup na tržištu.¹⁶ Sa saznanjima do kojih se dođe kroz ova istraživanja može se kao partner za nastup na tržištu izabrati kompanija koja kod potrošača već izaziva slične emocije i nivo poverenja, tako da neuromarketing može otkriti i potencijalne poslovne prilike za kompaniju.

Neuromarketing omogućava da se predviđanje uspešnosti proizvoda ili marketing aktivnosti ne zasniva isključivo na rezultatima tradicionalnih marketing istraživanja, već pre svega na saznanjima o tome kako ljudi zaista obrađuju informacije, reaguju na različite stimulse i donose odluke.¹⁷ Razumevanje kupaca omogućava da se ta saznanja primene kako

¹² De Oliveira, J., Giraldi, J. & Santos, R. (2014): "Opening the Black Box in the Consumer's Mind: Understanding What is Neuromarketing", *International Journal of Business and Management*, 9 (9), 96-107.

¹³ Breiter, H. C., Block, M., Blood, A. J., Calder, B., Chamberlain, L., Lee, N. & Zhang, F. (2015): Redefining Neuromarketing as an Integrated Science of Influence, *Frontiers in Human Neuroscience*, 8, 1073.

¹⁴ Wang, Y. I. & Minor, M. S. (2008): "Validity, Reliability, and Applicability of Psychophysiological Techniques in Marketing Research", *Psychology & Marketing*, 25 (2), 197-232.

¹⁵ Slijepčević, M., Popović-Šević, N. & Radojević, I. (2018): "Neuromarketing as a Business Strategy", 241-255, in: Ovin, R., Ašanin Gole, P., Maček, A. (eds.): *Challenges of Applied Business and Social Studies: Monograph of the DOBA Business School*, Maribor: DOBA Business School.

¹⁶ Krajinović, A., Sikirić, D. & Jašić, D. (2012): Neuromarketing and Customers' Free Will. *Proceedings of The 13th International Management Conference - Management Transformation with Creativity*, Koper: Faculty of Management University of Primorska & Budapest: Corvinus University, 1143-1163.

¹⁷ Madan, C. (2010): "Neuromarketing: The Next Step in Market Research?", *Eureka*, 1 (1), 34-42.

bi se zadovoljile njihove potrebe i želje, što dovodi do boljeg definisanja tržišnih segmenata, stvaranja konkurentne prednosti i dobrog pozicioniranja na visokokonkurentnom tržištu. Na taj način neuromarketing može pomoći kompanijama u kreiranju prilagođenih strategija koje mogu zadovoljiti stvarne potrebe i preferencije njihovih potrošača kroz nove i inovativne proizvode.

Psihološke cene zajedno sa neuromarketing metodama donele su kompanijama veoma značajne uvide - utvrđeno je da prikaz cene sa decimalama (npr. 300,00 din.) ljudski mozak doživljava kao višu cenu u odnosu na prikaz cene bez decimala (npr. 300 din), kao i da potrošači percipiraju cenu izraženu okruglim brojem (npr. 300 din.) kao višu u odnosu na tu istu cenu smanjenu za 1 (npr. 299 din.) tj. da ljudski mozak prilikom obrade cena prvo pamti prvu cifru u ceni, a manje pažnje posvećuje poslednjim ciframa.¹⁸ Kompanije mogu značajno uticati na povećanje svoje prodaje korišćenjem ovih saznanja prilikom kreiranja strategije cena svojih proizvoda.

S obzirom na to da živimo u potrošačkom društvu i da neuromarketing doprinosi razumevanju ponašanja potrošača prilikom kupovine, neuromarketing se može posmatrati kao poslovna strategija sama po sebi, ali i kao deo sveukupne korporativne strategije kompanija orijentisanih na potrošače, kao "moćan alat za poslovanje koji kompanijama pruža originalnost u nastupu na tržištu".¹⁹ Na osnovu saznanja iz neuromarketing istraživanja, kompanija može inovirati i razvijati svoju marketing strategiju, a neuromarketing u kombinaciji sa tradicionalnim metodama marketing istraživanja može biti temelj za kreiranje ili unapređenje strategija pozicioniranja kompanija na tržištu.²⁰

Primena neuromarketinga kompaniji može doneti konkurentsku prednost i u načinu rešavanja poslovnih problema - kada kompanija prilazi različitim problemima i odlukama u poslovanju sa neuronaučnim pristupom, bolje će razumeti zašto se ljudska bića ponašaju ili reaguju na određeni način i mnogo tačnije će moći da predvidi to ponašanje, kako kupaca tako i konkurenata i svojih zaposlenih.²¹

Značaj neuromarketinga potvrđuje i to što preko 300 kompanija širom sveta trenutno primenjuje neuromarketing metode (npr. Yahoo, Xbox, Hyundai), a najveće agencije za marketing istraživanja (npr. Ipsos, Nielsen) imaju posebna odeljenja za neuromarketing.²² Na Balkanu se neuromarketing istraživanjima bave marketing agencije EyeSee i Valicon (Srbija), Neuromarketing (Bugarska), Promo Sapiens (Hrvatska), Buyer Brain (Rumunija) i druge.

¹⁸ Lee, N., Broderick, A. & Chamberlain, L. (2007): "What is Neuromarketing? A Discussion and Agenda for Future Research", *International Journal of Psychophysiology*, 63, 199-204.

¹⁹ Slijepčević, M., Popović-Šević, N. & Radojević, I. (2018): "Neuromarketing as a Business Strategy", 241-255, in: Ovin, R., Ašanin Gole, P., Maček, A. (eds.): *Challenges of Applied Business and Social Studies: Monograph of the DOBA Business School*, Maribor: DOBA Business School.

²⁰ Burgos-Campero, A. & Vargas-Hernandez, J. (2013): "Analytical Approach to Neuromarketing as a Business Strategy", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 517-525.

²¹ Lee, N., Butler, M. & Senior, C. (2010): "The Brain in Business: Neuromarketing and Organizational Cognitive Neuroscience", *Journal for Marketing*, 49, 129-131.

²² Bakardžieva, E. & Kimmel, A. J. (2016): "Neuromarketing Research Practices: Attitudes, Ethics and Behavioural Intentions", *Ethics & Behavior*, 27 (3), 179-200.

3. NEUROMARKETING METODE U MARKETING ISTRAŽIVANJU

Samo 5% aktivnosti ljudskog mozga je svesno i racionalno, što predstavlja racionalne izbore kojih su ljudi svesni kada donesu odluku - to znači da je čak 95% aktivnosti ljudskog mozga nesvesno i emocionalno.²³ Ovih 95% ima mnogo dublji uticaj na odluke koje ljudi donose, ali ljudi toga nisu svesni i stoga nisu u stanju da to osete i verbalno izraze. S obzirom na to da se tradicionalne marketing metode oslanjaju na svesnu stranu mozga, to bi moglo da objasni zašto čak 80% novih proizvoda koji se uvedu na tržište ne uspe i nestane sa tržišta često već posle godinu dana.²⁴

Kako bi na dublji način razumele kako potrošači biraju određeni proizvod ili brend, kompanije mogu koristiti neuromarketing metode istraživanja mozga potrošača, kojima se na nivou milisekunde mere i analiziraju nesvesni procesi u mozgu (pažnja i emocionalni odgovori) kada su potrošači izloženi određenom marketing stimulansu.²⁵

U neuromarketing istraživanjima najčešće se prate 2 pokazatelja - indeks pažnje i indeks emocionalne reakcije. *Indeks pažnje (Attention Index)* na osnovu praćenja moždane aktivnosti pokazuje da li i u kojoj meri ono što subjekti posmatraju zaista privlači njihovu pažnju i interesuje ih, dok *indeks emocionalne reakcije (Emotional Reaction Index)* meri (ne) prijetnost na osnovu praćenja moždane aktivnosti i omogućava da se sazna da li se subjektima zaista dopada ono što posmatraju.²⁶ Viši nivo indeksa pažnje u korelaciji je sa većom zainteresovanošću, prisećanjem i kognitivnim procesiranjem, dok je indeks pozitivne emocionalne reakcije u korelaciji sa željom, zadovoljstvom, srećom i namerom za kupovinom.²⁷ Reklame koje imaju opuštajući efekat i ne zahtevaju punu budnost i aktivnu koncentraciju, stvaraju bolji emotivni odgovor kod subjekata, ali to ne znači nužno da će se ove reklame i detalji iz njih i bolje pamti, pa je potrebno sprovesti neuromarketing istraživanje kako bi se izveli zaključci.

U neuromarketing istraživanjima primenjuju se metode neuronauke koje mere neurološke reakcije ljudi, naročito one koje mogu da prikažu vizualizaciju moždanih aktivnosti - tehnologije snimanja mozga. Najčešće korišćene neuromarketing metode su: funkcionalna magnetna rezonanca (fMRI), elektroencefalografija (EEG), praćenje pokreta oka (ET), galvanska reakcija kože (GSR) i facijalno kodiranje (FC). Navedene neuromarketing metode najčešće se koriste zajedno tj. kombinuju se kako bi se izneo sveukupni zaključak o određenom marketing stimulansu - npr. da li potrošači doživljavaju određeni marketing stimulans kao dobar ili kao loš, s obzirom na njihove podsvesne reakcije. Na osnovu tog zaključka

²³ Madan, C. (2010): "Neuromarketing: The Next Step in Market Research?", *Eureka*, 1 (1), 34-42.

²⁴ Pradeep, A. (2010): *The Buying Brain: Secrets for Selling to the Subconscious Mind*, Wiley & Sons, Inc., New Jersey, USA, 5.

²⁵ Pessoa, L. (2010): "Emotion and Attention Effects: Is It All a Matter of Timing? Not Yet", *Frontiers in Human Neuroscience*, 4, 172.

²⁶ Cherubino, P., Martinez-Levy, A. C., Myriam, C., Cartocci, G., Di Flumeri, G., Modica, E., Rossi, D., Mancini, M. & Trettel, A. (2019): "Consumer Behaviour through the Eyes of Neurophysiological Measures: State-of-the-Art and Future Trends", *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2019, 1-41.

²⁷ Ibid.

²⁸ Tsenov, G., Georgiev, S., Andonov, S. & Mladenov V. (2020): "Electroencephalography for TV Advertisement Decomposition", *Electrotechnica & Electronica (E+E)*, 55 (3-4), 41-48.

kompanija može doneti jasnu odluku o tome na koji način se taj marketing stimulans može unaprediti kako bi ga potrošači doživeli kao dobrog i uspešnog.

Funkcionalna magnetna rezonanca (functional Magnetic Resonance Imaging - fMRI) je metoda koja koristi magnet i radio talase za stvaranje slika (neurovizualizaciju) živog mozga u visokoj rezoluciji.²⁹ Subjekti leže na stolu, u velikom uređaju za magnetno snimanje, pri čemu im se kroz naočare prikazuju različiti marketing materijali (stimulusi). Ova metoda meri promene protoka krvi u mozgu i pokazuje istraživačima koji deo mozga postaje aktivan kada je izložen određenim stimulusima, čime se može utvrditi određeni obrazac ponašanja tj. može se “dekodirati mozak”.³⁰

Elektroencefalografija (Electroencephalography - EEG) je metoda koja meri električnu aktivnost mozga pomoću kape sa elektrodama postavljenim na glavu subjekta, uz posmatranje grafičkog prikaza moždanih talasa čije različite amplitude odgovaraju različitim psihološkim stanjima.³¹ Tokom pola sekunde između trenutka kada mozak primi stimulus i njegovog odgovora dolazi do podsvesne neurološke reakcije, pri čemu EEG snima električne talase i povezuje ih u pamćenju, emocijama i pažnji u skladu sa aktivnostima određenih delova mozga.³² EEG metoda omogućava kompaniji da utvrdi emocionalnu povezanost i osećanja subjekta prema kompaniji, brendu ili poruci, te može pomoći u predviđanju da li će se subjekt identifikovati sa situacijama, ljudima ili vrednostima prikazanim kroz stimulse kao što su reklame, slike proizvoda, video snimci ili kompjuterske simulacije.³³ EEG može detektovati čak i najsuptilnije i najbrže stimulse iz reklame, koji se zatim mogu koristiti za poboljšanje same reklame, a samim tim i povećanje uključenosti potrošača, što će posledično dovesti i do rasta prodaje.³⁴

Praćenje pokreta oka (Eye Tracking - ET) je metoda kojom se procenjuje vizuelna pažnja subjekta u svakoj milisekundi izloženosti reklami, slici, video snimku, poruci, fizičkom proizvodu ili maloprodajnom objektu kako bi se utvrdilo koji stimulans je privukao najviše pažnje.³⁵ Ova metoda se može primenjivati u formi očne kamere ili u formi uređaja koji je povezan sa EEG uređajem, pri čemu se sinhronizovani signal sa oba uređaja (EEG i ET) može pratiti, meriti i proceniti koliko vremena su subjekti proveli i kako su se osećali dok su posmatrali svaki element testiranog materijala.³⁶ Ovom metodom se prati tačka pogleda (gde subjekt gleda i šta prvo opaža), pokreti oka (pauziranje u određenom položaju (fiksaciju) ili prelazak u drugi položaj) i širenje zenica, a kao rezultat se prikazuje putanja pokreta

²⁹ Yoon, C., Gutchess, A. H., Feinberg, F. & Polk, T. A. (2006): “Study of Neural Dissociations between Brand and Person Judgments”, *Journal of Consumer Research*, 33 (1), 31-40.

³⁰ Ariely, D. & Berns, G. S. (2010): “Neuromarketing: The Hope and Hype of Neuroimaging in Business”, *Nature Reviews Neuroscience*, 11 (4), 284-292.

³¹ Morin, C. (2011): “Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior”, *Society*, 48 (2), 131-135.

³² Slijepčević, M., Popović-Šević, N. & Radojević, I. (2017): Neuromarketing Research - A New Mirror on Consumer Behavior, *Proceedings of The Second Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2017, Belgrade: Metropolitan University, 15-22.

³³ Tsenov, G., Georgiev, S., Andonov, S. & Mladenov V. (2020): “Electroencephalography for TV Advertisement Decomposition”, *Electrotechnica & Electronica (E+E)*, 55 (3-4), 41-48.

³⁴ Ibid.

³⁵ Ćosić, D. (2016): “Neuromarketing in Market Research”, *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 14 (2), 139-147.

³⁶ Ibid.

oka i može se zaključiti šta su subjekti posmatrali najduže vreme.³⁷ To može pomoći kompanijama da istraže koliko pažnje potrošači posvećuju svakom stimulansu i da na taj način poboljšaju svaki element (reklamu, ambalažu, poziciju u maloprodajnom objektu...) kako bi povećale željeni efekat - donošenje odluke o kupovini od strane potrošača.

Galvanska reakcija kože (Galvanic Skin Response - GSR) predstavlja mali uređaj postavljen na prst subjekta, koji registruje varijacije u galvanskim reakcijama kože i na taj način meri nivo uzbuđenja ("mikro ježenje kože") koje su izazvali proizvod, reklama ili poruka.³⁸ Drugim rečima, GSR meri reakcije na stimulans praćenjem suptilnih promena na koži, poput temperature i znoja, što može pomoći kompanijama da predvide da li će se potrošači uzбудiti i pokrenuti na akciju (kupovinu proizvoda) kada dodirnu određeni proizvod ili materijal.

Facijalno kodiranje (Facial Coding - FC) je metoda analize izraza lica koje subjekt pravi kada je izložen specifičnim stimulusima (kao što su proizvod, reklama, boja ili logo), te metoda otkrivanja emocija koje ovi izrazi lica izazivaju kod subjekta.³⁹ Senzori koji su integrisani u softver za facijalno kodiranje analiziraju izraze lica, koji su povezani sa 7 osnovnih emocionalnih reakcija: radost, iznenađenje, bes, gađenje, strah, tuga i prezir, što čini ovu metodu najpraktičnijom za merenje reakcija na različite mirise i ukuse - npr. degustacije hrane i pića, isprobavanje parfema...⁴⁰

4. PRIMENA NEUROMARKETINGA U FUNKCIJI IDENTIFIKOVANJA REAKCIJA POTROŠAČA

Na osnovu rezultata neuromarketing istraživanja razvijaju se brendovi, menjaju se osnove za pozicioniranje, redizajniraju se ambalaže proizvoda, kreiraju se reklame i preuređuju se maloprodajni objekti - u smislu boja, mirisa, muzike, pozicioniranja proizvoda i polica... Istraživanja su pokazala da su vizuelni stimulusi efikasniji kada su povezani sa još nekim čulom (npr. sluhom ili mirisom) - stoga se, radi postizanja emocionalne povezanosti sa potrošačima, u reklamama pored vizuelnog aspekta (npr. logotipa) često koriste i izabrani zvuci ili melodije, a prilikom neuromarketing testiranja marketing materijala, marketing stručnjaci postavljaju sledeća pitanja:⁴¹

– Šta su potrošači primetili u reklamama, a šta nisu?

³⁷ Mamula, T. & Blažanin, B. (2017): Are We Buying Rationally or Impulsively? What Actually Happens in the Consumer's Mind and What Does Neurotechnology Reveal?, *Proceedings of The Second Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2017, Belgrade: Metropolitan University, 48-54.

³⁸ Van Praet, D. (2012): *Unconscious Branding: How Neuroscience Can Empower (and Inspire) Marketing*, St. Martin's Press - Palgrave MacMillan, New York, 138.

³⁹ Cherubino, P., Martinez-Levy, A. C., Caratu, M., Cartocci, G., Di Flumeri, G., Modica, E., Rossi, D., Mancini, M. & Trettel, A. (2019): "Consumer Behaviour through the Eyes of Neurophysiological Measures: State-of-the-Art and Future Trends", *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2019, 1-41.

⁴⁰ Ibid.

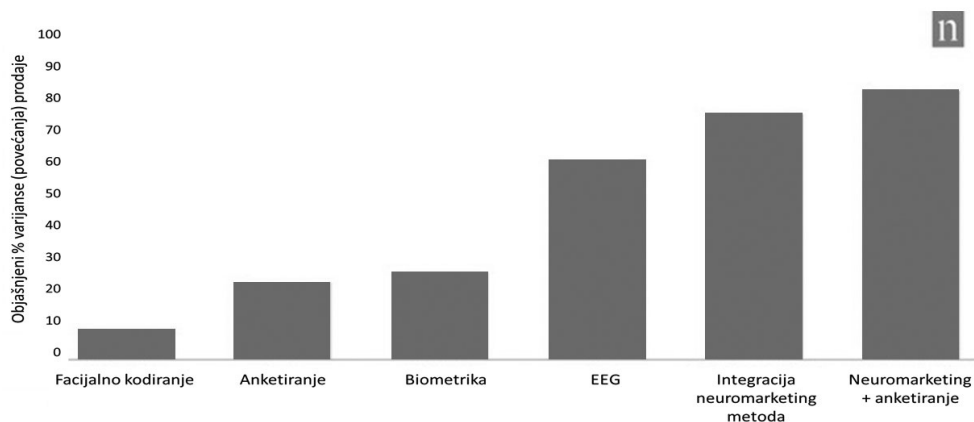
⁴¹ Mikić, A. (2016): Neuromarketing as a New Paradigm for Understanding Consumer Behavior, *Proceedings of The First International Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2016, Belgrade: Metropolitan University, 71-75.

- Koji deo reklame privlači najviše pažnje?
- Koji su elementi dizajna pakovanja primećeni i najviše posmatrani?
- Da li potrošači vide sve ono što kompanija želi da vide?
- Koliko vremena je potrebno da potrošači pronađu relevantne informacije?

Kompanija može da kreira različite verzije proizvoda, ambalaže ili reklame, sa promenama boja i pozicija elemenata, kako bi uporedila dobijene rezultate neuromarketing istraživanja i na osnovu njih kreirala najbolje rešenje za potrošače.

Rezultati istraživanja marketing agencije Nielsen (Slika 1) pokazali su da, iako primena pojedinačnih neuromarketing metoda u značajnoj meri objašnjava povećanje prodaje (od facijalnog kodiranja sa 9% do EEG-a sa 62%), njihova zajednička primena objašnjava najveći procenat - čak 77% povećanja prodaje. Na osnovu toga se može zaključiti da integracija različitih neuromarketing metoda omogućava najviši nivo predviđanja prodaje.

Slika 1: Rezultati istraživanja marketing agencije Nielsen Consumer Neuroscience



Izvor: Nielsen Consumer Neuroscience. (2016): *Groundbreaking Research Shows Ability of Neuroscience Measures to Predict In-Market Sales Results*. <https://www.prnewswire.com/news-releases/groundbreaking-research-shows-ability-of-neuroscience-measures-to-predict-in-market-sales-results-300283684.html> (Pristupljeno 23.01.2022.)

4.1. Neuromarketing testiranje reklama

Neuromarketing istraživanja vezana za reklame mogu se sprovoditi na sledeće načine:⁴²

- rastavljanjem reklame na pojedinačne slike i zvukove, te istraživanjem koji od njih se više dopadaju potrošača i privlače im više pažnje,
- upoređivanjem snimljenih različitih verzija delova reklame i merenjem moždane aktivnosti potrošača za svaku verziju.

U slučaju korišćenja poznatih ličnosti u reklamama uočena je visoka korelacija između pozitivne percepcije poznate ličnosti i percepcije samog proizvoda.⁴³ Drugim rečima, potro-

⁴² Ohme, R. & Matukin, M. (2012): "A Small Frog That Makes a Big Difference: Brain Wave Testing of TV Advertisements", *EEE Pulse*, 3 (3), 28-33.

⁴³ Stallen, M., Smidts, A., Rijpkema, M., Smit, G., Klucharev, V. & Fernandez, G. (2010): "Celebrities and Shoes on the Female Brain: The Neural Correlates of Product Evaluation in the Context of Fame", *Journal of Economic Psychology*, 31 (5), 802-811.

šaci će svoj pozitivni doživljaj poznate ličnosti koja reklamira proizvod podsvesno preneti i na svoj doživljaj samog proizvoda.

Interesantan je primer reklame sa bebom koja u prvoj reklami gleda pravo, a u drugoj gleda u stranu, ka tekstu koji je napisan pored nje. Primena ET metode praćenja pokreta oka pokazuje da ljudi, osim u bebu, mnogo više gledaju i u tekst na drugoj slici (na kojoj i beba gleda u tekst) nego na prvoj slici (na kojoj beba gleda pravo). Na osnovu ovog istraživanja može se doneti zaključak da subjekti gledaju u ono u šta gleda osoba (u ovom slučaju beba) u reklami, što može biti veoma koristan i značajan uvid za kompanije prilikom kreiranja reklama.⁴⁴

Neuromarketing testiranje i sprovedena analiza nesvesne vizuelne percepcije TV reklame za 5 različitih Podravka gotovih supa pomoću ET metode praćenja pokreta oka pokazali su da je supa Okruglica privlačila pažnju subjekata mnogo više od ostalih supa.⁴⁵ Pored slika supa, u reklami je prikazano još 5 elemenata: drvo, slogan, natpis "novo", Podravka logo i link ka Podravka web stranici. Slika supe Okruglica je centralno pozicionirana u reklami i crvena je, tako da nije iznenađujuće to što je imala značajno bolji rezultat od ostalih supa i što je 62% subjekata primetilo baš ovu supu. Subjektima je trebalo mnogo više vremena da uoče drvo i slogan, koji su bili sledeći sa 48% učešća posmatrača u ukupnom broju posmatrača. S obzirom na to da je u reklami prikazano mnogo detalja, natpis "novo" je primećen vrlo malo, a nijedan subjekt uopšte nije primetio Podravka logo. Na osnovu ovih veoma značajnih rezultata neuromarketing istraživanja, kompanija Podravka je mogla da ukloni neke manje vidljive elemente iz reklame ili da smanji dužinu reklame (kako bi smanjila troškove emitovanja).

Reklama kompanije Volkswagen za automobil Passat, sa dečakom u crnom kostimu Darth Vader-a iz Ratova zvezda, izazvala je najjači emotivni odgovor koji je marketing agencija Sands Research ikada otkrila - postigla je najviši indeks pažnje i indeks emocionalne reakcije ikad i zadržala je visoko "neuro-angažovanje" od početka do kraja reklame, što je dovelo do povećanja prodaje Volkswagen-a za čak 26%, postizući najbolje tržišno učešće ove kompanije u prethodnih 30 godina.⁴⁶ Subjekti su osetili snažnu emotivnu vezu, bili su veoma angažovani i snažno su se sećali kako same reklame tako i brenda Volkswagen iz reklame. Neuromarketing istraživanje je utvrdilo kako se subjekti zaista osećaju povodom ove reklame, otkrilo je da je na nesvesnom nivou ova reklama bila apsolutni pobednik i predvidelo je ogromno povećanje prodaje ovog automobila, što subjekti nisu mogli da shvate i verbalno izraze na svesnom nivou - ova reklama verovatno nikada ne bi bila prikazana da je kompanija zasnovala svoju marketing kampanju isključivo na tradicionalnim marketing istraživanjima.

4.2. Neuromarketing testiranje dizajna proizvoda

U neuromarketing istraživanju kompanije Daimler Chrysler vozačima su prikazane fotografije različitih modela automobila. Tom prilikom je sportski automobil percipiran kao

⁴⁴ Slijepčević, M., Popović-Šević, N. & Radojević, I. (2017): Neuromarketing Research - A New Mirror on Consumer Behavior, *Proceedings of The Second Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2017, Belgrade: Metropolitan University, 15-22.

⁴⁵ Ćosić, D. (2016): "Neuromarketing in Market Research", *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 14 (2), 139-147.

⁴⁶ Hannaford, A. (2013): *Neuromarketing: Can Science Predict What We'll Buy?*. <https://www.telegraph.co.uk/news/science/science-news/9984498/Neuromarketing-can-science-predict-what-well-buy.html> (Pristupljeno 22.01.2022.)

najatraktivniji, pri čemu se aktivirao deo mozga koji je odgovoran za samonagrađivanje (ovaj deo mozga mogu aktivirati i čokolada ili droga). Na osnovu toga se može zaključiti da je sportski automobil doživljen kao “stimulans osećanja nagrade”,⁴⁷ što je veoma značajan uvid za marketing menadžere koji kreiraju marketing kampanju za ovaj automobil.

Prikazivanjem fotografija različitih dizajna automobila, kompanija Chrysler je primenom fMRI metode za proučavanje mozga potrošača zaključila da bi potrošači najverovatnije kupili automobil čiji prednji deo liči na ljudsko lice,⁴⁸ što predstavlja veoma značajan uvid za dizajnere automobila ove kompanije.

Kompanija Toyota je shvatila da prvi utisak o automobilu može imati veliki uticaj na odluku o kupovini, te je zaključila da kupac mora da se oseća dobro, uzbuđeno i emocionalno povodom automobila.⁴⁹ Kako bi razvila takav automobil, kompanija je koristila kombinaciju neuromarketing i tradicionalnog marketing istraživanja. Od neuromarketing metoda korišćeni su EEG uređaji za praćenje moždane aktivnosti, GSR uređaji za merenje galvanske reakcije kože i ET uređaji za praćenje pokreta oka koji mere emocionalni angažman subjekata i delove automobila koji najviše privlače pažnju oka ispitanika. Nakon toga su koristili tradicionalne metode marketing istraživanja (upitnike i intervju) kako bi shvatili kako se subjekti osećaju i razmišljaju o automobilima (dizajnu, materijalu, udobnosti, opremi i performansama). Rezultati neuromarketing istraživanja pokazali su jasnu razliku u emocijama i dopadanju među automobilima kompanije Toyota i konkurentskih kompanija (Volkswagen, FIAT, Ford, Citroen, Renault, Hyundai i Peugeot). Takođe se jasno moglo zaključiti koji su spoljašnji i unutrašnji elementi svakog automobila percipirani kao najjači i najslabiji, na nesvesnom nivou. Ove informacije nije bilo moguće dobiti putem tradicionalnog marketing istraživanja s obzirom na to da su ocene za svaki model automobila bile gotovo identične, što pokazuje da ljudi nisu bili u stanju da verbalno izraze i razlikuju svoje preferencije na svesnom nivou. Rezultati neuromarketing istraživanja pokazali su koje aspekte prototipa Toyota automobila treba promeniti kako bi se bolje prilagodili stvarnim željama i preferencijama potrošača. Ovo otkriće je pomoglo Toyoti da smanji rizik od greške i poboljša svoj prototip automobila u toku faze razvoja, pre masovne proizvodnje i komercijalizacije, što je rezultiralo povećanjem prodaje.⁵⁰

4.3. Neuromarketing testiranje cena proizvoda

EEG testiranje spremnosti potrošača da plate različite cene za Starbucks kafu omogućilo je optimizaciju cene pre lansiranja proizvoda na tržište. Uočeno je da kada mozak treba da obradi neočekivano niske (0,10 €) ili neočekivano visoke cene (9,90 €), mozak uključuje alarm i javljaju se nesvesne odbrambene reakcije - šok, sumnja i iznenađenost (Slika 2). Ovo istraživanje je pokazalo da je najveća moždana aktivnost bila pri ceni od 2,40 €, te da je

⁴⁷ Britt, B. (2004): “Automakers Tap Consumer Brains”, *Automotive News Europe*, 9 (1), 1-22.

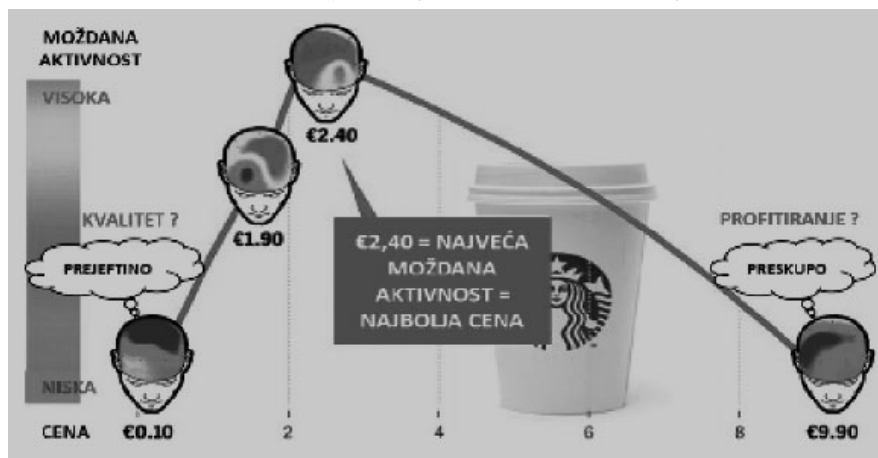
⁴⁸ Fusco, K. & Boland, W. (2011): *Neuromarketing: Buying Behavior and the Brain*, General University Honors, 25.

⁴⁹ Mladenović, M. & Madić, V. (2017): Car Clinic as a Neuromarketing Research Facility. *Proceedings of The Second Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2017, Belgrade: Metropolitan University, 72-80.

⁵⁰ Bhatia, K. (2014): “Neuromarketing: Towards a Better Understanding of Consumer Behavior”, *Optimization*, 6 (1), 52-62.

to najbolja (prava) cena.⁵¹ To znači da stvarna cena od 1,8 € po kojoj se kafa prodavala nije iskorišćavala potpuni profitni potencijal.

Slika 2: Prava cena - reakcije mozga na različite predloge cena za Starbucks kafu



Izvor: ExCentric Consulting. (2015): *A Very Brief History of Neuromarketing*. <https://www.slideshare.net/ExCentricConsulting/slide-share-presentation-en> (Pristupljeno 23.01.2022.)

Nastavak prethodno navedenog Starbucks istraživanja bilo je EEG testiranje i anketiranje studenata Univerziteta u Minhenu o spremnosti da plate različite cene za Latte Macchiato u rasponu 0,05 - 4,65 € (Slika 3). Nakon sprovedenog istraživanja, stvarna cena koju su kupci najčešće plaćali (27% kupaca) prilikom kupovine kafe na automatu bila je 0,95 €. Tradicionalni upitnici su pokazali da bi 54% kupaca bilo spremno da plati ovu cenu, dok je EEG testiranje pokazalo da bi 31% kupaca platilo ovu cenu.⁵² Poređenjem ovih rezultata istraživanja sa stvarno plaćenom cenom prilikom kupovine kafe, može se zaključiti da neuromarketing istraživanje (31% kupaca) omogućava tačnije predviđanje stvarne kupovine po određenoj ceni (27% kupaca) od tradicionalnog marketing istraživanja (54% kupaca). Drugim rečima, neuromarketing omogućava tačnije predviđanje prodaje tj. približavanje stvarnoj krivi tražnje.

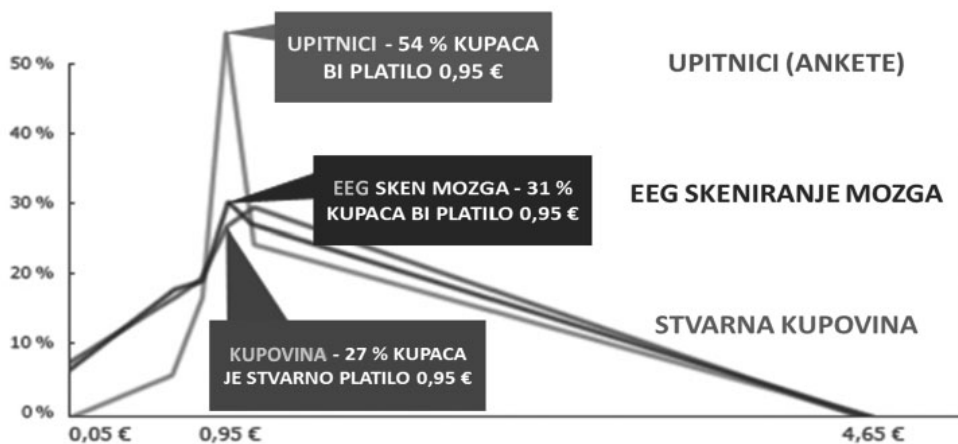
U istraživanju vezanom za izbor između 2 opcije, subjektima je ponuđeno da izaberu da li bi odmah kupili vaučer za 15% popusta ili bi posle 2 nedelje kupili vaučer za 20% popusta. Skeniranjem mozga subjekata, otkriveno je da je do većeg emocionalnog uzbuđenja došlo kod 1. opcije (vaučer za 15% popusta odmah) i da su veće šanse da subjekti odmah kupe ovaj vaučer, uprkos tome što racionalni um shvata da je 2. opcija bolja jer donosi veći popust.⁵³ Ovaj uvid vezan za preferirano vreme ponude veoma je značajan za kreranje cenovne politike i elemenata unapređenja prodaje u kompanijama.

⁵¹ Cherubino, P., Martinez-Levy, A. C., Caratu, M., Cartocci, G., Di Flumeri, G., Modica, E., Rossi, D., Mancini, M. & Trettel, A. (2019): "Consumer Behaviour through the Eyes of Neurophysiological Measures: State-of-the-Art and Future Trends", *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2019, 1-41.

⁵² Ibid.

⁵³ Lindstrom, M. (2010): *Buyology - The Truths and Lies on Why We Buy*, Crown Business, New York, 19-57.

Slika 3: EEG testiranje i anketiranje o spremnosti plaćanja različitih cena za Latte Macchiato



Izvor: ExCentric Consulting. (2015): *A Very Brief History of Neuromarketing*. <https://www.slideshare.net/ExCentricConsulting/slide-share-presentation-en> (Pristupljeno 23. 01. 2022.).

5. OGRANIČENJA NEUROMARKETINGA

Kao nova naučna disciplina i moderan pristup razumevanju ponašanja potrošača, neuromarketing se suočava i sa određenim ograničenjima u primeni: visoki troškovi, nepoverenje javnosti i (ne)usklađenost sa etičkim principima.⁵⁴

Što se tiče troškova primene neuromarketinga, uređaj za funkcionalnu magnetnu rezonancu (fMRI) košta oko milion dolara i fMRI testiranje sa 20 subjekata košta oko 15.000 dolara - cena za jedan sat snimanja u SAD-u iznosi 500 dolara, a u Srbiji 200 evra.⁵⁵ Pored visokih troškova, fMRI oprema je statična i veoma glomazna, što takođe otežava sprovođenje istraživanja. Od ostale neuromarketing opreme, EEG uređaj košta oko 8.000 dolara i EEG testiranje sa 30 subjekata košta oko 50.000 dolara, dok ET uređaj za praćenje pokreta oka košta oko 20.000 dolara i ET testiranje sa 10 subjekata košta oko 500 dolara.⁵⁶ Iako je neuromarketing istraživanje skuplje od tradicionalnih metoda istraživanja, može se dugoročno isplatiti jer omogućava veoma kvalitetno istraživanje tržišta i nudi jedinstven "uvid u mozak" i stvarna osećanja kupaca, što je naročito značajno ako kompanija planira da pokrene skupu i dugu marketing kampanju.

Uprkos tvrdnji da su neuromarketing metode neinvazivne i bezopasne po zdravlje, postoji određeno nepoverenje javnosti, što dovodi do poteškoća u pronalaženju subjekata za

⁵⁴ Dragolea, L. & Cotirlea, D. (2011): "Between Influence and Manipulation", *Polish Journal of Management Studies*, 3, 79-89.

⁵⁵ Dimitrijević, I. (2015): Savremene tehnike istraživanja ponašanja potrošača primenom neuromarketinga, *Master rad*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 69-70.

⁵⁶ Vlahović, B., Zagorac, M. & Zarić, V. (2015): "Tehnike neuromarketinga - savremeni način istraživanja ponašanja potrošača", *Agroekonomika*, 4 (65), 111-122.

sprovedenje istraživanja.⁵⁷ S obzirom na to da su neuronaučna istraživanja pokazala da su "ljudski mozgovi mnogo sličniji nego što su različiti", smatra se da je za neuromarketing istraživanje potrebno oko 10% od broja subjekata koji su potrebni za tradicionalno marketing istraživanje.⁵⁸ Pritom je broj subjekata po istraživanju ograničen visinom budžeta koji je kompanija spremna da izdvoji za neuromarketing istraživanje. Ipak, subjekti koji su pristali da učestvuju u ovakvim istraživanjima, izrazili su veoma pozitivne impresije vezane za aktivnosti neuromarketinga i svoje učešće u istraživanju.⁵⁹ Veoma važan aspekt izbora subjekata jeste njihova opšta sklonost ka novinama (npr. novim proizvodima ili tehnologijama) i spremnost da budu prvi koji će probati nov i nepoznat proizvod.⁶⁰ Ako su izabrani subjekti konzervativni potrošači, velika je verovatnoća da oni neće biti toliko oduševljeni nijednom karakteristikom proizvoda, ne nužno zbog samog proizvoda, već zbog svoje averzije prema riziku.

Takođe postoje određene dileme vezane za usklađenost neuromarketing istraživanja sa etičkim principima. Upotreba tehnologije koja zadire u dubine ljudskog mozga i mehanizme njegovog funkcionisanja stvara potrebu za zaštitom privatnosti i slobode izbora potrošača kako ne bi kasnije bili podsvesno izmanipulisani kroz marketing aktivnosti kompanija.⁶¹ Izuzetno je važno zaštititi potrošače od potencijalno štetnih efekata neuromarketinga poput preterane kupovine često nepotrebnih stvari. Često se vodi debata o tome da li je neuromarketing zaista neinvazivna metoda koja pomaže kompanijama da "tačnije shvate stvarne želje potrošača" ili je to zapravo metoda koja podsvesno navodi potrošača na proces kupovine.⁶² Neuromarketing se koristi za "analizu podsvesnih želja potrošača radi kreiranja posebnih "pokretača" tih želja, pretvarajući ih u stvarne potrebe, čije ispunjenje zahteva kupovinu proizvoda ili usluga".⁶³ Kritičari neuromarketinga smatraju da to može dovesti do neopravdano povećane kupovine od strane potrošača, što bi ih pretvorilo u "zavisnike" od tako prilagođenih marketing ponuda.⁶⁴ U literaturi se čak pominje da je cilj neuromarketinga pronaći tzv. "dugme kupovine" i na osnovu toga kreiranje reklamnih kampanja kojima potrošači "neće

⁵⁷ Kenning, P., Plassmann, H. & Ahlert, D. (2007): "Applications of Functional Magnetic Resonance Imaging for Market Research", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 10 (2), 135-152.

⁵⁸ Pradeep, A. (2010): *The Buying Brain: Secrets for Selling to the Subconscious Mind*, Wiley & Sons, Inc., New Jersey, USA, 11.

⁵⁹ Senior, C., Smyth, H., Cooke, R., Shaw, R. L. & Peel, E. (2007): "Mapping the Mind for the Modern Market Researcher", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 10 (2), 153-167.

⁶⁰ Mele, I., Bonchi, F. & Gionis, A. (2012): The Early-Adopter Graph and its Application to Web-Page Recommendation, *Proceedings of The 21st ACM International Conference on Information and Knowledge Management - CIKM 2012*, Hawaii: Maui, 1682-1686.

⁶¹ Murphy, E., Iles, J. & Reiner, P. (2008): "Neuroethics of Neuromarketing", *Journal of Consumer Behaviour*, 7 (4-5), 293-302.

⁶² Vlasceanu, S. (2014): "New Directions in Understanding the Decision-Making Process: Neuroeconomics and Neuromarketing", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 127, 758-762.

⁶³ Shiv, B. & Yoon, C. (2012): "Integrating Neurophysiological and Psychological Approaches: Towards an Advancement of Brand Insights", *Journal of Consumer Psychology*, 22 (1), 3-6.

⁶⁴ Flores, J., Baruca, A. & Saldívar, R. (2014): "Is Neuromarketing Ethical? Consumers Say Yes. Consumers Say No", *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 17 (2), 77-91.

moći da odole”.⁶⁵ Neki autori smatraju da je ovo suprotno etičkim kodeksima, te da metode praćenja i obrade unutrašnjih funkcija mozga potrošača treba koristiti isključivo u medicinske i druge naučne svrhe.⁶⁶ Takođe se često ističe da je neuromarketing još uvek u početnim fazama razvoja i da mu nedostaje kredibilitet, te da kompanije iznose preuranjene tvrdnje o efikasnosti neuromarketinga u tumačenju i predviđanju ponašanja potrošača.⁶⁷

Sa druge strane, zagovornici neuromarketinga tvrde da neuromarketing ne predstavlja nikakvo prisiljavanje potrošača da kupe nešto što ne nameravaju, već se putem neuromarketing metoda istražuje i saznaje šta je to što se već nalazi u podsvesti potrošača - na taj način neuromarketing postaje “ključ naše kupologije” tj. nauke o kupovini.⁶⁸

Subjektima može biti neprijatno korišćenje medicinskih uređaja u marketinške svrhe, te marketing stručnjaci treba da ih edukuju o svrsi i načinu sprovođenja neuromarketing istraživanja kako bi oni doživeli neuromarketing metode kao neinvazivne i napravili jasnu razliku između naučnih i marketing istraživanja.

6. ZAKLJUČAK

Neuromarketing istraživanja nadmašuju sva očekivanja u pogledu pouzdanosti predviđanja ponašanja potrošača. Ova istraživanja omogućavaju testiranje različitih marketing stimulusa (npr. proizvoda, ambalaže, reklame...) tokom faze razvoja proizvoda tj. pre masovne proizvodnje i lansiranja na tržište. Direktno izlaganje izabranih subjekata marketing stimulusima u neuromarketing istraživanjima kompanijama pruža odličan uvid u emocije, nesvesne preferencije i ponašanje subjekata. Sve više kompanija sprovodi neuromarketing istraživanja i na osnovu dobijenih rezultata unapređuje svoje proizvode i kreira efikasnije marketing kampanje.

Prednost neuromarketinga je dobijanje uvida u stvarna osećanja subjekata kada su izloženi fotografiji, reklamama ili prototipu proizvoda, umesto ankete i dobijanja verbalnih izjava subjekata, o kojima nije pažljivo promišljeno ili možda nisu date iskreno. Tako EEG metoda merenja moždane aktivnosti može pokazati koji dizajn proizvoda se kupcu najviše dopada, a ET metoda praćenja pokreta oka može pokazati koje delove proizvoda kupci najduže posmatraju. Može se izmeriti i koliko vremena je kupcima potrebno da shvate način upotrebe određenog proizvoda, što može biti izuzetno korisno s obzirom na to da tehnički inženjeri koji rade na razvoju proizvoda često ne posmatraju proizvod iz perspektive kupca.

U radu su predstavljeni benefiti neuromarketinga kao alata marketing istraživanja i kao strategije odnosa sa potrošačima. Neuromarketing je od značaja za kreiranje strategije kompanija za nastup na tržištu, u smislu njegovog doprinosa razumevanju ponašanja potrošača prilikom kupovine, što će znatno unaprediti komunikaciju kompanija sa potrošačima. Naj-

⁶⁵ Wilson, M., Gaines, J. & Hill, R. (2008): “Neuromarketing and Consumer Free Will”, *The Journal of Consumer Affairs*, 42 (3), 389-410.

⁶⁶ Slijepčević, M., Popović-Šević, N. & Radojević, I. (2019): “Limiting Aspects of Neuromarketing Research”, *Journal of Innovative Business and Management*, 11 (1), 72-83.

⁶⁷ Fisher, C. E., Chin, L. & Klitzman, R. (2010): “Defining Neuromarketing - Practices and Professional Challenges”, *Harvard Review of Psychiatry*, 18 (4), 230-237.

⁶⁸ Ulman, Y. I., Cakar, T. & Yildix, G. (2015): “Ethical Issues in Neuromarketing: I Consume, therefore I Am”, *Science and Engineering Ethics*, 21 (5), 1271-1284.

veći nedostatak neuromarketing istraživanja jesu izuzetno visoki troškovi neuromarketing uređaja, ali velike kompanije mogu prihvatiti ove troškove jer neuromarketing nudi jedinstven uvid u stvarna osećanja i reakcije u mozgu kupaca.

LITERATURA

- Agarwal, S. & Dutta, T. (2015): "Neuromarketing and Consumer Neuroscience: Current Understanding and the Way Forward", *Decision*, 42 (4), 457-462.
- Ariely, D. & Berns, G. S. (2010): "Neuromarketing: The Hope and Hype of Neuroimaging in Business", *Nature Reviews Neuroscience*, 11 (4), 284-292.
- Bakardžieva, E. & Kimmel, A. J. (2016): "Neuromarketing Research Practices: Attitudes, Ethics and Behavioural Intentions", *Ethics & Behavior*, 27 (3), 179-200.
- Baltazarević, R. & Baltazarević, V. (2014): *Neuromarketing - A New Approach to Theory of Communication*, Management, Marketing and Communication: Current and Future Trends, Belgrade: Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, 259-272.
- Bhatia, K. (2014): "Neuromarketing: Towards a Better Understanding of Consumer Behavior", *Optimization*, 6 (1), 52-62.
- Breiter, H. C., Block, M., Blood, A. J., Calder, B., Chamberlain, L., Lee, N. & Zhang, F. (2015): Redefining Neuromarketing as an Integrated Science of Influence, *Frontiers in Human Neuroscience*, 8, 1073.
- Britt, B. (2004): "Automakers Tap Consumer Brains", *Automotive News Europe*, 9 (1), 1-22.
- Burgos-Campero, A. & Vargas-Hernandez, J. (2013): "Analytical Approach to Neuromarketing as a Business Strategy", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 517-525.
- Cherubino, P., Martinez-Levy, A. C., Caratu, M., Cartocci, G., Di Flumeri, G., Modica, E., Rossi, D., Mancini, M. & Trettel, A. (2019): "Consumer Behaviour through the Eyes of Neurophysiological Measures: State-of-the-Art and Future Trends", *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2019, 1-41.
- Ćosić, D. (2016): "Neuromarketing in Market Research", *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 14 (2), 139-147.
- De Oliveira, J., Giraldi, J. & Santos, R. (2014): "Opening the Black Box in the Consumer's Mind: Understanding What is Neuromarketing", *International Journal of Business and Management*, 9 (9), 96-107.
- Dimitrijević, I. (2015): Savremene tehnike istraživanja ponašanja potrošača primenom neuromarketinga, *Master rad*, Univerzitet Singidunum, Beograd.
- Dragolea, L. & Cotirlea, D. (2011): "Between Influence and Manipulation", *Polish Journal of Management Studies*, 3, 79-89.
- ExCentric Consulting. (2015): *A Very Brief History of Neuromarketing*. <https://www.slide-share.net/ExCentricConsulting/slide-share-presentation-en> (Pristupljeno 23.01.2022.)
- Fisher, C. E., Chin, L. & Klitzman, R. (2010): "Defining Neuromarketing - Practices and Professional Challenges", *Harvard Review of Psychiatry*, 18 (4), 230-237.
- Flores, J., Baruca, A. & Saldivar, R. (2014): "Is Neuromarketing Ethical? Consumers Say Yes. Consumers Say No", *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 17 (2), 77-91.

- Fortunato, V., Giraldi J. & De Oliveira, J. (2014): "A Review of Studies on Neuromarketing: Practical Results, Techniques, Contributions and Limitations", *Journal of Management Research*, 6 (2), 201-220.
- Fusco, K. & Boland, W. (2011): *Neuromarketing: Buying Behavior and the Brain*, General University Honors.
- Garcia, R. J. & Saad, G. (2008): "Evolutionary Neuromarketing: Darwinizing the Neuroimaging Paradigm for Consumer Behavior", *Journal of Consumer Behaviour*, 7, 397-414.
- Hannaford, A. (2013): *Neuromarketing: Can Science Predict What We'll Buy?*. <https://www.telegraph.co.uk/news/science/science-news/9984498/Neuromarketing-can-science-predict-what-well-buy.html> (Pristupljeno 22.01.2022.)
- Kenning, P., Plassmann, H. & Ahlert, D. (2007): "Applications of Functional Magnetic Resonance Imaging for Market Research", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 10 (2), 135-152.
- Kolev, D. (2012): "Neuromarketing kao nova marketinška paradigma", *Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije*, 2 (2), 252-273.
- Krajinović, A., Sikirić, D. & Jašić, D. (2012): Neuromarketing and Customers' Free Will. *Proceedings of The 13th International Management Conference - Management Transformation with Creativity*, Koper: Faculty of Management University of Primorska & Budapest: Corvinus University, 1143-1163.
- Lee, N., Broderick, A. & Chamberlain, L. (2007): "What is Neuromarketing? A Discussion and Agenda for Future Research", *International Journal of Psychophysiology*, 63, 199-204.
- Lee, N., Butler, M. & Senior, C. (2010): "The Brain in Business: Neuromarketing and Organizational Cognitive Neuroscience", *Journal for Marketing*, 49, 129-131.
- Lindstrom, M. (2010): *Buyology - The Truths and Lies on Why We Buy*, Crown Business, New York.
- Madan, C. (2010): "Neuromarketing: The Next Step in Market Research?", *Eureka*, 1 (1), 34-42.
- Mamula, T. & Blažanin, B. (2017): Are We Buying Rationally or Impulsively? What Actually Happens in the Consumer's Mind and What Does Neurotechnology Reveal?, *Proceedings of The Second Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2017, Belgrade: Metropolitan University, 48-54.
- Mele, I., Bonchi, F. & Gionis, A. (2012): The Early-Adopter Graph and its Application to Web-Page Recommendation, *Proceedings of The 21st ACM International Conference on Information and Knowledge Management - CIKM 2012*, Hawaii: Maui, 1682-1686.
- Mikić, A. (2016): Neuromarketing as a New Paradigm for Understanding Consumer Behavior, *Proceedings of The First International Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2016, Belgrade: Metropolitan University, 71-75.
- Mladenović, M. & Madić, V. (2017): Car Clinic as a Neuromarketing Research Facility. *Proceedings of The Second Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2017, Belgrade: Metropolitan University, 72-80.
- Morin, C. (2011): "Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior", *Society*, 48 (2), 131-135.

- Murphy, E., Iles, J. & Reiner, P. (2008): "Neuroethics of Neuromarketing", *Journal of Consumer Behaviour*, 7 (4-5), 293-302.
- Nielsen Consumer Neuroscience. (2016): *Groundbreaking Research Shows Ability of Neuroscience Measures to Predict In-Market Sales Results*. <https://www.prnewswire.com/news-releases/groundbreaking-research-shows-ability-of-neuroscience-measures-to-predict-in-market-sales-results-300283684.html> (Pristupljeno 23.01.2022.)
- Ohme, R. & Matukin, M. (2012): "A Small Frog That Makes a Big Difference: Brain Wave Testing of TV Advertisements", *EEE Pulse*, 3 (3), 28-33.
- Orzan, G., Zara, I. A. & Purcarea, V. L. (2012): "Neuromarketing Techniques in Pharmaceutical Drugs Advertising. A Discussion and Agenda for Future Research", *Journal of Medicine and Life*, 5 (1), 428-432.
- Pessoa, L. (2010): "Emotion and Attention Effects: Is It All a Matter of Timing? Not Yet", *Frontiers in Human Neuroscience*, 4, 172.
- Poehlman, T. A. (2016): "Conceptualizing Consciousness in Consumer Research", *Journal of Consumer Research*, 1-71.
- Pradeep, A. (2010): *The Buying Brain: Secrets for Selling to the Subconscious Mind*, Wiley & Sons, Inc., New Jersey, USA.
- Senior, C., Smyth, H., Cooke, R., Shaw, R. L. & Peel, E. (2007): "Mapping the Mind for the Modern Market Researcher", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 10 (2), 153-167.
- Shiv, B. & Yoon, C. (2012): "Integrating Neurophysiological and Psychological Approaches: Towards an Advancement of Brand Insights", *Journal of Consumer Psychology*, 22 (1), 3-6.
- Slijepčević, M., Popović-Šević, N. & Radojević, I. (2017): Neuromarketing Research - A New Mirror on Consumer Behavior, *Proceedings of The Second Conference on Innovation, Competitiveness and Sustainable Development - ICSD*, 25th May 2017, Belgrade: Metropolitan University, 15-22.
- Slijepčević, M., Popović-Šević, N. & Radojević, I. (2018): "Neuromarketing as a Business Strategy", 241-255, in: Ovin, R., Ašanin Gole, P., Maček, A. (eds.): *Challenges of Applied Business and Social Studies: Monograph of the DOBA Business School*, Maribor: DOBA Business School.
- Slijepčević, M., Popović-Šević, N. & Radojević, I. (2019): "Limiting Aspects of Neuromarketing Research", *Journal of Innovative Business and Management*, 11 (1), 72-83.
- Stallen, M., Smidts, A., Rijpkema, M., Smit, G., Klucharev, V. & Fernandez, G. (2010): "Celebrities and Shoes on the Female Brain: The Neural Correlates of Product Evaluation in the Context of Fame", *Journal of Economic Psychology*, 31 (5), 802-811.
- Tsenov, G., Georgiev, S., Andonov, S. & Mladenov V. (2020): "Electroencephalography for TV Advertisement Decomposition", *Electrotechnica & Electronica (E+E)*, 55 (3-4), 41-48.
- Ulman, Y. I., Cakar, T. & Yildix, G. (2015): "Ethical Issues in Neuromarketing: I Consume, therefore I Am", *Science and Engineering Ethics*, 21 (5), 1271-1284.
- Van Praet, D. (2012): *Unconscious Branding: How Neuroscience Can Empower (and Inspire) Marketing*, St. Martin's Press - Palgrave MacMillan, New York.
- Veinović-Stevanović, J., Jovanović, J. & Štavljanin, V. (2019): "Upotreba alata neuro-nauke prilikom istraživanja ponašanja potrošača i predviđanja uspeha na društvenim

- mrežama”, 93-100, u: Stanković Lj. (ur.): *Zbornik radova konferencije Izazovi savremenog marketinga*, Beograd: Srpsko udruženje za marketing - SeMA.
- Vlahović, B., Zagorac, M. & Zarić, V. (2015): “Tehnike neuromarketinga - savremeni način istraživanja ponašanja potrošača”, *Agroekonomika*, 4 (65), 111-122.
 - Vlasceanu, S. (2014): “New Directions in Understanding the Decision-Making Process: Neuroeconomics and Neuromarketing”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 127, 758-762.
 - Wang, Y. I. & Minor, M. S. (2008): “Validity, Reliability, and Applicability of Psychophysiological Techniques in Marketing Research”, *Psychology & Marketing*, 25 (2), 197-232.
 - Wilson, M., Gaines, J. & Hill, R. (2008): “Neuromarketing and Consumer Free Will”, *The Journal of Consumer Affairs*, 42 (3), 389-410.
- vYoon, C., Gutchess, A. H., Feinberg, F. & Polk, T. A. (2006): “Study of Neural Dissociations between Brand and Person Judgments”, *Journal of Consumer Research*, 33 (1), 31-40.

Milica Mladenović
Srđan Milićević

366.1
658.85:159.9
DOI: 10.5937/MegRev2203389M
Primljen 15.02.2022.
Odobren 11.03.2022.
Pregledni naučni rad

NEUROMARKETING AS A TOOL OF MARKETING RESEARCH AND IMPLEMENTATION OF CONSUMER RELATIONSHIP STRATEGY

Summary: *Neuromarketing is a discipline that connects the study of consumer behavior with neuroscience by examining the impact of marketing on consumers, by observing and interpreting their emotional reactions to various marketing stimuli. By using methods such as functional magnetic resonance imaging (fMRI), electroencephalography (EEG), eye tracking (ET), galvanic skin response (GSR) and facial coding (FC), neuromarketing can help companies understand how consumers make decisions and what they really feel, think and want on an unconscious level, which later becomes a more reliable indicator of their behavior when buying products and services. Apart from being a marketing research tool, neuromarketing can also be seen as a strategy for improving companies' communication and relationships with consumers. The purpose of this paper is to understand the importance of neuromarketing for understanding the subconscious processes in the consumer's brain, and for noticing the impact of these processes on consumer behavior. This will ultimately contribute to better strategic positioning of companies and their products on the market.*

Key words: *neuromarketing methods, neuromarketing research, functional magnetic resonance imaging (fMRI), electroencephalography (EEG)*

Branislav Sančanin*
Goran Perić**
Aleksandra Jevtović***

338.483.12(497.113)
DOI: 10.5937/MegRev2203411S
Received 11.06.2021.
Approved 19.10.2021.
Review scientific paper

TOURIST VALORIZATION OF THE CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF THE CITY CORE OF SREMSKI KARLOVCI

Abstract: *The synergistic effects of integration of the culture and tourism sector contribute to cultural tourism being a true catalyst for overall tourism growth and development. The transformation of the authentic cultural and historical heritage of Sremski Karlovci into a tourist attraction is the valorization of the identified cultural and tourist values. The aim of this paper is to valorize the tourism sector and the management sector for cultural goods of the town center of Sremski Karlovci according to the Hilary du Cross Model for the valorization of cultural and tourist values. The results of the analysis of the subindicator, the allocation of M cells (1, 3), confirmed the existence of favorable conditions for further development of cultural tourism, with continued reparation, conservation, restoration and presentation of its cultural-historical heritage. Although thus far there have not been any negative reflections on cultural and historical heritage, the capacity of the space and the natural environment should be subject to a review based on monitoring and the effects of tourism's impact on the preservation of the cultural and natural heritage, as well as on the life of the local community.*

Key words: *Sremski Karlovci, tourism, heritage, culture, tourism valorization*

* PhD, Branislav Sančanin, Assistant Professor, Union - Nikola Tesla University, Belgrade; Faculty of Management, Sremski Karlovci branislav.sancanin@famns.edu.rs

** PhD, Goran Perić, Assistant Professor, Academy of Professional Studies South Serbia, Department of Business Studies Blace goran.peric@vpskp.edu.rs

*** PhD, Aleksandra Jevtović, Senior Lecturer, Academy of Professional Studies South Serbia, Department of Business Studies Blace aleksandra.jevtovic@vpskp.edu.rs

INTRODUCTION

Sremski Karlovci is one of the few historic towns in the Republic of Serbia which has achieved continuity in historical, cultural and building values. According to the 2011 census, there are 8,750 inhabitants¹, which makes it the smallest municipality in the Autonomous Province of Vojvodina, but also the only place in the Republic of Serbia that has the Law on the Restoration of Cultural-Historical Heritage and the Stimulation of Development.²

The town center of Sremski Karlovci has been inscribed into the List of Immovable Cultural Heritage of Exceptional Importance of the Republic of Serbia as a spatial cultural and historical whole of exceptional importance, while the Cathedral Church of St. Nicholas and the Patriarchate Court have been inscribed into the Central Register of Immovable Cultural Property as monuments of culture importance. The location where the Treaty of Karlowitz was signed in 1699 has been designated as a place of exceptional importance.

The location in Stražilovo where the remains of poet Branko Radičević were reburied after being moved from Vienna in 1883, has been designated as a place of great importance. Significant cultural monuments are the Chapel of the Nikolić Family, as well as two tombstones at Čeratsko Cemetery and three tombstones on Magarčev breg.³

Cultural heritage together with natural attractions are the basic resources for the survival of, and the preconditions for, tourism development⁴, which indicates that the more dynamic development of cultural tourism in Sremski Karlovci, as a strong catalyst for overall economic development, should be based on the Tourism Development Strategy of the Republic of Serbia from 2016 until 2025.⁵

Tourism in the new century is becoming a major economic force. Because of the specific nature of the business that includes travelling and staying outside the place of residence, i.e. specific services organized tourist industry significantly participate in the increasing of the total economy income and contribute to the development of the economy.⁶

The interpretation of cultural and historical heritage is an important qualitative step forward which contributes to enriching the tourist offer by sensitizing emotions, improving experience and deepening an understanding of the town, its people, events and objects from the past and the present. A departure from the unilateral concept according to which it was sufficient to “let the heritage speak for itself” and favoring its interpretation as a communicative process, simultaneously highlights tourist, economic, educational, environmental and spiritual values.

¹ Републички завод за статистику (2020): *Општине и региони у Републици Србији*, стр. 46. Београд, Србија.

² Закон о обнови културно-историјског наслеђа и подстицању развоја Сремских Карловаца (2021): *Службени гласник РС*, бр. 52/2021.

³ Покрајински секретаријат за културу, јавно информисање и односе с верским заједницама (2021): *Непокретна културна добра АП Војводине*. Нови Сад, Србија.

⁴ Свијановић Драго, Руџић Павло (2017): *Ruralni turizam*. Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам у Врњаčkoј Бањи. Србија.

⁵ Стратегија развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године. (2016): *Службени гласник РС*, бр. 98/2016.

⁶ Илић, В., Стефановић, В., Џикић, С. (2020): Специфичности лидерства у туризму са циљем успешног пословног процеса. *Megatrend revija*, 17(1), 89-108.

1. LITERATURE REVIEW

The World Tourism Organization⁷ points out that tourist motivation and anthropogenic tourist values are at the core of cultural tourism offering a new definition of cultural tourism whose focus is increasingly more focused from the tangible to the intangible: a type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination. These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompass arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions. However, a unique response to the question of what cultural tourism is not realistic as there are almost as many definitions of cultural tourism as cultural tourists.⁸

The International Council for Monuments and Monuments confirms that natural and cultural heritage, diversity and life cultures are main tourist attractions but that excessive or poorly managed tourism and tourism-related development may endanger its physical nature, integrity and significant characteristics.⁹ Therefore, all activities in the culture and tourism sectors should be considered in an integrated manner through the prism of responsible, sustainable and inclusive cultural tourism development.

An interpretation of the past and the cultural heritage, as contemporary activities, and the manner, in which this is carried out, correlates with the reasons of those seeking this interpretation and opens up a number of creative possibilities for interpretation.¹⁰ Noting that interpretative activities would produce the desired result, the founder of interpretation as a discipline, Freeman Tilden¹¹ listed six principles: any interpretation that does not somehow relate what is being displayed or described to something within the personality or experience of the visitor will be sterile; information is not interpretation although every interpretation is based upon information; interpretation is an art which combines many arts; the chief aim of interpretation is not instruction but provocation; interpretation should aim to present a whole rather than a part, and interpretation addressed to children should not be a dilution of the presentation to adults but should follow a fundamentally different approach, *i.e.*, will require a separate program.

Almost all urban and rural areas have a large number of sites of cultural and historical heritage, which makes certain places attractive destinations which attract numerous visi-

⁷ WTO (2017): UNWTO Tourism and Culture: Definition adopted during the 22nd Session of the General Assembly held in Chengdu, China (September 11–16, 2017).

⁸ McKercher Bob, Cros Du Hilary (2002): *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. Haworth Hospitality Press.

⁹ ICOMOS (1999): *International Cultural Tourism Charter - Managing Tourism at Places of Heritage Significance*. Mexico.

¹⁰ Ennen Elke (1999): *Heritage in fragments, the meaning of Pasts for City Centre Residents*. Utrecht/Groningen. Rijksuniversiteit Groningen.

¹¹ Tilden Freeman (1977): *Interpreting Our Heritage*, Third Edition, University of North Carolina Press.

tors.¹² Rural tourism can be viewed as directly linked to cultural tourism by highlighting and promoting tradition, lifestyle, local gastronomy, wine tourism, as well as ethno tourism.¹³

Despite the fact that sustainable tourism contributes to urban regeneration, preservation and promotion of national cultural heritage and traditions,¹⁴ cultural tourism remains only potential for individual areas, while it is the tourist offer carrier in developed places.¹⁵ The imperative of cultural and natural resource-based tourism is its sustainability, which means that the use of cultural and natural resources should not be consumer but renewable, so that tourism contributes to the revitalization of culture and provides economic incentives for preserving cultural and natural values.¹⁶ In this context, Isaković¹⁷ stresses that cultural content that represents a tourist attraction is not only intended for tourists but also for local residents who, by participating in the provision of services, acquire material gains, benefiting from a variety of intangible benefits ranging from a richer social life to enriching encounters with tourists from other cultures. In addition to the economic effects, there are other non-economic effects not less important for local communities: promoting cultural heritage and cultural exchange, discovering new cultural activities, promoting social integration, community involvement, preserving and promoting indigenous cultural values, promoting local entrepreneurship, protecting natural areas and landscapes, improving infrastructure.¹⁸

In addition to pessimism regarding the negative impact of tourism on culture, there is also a positive understanding of tourism as a potential for the protection and promotion of cultural heritage and the development of local culture. Tourism revenues are often used to protect and restore cultural heritage, supporting a local traditional culture that would likely disappear in many smaller places without tourism.¹⁹

Stressing that linking heritage-based tourism and culture can bring more effects to the local economy than promoting them separately, the National Trust for Historic Preservation stresses that three objectives are thus achieved: heritage and cultural values are preserved, presented to visitors and economic benefits are achieved by the environment.²⁰ All of these

¹² Jovanović-Tončev Melita, Podovac Milena (2014): *Kulturna dobra kao deo turističkog proizvoda banja Srbije. Ekonomija: teorija i praksa*, 7(3), 54-67. Novi Sad.

¹³ Csapo, Janos (2012): *The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern tourism Industry*. In *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*, 201-232. InTech. London.

¹⁴ Dumond et al. (2007): *Proactive management of The Impact of Cultural Tourism Upon Urban Resources and Economies, Integrating and strengthening the European Research Area Activity*, 6th Framework Programme of Research.

¹⁵ Đukić-Dojčinović Vesna (2005): *Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije*. Clio. Beograd, Srbija.

¹⁶ McKercher Bob (2001): *Sustainable Tourism Development – Guiding Principles for Planning and Management*, Presentation to the national Seminar on Sustainable tourism Development, Bishkek, Kyrgyzstan, November 5-9, 2003.

¹⁷ Исаковић Смиљка (2016): *Уметничке праксе у контексту културног туризма*. Врњачка Бања: Факултет за хотелијерство и туризам

¹⁸ Gajić et al. (2018): *Examination of regional disparity in the level of tourist offer in rural clusters of Serbia. Economics of Agriculture*, 65(3), 911-927. Belgrade.

¹⁹ Pančić Kombol Tonka (2006): *Kulturno nasljeđe i turizam*. Varaždin: Zavod za znanstveni rad HAZU, 16-17, 211-226.

²⁰ Krivošejev Vladimir (2014): *Upravljanje baštinom i održivi turizam*. Valjevo - Beograd: Narodni muzej - Artis centar.

are reasons why Hadžić²¹ stresses that cultural tourism, still in the planning process of tourist products, needs to touristically valorize cultural and natural attractions at the destination, as well as benefits for accommodations, while respecting the principles of sustainable tourism development. Traditionally, within two conflicting views on the nature of relations that reflect the different extremes of conflict and co-operation, cultural asset management assumes responsibility for the protection and conservation of cultural heritage, while the widely-established tourism sector has assumed the role of product development and promotion.²²

2. THE CULTURAL AND TOURIST VALUES OF THE TOWN CORE OF SREMSKI KARLOVCI

The past of Sremski Karlovci can be traced, in continuity, since 1308, when the city was first referred to as a “kaštel” or a town called “Karom”, with Karlovci becoming the largest Serb settlement under Turkish rule between 1529 to 1541.²³ Bakić²⁴ points out that the most valuable objects in Sremski Karlovci, grouped in the center of the town around Branko Radičević Square, the Square of Patriarch Branković and the surrounding streets, are not only architectural achievements but are symbolic of all values accumulated throughout the town’s historic development. Sremski Karlovci have secured an exceptional place in the history of the Serbian people with the unique whole of the historical town, numerous architectural and visual values and functional solutions, as well as its role in historical, political and cultural events.

The Tourism Development Strategy of the Republic of Serbia from 2016 until 2025 has specified priority tourism products and defined 18 key tourist destinations in Serbia, including Sremski Karlovci. Based on the development documents for Sremski Karlovci, tourism represents one of eight strategic areas whose potential has been underutilized. Tourism products that can be successfully developed and marketed are cultural, religious, manifestation, business, nautical, as well as forms of tourism related to special interests – wine, food, educational and student.²⁵ Although faced with strong pressure from tourists and the imperative of an even more rapid accelerated economic development, the authentic cultural and historical heritage of Sremski Karlovci did not receive a secondary epithet. Sustainable tourism development offers compromising management that will constantly balance between seemingly conflicting, but at the same time, the only possible challenges of protection and development. The legacy of Sremski Karlovci should be an even more significant driver of economic development, by viewing it not only as an instrument to meet tourism demand

²¹ Хаџић Олга (2005): *Културни туризам*. Нови Сад: Природно-математички факултет.

²² Mc Kercher et al.(2005): Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26 (4), 539–548.

²³ Сечански Живан (1978): *Сремски Карловци кроз историју*. У: Васић, П. “Уметничка топографија Сремских Карловаца”. Матица српска. Нови Сад, Србија.

²⁴ Bakić Svetlana (2014): Mogu li se tipski objekti ugrađivati u tkivo istorijskog grada? U: *Zbornik radova prve međunarodne konferencije “Očuvanje i unapređenje istorijskih gradova”* (241-254). Sremski Karlovci: Pokrajinski zavod za zaštitu spomenika kulture, Opština Sremski Karlovci. Petrovaradin – Sremski Karlovci, Srbija.

²⁵ План генералне регулације Сремских Карловаца (2016): Службени лист Општине Сремски Карловци, бр. 4. Сремски Карловци, Србија.

but also as an opportunity for the creation of new jobs and highlighting the identity of the local community - a historic town.

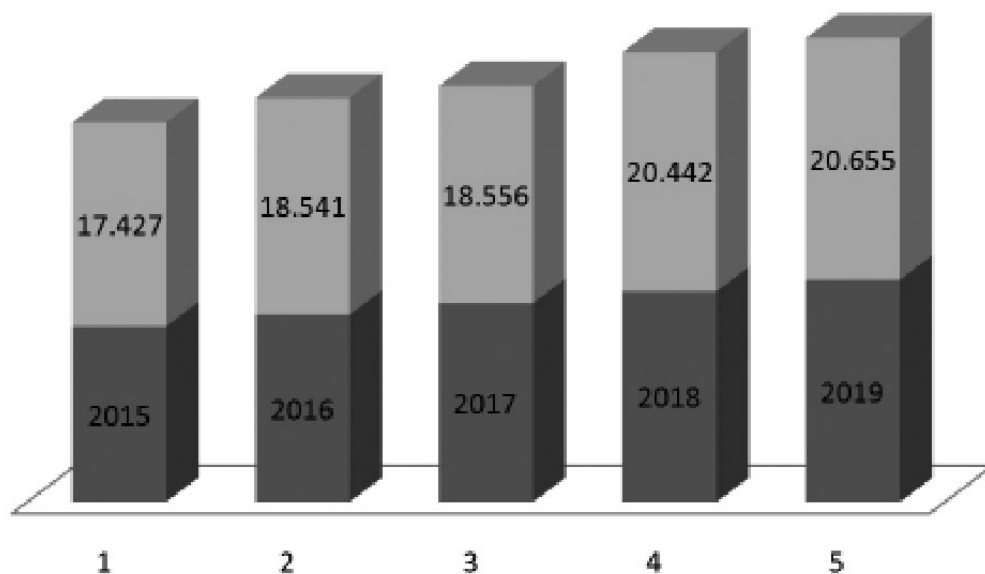
Table 1: *Cultural and tourist values in the town core of Sremski Karlovci*

The Cathedral Church of St. Nicholas	The Cathedral Church of St. Nicholas was built from 1758 to 1762 during the administration of metropolitan bishop Pavle (Nenadović) at the site of the previous temple. The Cathedral Church of St. Nicholas in Sremski Karlovci was built as a Baroque building with two high towers. After works carried out between 1907 and 1910, the church received the appearance it has today. The Cathedral Church of St. Nicholas with Baroque iconostasis was proclaimed a monument of culture in 1949 and in 1990 it was categorized as a cultural monument of exceptional importance.
The Patriarchate Court	The Patriarchate Court building, built from 1892 to 1894 according to architect Vladimir Nikolić's design, was the seat of the head of the Serbian Orthodox Church at the time the Archdiocese was located in Sremski Karlovci. The Court, the most representative building of the 19 th century in Vojvodina, is now the seat of the Eparchy of Srem of the Serbian Orthodox Church and the summer residence of the Patriarch of the Serbian Orthodox Church. It houses the Treasury of the Serbian Orthodox Church Museum.
The Roman Catholic Church of the Holy Trinity	The Roman Catholic Church dedicated to the Holy Trinity was built in the Baroque style in 1768. The Church portal is one of the most beautiful examples of Baroque in the region. It was built on the location of the former Benedictine Basilica, and it's particularly interesting because of its historical complexity that points to its existence since the Middle Ages.
City Hall	The City Hall building was built from 1806 to 1811 in the Neoclassical style. The most significant event related to City Hall was the proclamation of Serbian Vojvodina from its balcony in 1848. Today, City Hall is the seat of the Municipality of Sremski Karlovci.
Karlovci Grammar School	The oldest Serbian secondary school was founded in 1791. The current building was built in 1891 as an endowment of Serbian Patriarch German Anđelić and his brother Stevan. The Grammar School has reared some of the most important Serbian intellectuals: Đorđe Magarašević, Branko Radičević, Patriarch Josif Rajačić and German Anđelić, Jovan Hristić, Jovan Subotić, Dimitrije and Ilarion Ruvarac, Jovan Sterija Popović, Đorđe Natošević, Ilija Ognjanović, Dejan Medaković, Borislav Mihajlović Mihiz and numerous others. Today, the Karlovaci Grammar School is a high school of philology where modern and classic languages are studied.
The Theological Seminary	The first Serbian Orthodox Theological Seminary was founded by Metropolitan Stefan Stratimirović in 1794. The building which houses the Arsenija Sremac Seminary was raised by Patriarch Georgije Branković for the purposes of the Church-National Funds in 1902. The archive of the Serbian Academy of Arts and Sciences is housed in this building.
The Four Lions Fountain	Built in 1799 in honor of the completion of the first Karlovac aqueduct. The fountain was proclaimed a monument of exceptional culture importance for the Republic of Serbia.

Source: Tourist organization of Sremski Karlovci

The largest number of visitors, 42,307, to visit Sremski Karlovci was in 2002, which was a 10.27% increase compared to the previous year.²⁶ The structure of the visitors was predominantly domestic, while foreign visitors were mostly from the former Yugoslav states. The most important motives for the arrival of adult tourists are tours of cultural and historical heritage sites, visits to wineries and Fruška Gora monasteries, as well as participation in congresses and seminars.²⁷

Table2: Number of visitors using the guide services Tourism Organizations of the Municipality of Sremski Karlovci, 2015 - 2019



YEARS	2015	2016	2017	2018	2019
NUMBER OF VISITORS	17.427	18.541	18.556	20.442	20.655

Source: Tourism Organizations of the Municipality of Sremski Karlovci, 2019.

3. RESEARCH METHODOLOGY

The presumption for the preservation of a valuable cultural-historical heritage concentrated in the town core of Sremski Karlovci is the establishment of a balanced, sustainable and harmonized process of cultural asset management which will integrate the protection

²⁶ Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja (2009): *Master plan za turističku destinaciju Sremski Karlovci sa Fruškom gorom*.

²⁷ Sančanin et al. (2019): Cultural-historical resources as initiators of tourism development in Sremski Karlovci. *Hotel and Tourism Management*, 7(2), 77-85. Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Srbija.

and preservation of cultural heritage with the tourism-development component. The Hilary du Cross Model comprised of the tourism sector and the cultural asset management sector, was used for the tourist valorization of cultural goods.

The tourism sector includes two sub indicators: the market attractiveness of cultural goods and factors of importance in designing tourism products. The evaluation of the sub indicators was 0 to 5, where some have a lesser scoring range. The sum of the assessment of all sub indicators from both groups gives an overall assessment of the tourism sector, and the evaluation was as follows: 0 to 20 – poor attraction, 21 to 40 – medium attraction and 41 to 60 - high attraction.

The cultural asset management sector includes two sub indicators: cultural significance and robustness. Their sum gives an overall assessment of cultural asset management: 0 to 20 - high sensitivity/low cultural value, 21 to 40 - medium sensitivity and cultural value and 41 to 60 - low sensitivity/high cultural value.

Based on the analysis, a “matrix of market attractiveness/robustness” was created with nine cells designated with an M (i,j) (i,j=1,2,3), so that a cell to which every cultural asset belongs can be determined, in relation to the previously obtained score.²⁸

The survey used interview technique with 20 subjects, relevant to the field of research, from Belgrade (6), Novi Sad (8), Petrovaradin (1), Bač (2), Vrnjačka Banja (2) and Aranđelovac (1). When selecting the sample, it was taken into account that the respondents had visited Sremski Karlovci at least once in the last five years. The research was conducted during the last quarter of 2020.

Table 3: A matrix of market attraction and robustness

Indicator	Market attraction			
	Total score	0 - 20	21 - 40	41 - 60
Robustness	0 - 20	M (3,1)	M (3,2)	M (3,3)
	21 - 40	M (2,1)	M (2,2)	M (2,3)
	41 - 60	M (1,1)	M (1,2)	M (1,3)

Source: Hilary du Cross, 2000

The cells were defined in the following manner:

- M (1,1) High value of indicator for cultural significance/robustness and low market attractiveness;
- M (1,2) High value of indicator for cultural significance/robustness and medium market attractiveness;
- M (1,3) High value of indicator for cultural significance/robustness and high market attractiveness;
- M (2,1) Mean value of indicator for cultural significance/robustness and low market attractiveness;

²⁸ Besermenji Snežana, Pivac Tatajana (2008): Turistički značaj Sirmijuma. Zbornik radova Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, 56, 151-164.

M (2,2)	Mean value of indicator for cultural significance/robustness and medium market attractiveness;
M (2,3)	Mean value of indicator for cultural significance/robustness and high market attractiveness;
M (3,1)	Low value of indicator for cultural significance/robustness and low market attractiveness;
M (3,2)	Low value of indicator for cultural significance/robustness and medium market attractiveness;
M (3,3)	Low value of indicator for cultural significance/robustness and high market attractiveness.

3.1. Tourist sector: market attraction

Market attraction includes the following sub indicators, which are valued on a scale of 0 to 5:

- *Ambient assessment* - the ambient of the town core of Sremski Karlovci has preserved authenticity and recognition with its valuable cultural and historical heritage. *Score 4.8*

- *Recognition outside the local framework* - the recognition of the town core of Sremski Karlovci is exceptional, and numerous films and series have been produced in this environment which has retained the physiognomy of the 18 and 19 centuries. *Score 4.6*

- *Important national landmark* - the center of Sremski Karlovci, church, educational and administrative, represents a unique spatial unit where the oldest Serbian secondary school (1791) is located, as well as the Patriarchate Court (1894), formerly the seat of the head of the Serbian Orthodox Church (1848-1920) and today the seat of the Eparchy of Srem of the Serbian Orthodox Church. *Score 4.9*

- *Evocative* - the past of Sremski Karlovci is an inexhaustible motivation for stories about people and events. However, the lack of animation of important events from the past in an authentic space, such as the signing of the Treaty of Karlowitz in 1699 (Chapel of Peace) and the declaration of Serbian Vojvodina in 1848 (City Hall), represents a major limitation for the transformation of potential into a tourist attraction. *Score 3.1*

- *Differentiation in relation to other cultural goods* - the town core of Sremski Karlovci is the result of the spontaneous formation of the urban matrix in the 18th and 19th centuries with extremely valuable objects. Architectural-visual importance and functional solutions, as well as its role in historical events, especially the political and cultural spheres, ensures this spatial whole as an exceptional place in the history of the Serbian people. *Score 4.5*

- *Attraction for special needs* - the uniqueness and functionality of the town core provides a variety of development opportunities. These potentials can be significantly greater, and better exploited, while the restriction has been detected in the absence of multifunctional tourist capacities. *Score 3.9*

- *Complementarity with other tourist products at the destination* - the tourist offer of Sremski Karlovci is inseparable from the offer of the city of Novi Sad and Fruška Gora. As many as 16 medieval monasteries on one mountain in the Autonomous Province of Vojvodina were once the backbone of the spiritual and political life of Serbs, and today present valuable religious and cultural-historical objects. Novi Sad, Fruška Gora and Sremski Kar-

lovci are among 18 important tourist destinations for the Republic of Serbia according to the Tourism Development Strategy of the Republic of Serbia from 2016 until 2025. *Score 4.7*

- *Tourist activity* – tourist activity exists, and the activity carrier is mainly the Tourist Organization of Sremski Karlovci. The number of tourists, especially those from other countries, is insufficient to correlate with opportunities and needs. *Score 3.3*

- *Connection between the destination and culture* - valuable cultural-historical heritage is protected, revitalized and preserved, but there are still restrictions for achieving adequate interpretation and presentation. *Score 4.2*

The environment, recognition and significant cultural and historical heritage represent significant tourist potential for Sremski Karlovci. However, for greater market attractiveness, additional multifunction capacities and new facilities are needed which would, through animation, evoke the space and time of the past centuries, with each of the cultural and historical resources.

Total score: 38

3.2. Tourist sector: factors of importance for designing a tourist product

- *Access to cultural goods* - the town core of Sremski Karlovci is a pedestrian zone, and in the immediate vicinity there are parking places for passenger vehicles and buses. The distance from the town core to the railway station is 600 meters, and up to the banks of the Danube River 750 meters. *Score 3.8 (score 0-4)*

- *Organized transport from population centers to cultural goods* – Sremski Karlovci is a specific municipality as it has only one settlement that is at the same time a municipal center. Due to its geographical location at the heart of traffic activities, the area of Sremski Karlovci: state road II, vicinity of E-75 highway, railway and water traffic. The distance to Nikola Tesla Airport, Belgrade is 60 km. *Score 2.7 (score 0-3)*

- *Proximity to other cultural attractions* - at a distance of about 1,000 meters from the town core of Sremski Karlovci - is the Chapel of Peace, where on January 26, 1699, after 72 days of negotiations, peace was signed between countries of the so called Holy League and Turkey. The building is oval in shape, has four doors, with one door walled up to symbolically emphasize the end of Turkey's presence in these areas. The Monastery of the Presentation of the Blessed Virgin Mary, where Serbian Patriarch Georgije Branković and Lukijan Bogdanović have been laid to rest, is 350 m away, and the Lower Church of St. Peter and Paul is a little over 200 m away. In Stražilovo, 5 km away from Sremski Karlovci, is the grave of one of the most important poets of the era of Romanticism, Branko Radičević. *Score 2.9 (score 0-3)*

- *Service facilities* – travel and tourist signalization exists, as do numerous catering facilities. There's a five-star hotel in the town core. The service range of products needs to be expanded, updated and adapted to the demands of tourists. *Score 3.9 (score 0-5)*

Total score: 13.3

Its favorable geographical position, as well as the road-rail and water communication, represent a comparative advantage for Sremski Karlovci, classifying it under accessible and desirable tourist destinations. In order to make a more significant progressive step forward, it is necessary to expand the range of tourist products and services and pay more attention to the demands of tourists.

The sum of the market attraction sub indicator scores - 38, and the subindicators of importance when designing a tourist product - 13.3, gives an overall assessment of the tourism sector - 51.3, indicating a high attractiveness.

3.3. Cultural asset management sector: cultural significance

- *Aesthetic value* - the present layout of the Sremski Karlovci town core has preserved the value of building and cultural heritage. *Score 2.0 (0 low; 1 medium; 2 high)*

- *Historical value* – future development will be based on a valuable and preserved historical matrix, with the promotion of authenticity, inherited identity and a cultural-historical environment. *Score 2.0 (0 low; 1 medium; 2 high)*

- *Educational value* - the network and spatial distribution of public services has been defined at the highest level, especially in the field of education and culture. Interpretation and presentation need to be improved. *Score 1.6 (0 low; 1 medium; 2 high)*

- *Scientific-research value* - the town core of Sremski Karlovci has the oldest Serbian secondary school – Karlovaci Grammar School, as well as one of the oldest theological seminaries among Orthodox Christians. The archive of the Serbian Academy of Arts and Sciences in Sremski Karlovci is a treasure of material testimony, which is an essential inspiration for research. *Score 1.9 (0 low; 1 medium; 2 high)*

- *Social value* – the social value for the Serbian people in this area is evident, as well as for other peoples and countries, given the events that occurred here and that determined the future of Europe. *Score 1.9 (0 low; 1 medium; 2 high)*

- *Uniqueness of the cultural good* – the authenticity of all cultural and historical objects, as well as the town core of Sremski Karlovci, is visible at every turn: from each individual protected object, cultural monuments and nature, to the ambient as a whole. *Score 3.0 (0 usual cultural good of the same type; 1 less common cultural good; 2 rare cultural good; 3 unique cultural good)*

- *Representativeness of the destination* – the town core, as well as each individual object is representative, and with its appearance and story about events and people throughout the centuries, attracts more and more visitors.

Score 3.3 (1 weak; 2-3 good; 4 excellent)

Overall score: 15.7

The preserved physiognomy of the city center of Sremski Karlovci, with its recognizable Baroque architecture, has a special place in history as a cultural, educational and political center of the Serbian people under the Austro-Hungarian monarchy. The historical significance and beauty of the ambient is a significant motive for the arrival of tourists. During the following period, interpretation and presentation should be improved primarily through the implementation of new digital technologies.

3.4. Cultural asset management sector: robustness

- *Sensitivity* - the increasing number of tourists has not reached a critical level, *i.e.*, the limit of carrying capacity. However, while there are no negative reflections on cultural and historical heritage so far, the limit/carrying capacity should be subjected to a review based on monitoring and the effects of tourism on the preservation of cultural and natural heritage. *Score 3.0 (0-1 large; 2-3 considerable; 4 not sensitive)*

- *State of reparation* - all facilities are protected, preserved and accessible to visitors. Noticed shortcomings relate to improving the tourist infrastructure, as well as ensuring conditions for access by disabled persons). Score 3.6 (0 weak; 1 somewhat organized; 2-3 well; 4 excellent)

- *Management plan* - there is no strategic document to confirm that tourism is one of the development areas favored by local government. The Ministry of Tourism highlighted Sremski Karlovci as one of the 18 important tourist destinations in Serbia's Tourism Development Strategy until 2025. Score 3.1 (0 without a plan; 1-4 in preparation; 5 exists)

- *Monitoring and maintenance* - care for valuable cultural and historical heritage has been entrusted to the Republic Institute for the Protection of Cultural Monuments in Belgrade, the Provincial Institute for the Protection of Cultural Monuments, as well as to owners-users. There are evident difficulties in securing the necessary resources, but also in the quality of the performed revitalization. Score 3.3 (0 weak; 1-2 somewhat good; 3-4 good; 5 excellent)

- *Investment potential* – the potential for attracting investment exists. More work with local authorities is needed to make them even more familiar with tourism as a profitable activity. Score 3.7 (0 weak; 1-2 suitable; 3-4 good; 5 excellent)

- *Possibility of a negative impact of visitors on the physical state of cultural goods* - the physical state of cultural goods in the town core of Sremski Karlovci is good, and the number of visitors has been without influence.

Assessment 4.5 (1 high possibility; 2-4 medium possibility; 5 low possibility)

- *Potential for negative effects of modification on the physical condition of cultural goods* – modification to the physical condition of cultural goods has not been foreseen for the town core of Sremski Karlovci. Score 4.9 (1 high possibility; 2-4 medium possibility; 5 low possibility)

Total score: 26.1

The adoption of the Law on the Restoration and Cultural-Historical Heritage and Stimulation of Development in Sremski Karlovci in 1991, followed by a new one in 2021, created a basis for the revitalization of the multi-century cultural heritage and its development. However, tourist capacities are still insufficient, and there is no strategic plan for tourism development that would encourage investors and provide them with legal and other security.

The overall assessment of the cultural assets management sector (sub indicators of cultural importance – 15.7 and sub indicators of robustness – 26.1) is 41.8, which is an indication of low sensitivity and high cultural values.

Table 4: Matrix of market attraction and robustness

Indicator	Market attraction			
	Total score	0 - 20	21 - 40	41 - 60
Robustness	0 - 20	M (3,1)	M (3,2)	M (3,3)
	21 - 40	M (2,1)	M (2,2)	M (2,3)
	41 - 60	M (1,1)	M (1,2)	M (1,3)

Source: author, according to the Hilary Du Cross Model, 2000

Correlation of the sum of all tourist sector assessments (51.3) and cultural asset management (41.8) creates a “matrix of market attraction/robustness”:

The displayed matrix shows the sum of the assessment of all the sub indicators in cell M (1, 3), indicating that the town core of Sremski Karlovci has a high value indicator for cultural significance/robustness and high market attraction.

CONCLUSION

The high assessment of market attraction of cultural goods and cultural importance suggests that the concentration of cultural values in the town core of Sremski Karlovci represents an exceptional resource for tourism development. Research has shown that there is a need for better interpretation and presentation of cultural values, their “revival” through space and event animations, but also the introduction of multilingual audio-visual elements. In this way, values in the cultural asset management sector would receive a higher score in future research.

Despite the existence of strategic documents that support the development of sustainable tourism in the Sremski Karlovci area, notably the Tourism Development Strategy for the Republic of Serbia for the period 2016 to 2025, and the Tourism Development Program of the Autonomous Province of Vojvodina for the period 2018 to 2022, the municipality of Sremski Karlovci does not have a strategic document for the development of tourism within its territory, so this commitment, with the aim of improving the development of sustainable tourism, is placed at the top of the agenda.

The issue of sustainable development of cultural tourism imposes a continuous time-space obligation for evaluation, so that insight into the real impact of tourist activities on cultural and natural heritage, as well as on the domicile population, can be seen at all times.

LITERATURA

- Bakić Svetlana (2014): *Mogu li se tipski objekti ugrađivati u tkivo istorijskog grada? U: Zbornik radova prve međunarodne konferencije “Očuvanje i unapređenje istorijskih gradova”*, 241-254. Sremski Karlovci: Pokrajinski zavod za zaštitu spomenika kulture, Opština Sremski Karlovci. Petrovaradin – Sremski Karlovci, Srbija.
- Besermenji Snežana, Pivac Tatajana (2008): *Turistički značaj Sirmijuma. Zbornik radova Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu*, 56, 151-164.
- Cros du Hilary (2000): *Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism in Hong Kong. Final Report to the Lord Wilson Heritage Trust Council, SAR.*
- Cvijanović Drago, Ružić Pavlo (2017): *Ruralni turizam*. Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji. Srbija.
- Csapo Janos (2012): *The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern tourism Industry. In Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*, 201-232. InTech. London. UK.

- Dumont, E., Ruelle, C., Teller, G. (2007): *Proactive management of The Impact of Cultural Tourism Upon Urban Resources and Economies, Integrating and strengthening the European Research Area Activity*, 6th Framework Programme of Research.
- Ennen Elke (1999): *Heritage in fragments, the meaning of Pasts for City Centre Residents*. Utrecht/Groningen. Rijks universiteit Groningen.
- Đukić-Dojčinović Vesna (2005): *Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije*. Clio. Beograd, Srbija.
- Gajić Tamara, Vujko Aleksandra, Petrović D. Marko, Mrkša Milutin, Penić Mirjana (2018): Examination of regional disparity in the level of tourist offer in rural clusters of Serbia. *Economics of Agriculture*, 65(3), 911-927. Belgrade.
- Хацић Олга (2005): *Културни туризам*. Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад.
- ICOMOS (1999): *International Cultural Tourism Charter - Managing Tourism at Places of Heritage Significance*. Мехико. Available at: https://www.icomos.org/charters/tourism_e.pdf (November 11, 2020).
- Plić, Biljana, Stefanović, Vidoje, Žikić, Srđan (2020): Specificnosti liderstva u turizmu sa ciljem uspešnog poslovnog procesa. *Megatrend revija*, 17(1), 89-108.
- Исаковић Смиљка (2016): *Уметничке праксе у контексту културног туризма*. Врњачка Бања: Факултет за хотелијерство и туризам, Универзитет у Крагујевцу.
- Јовановић-Тончев Melita, Podovac Milena (2014): Kulturna dobra kao deo turističkog proizvoda banja Srbije. *Ekonomija: teorija i praksa*, 7(3), 54-67. Novi Sad, Srbija.
- Krivošejev Vladimir (2014): *Upravljanje baštinom i održivi turizam*. Valjevo - Beograd: Narodni muzej – Artis centar.
- McKercher Bob, Ho S. Y. Pamela, & Du Cros Hilary (2005): Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong Kong. *Tourism Management* 26 (4), 539–548.
- McKercher Bob, Cros Du Hilary (2002): *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. Haworth Hospitality Press.
- McKercher Bob (2001): *Sustainable Tourism Development – Guiding Principles for Planning and Management*, Presentation to the national Seminar od Sustainable tourism Development, Bishkek, Kyrgyzstan, November 5-9, 2003.
- Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja (2009): *Master plan za turističku destinaciju Sremski Karlovci sa Fruškom gorom*.
- Pančić Kombol Tonka (2006): Kulturno nasleđe i turizam. Varaždin: Zavod za znanstveni rad HAZU, 16-17, 211-226.
- План генералне регулације Сремских Карловаца (2016): *Службени лист Општине Сремски Карловци*, 4. Сремски Карловци, Србија.
- Покрајински секретаријат за културу, јавно информисање и односе с верским заједницама. (2021): *Непокретна културна добра АП Војводине*. Нови Сад, Србија. Доступно на: <http://www.kultura.vojvodina.gov.rs/nepokretna-kulturna-dobra-ap-vojvodine/> (11.01.2021).
- Републички завод за статистику. (2020): *Општине и региони у Републици Србији*, 46. Београд, Србија.

- Sančanin Branislav (2019): Historical Heritage in The Function of Developing Cultural Tourism. *The Journal of Middle East and North Africa Sciences*, 5(5), 6-12. Amman, Jordan. Available at: <http://oaji.net/articles/2019/2705-1556737941.pdf> (May 15, 2021).
- Sančanin, Branislav, Perić Goran, & Stojiljković Marija (2019): Cultural-historical resources as initiators of tourism development in Sremski Karlovci. *Hotel and Tourism Management*, 7(2), 77-85.
- Сечански Живан (1978): *Сремски Карловци кроз историју*. У: Васић, П. “Уметничка топографија Сремских Карловаца”. Матица српска. Нови Сад, Србија.
- Стратегија развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године (2016): *Службени гласник РС*, 98/2016.
- Tilden Freeman (1977): *Interpreting Our Heritage*, Third Edition, University of North Carolina Press.
- Туристичка организација општине Сремски Карловци. *Извештај о раду за 2019. годину*.
- Закон о обнови културно-историјског наслеђа и подстицању развоја Сремских Карловаца. (2021): *Службени гласник РС*, 52/21.
- World Travel Organisation. (2017): UNWTO Tourism and Culture: Definition adopted during the 22nd Session of the General Assembly held in Chengdu, China (11–16 September 2017). Available at: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture> (December 31, 2020).

Branislav Sančanin
Goran Perić
Aleksandra Jevtović

338.483.12(497.113)
DOI: 10.5937/MegRev2203411S
Received 11.06.2021.
Approved 19.10.2021.
Review scientific paper

TURISTIČKA VALORIZACIJA KULTURNO-ISTORIJSKOG NASLEĐA GRADSKOG JEZGRA SREMSKIH KARLOVACA

Sažetak: *Sinergijski efekti integracije sektora kulture i turizma doprinose da kulturni turizam predstavlja istinski katalizator sveukupnog turističkog rasta i razvoja. Za transformaciju autentičnog kulturno-istorijskog nasleđa Sremskih Karlovaca u turističku atrakciju neophodna je valorizacija identifikovanih kulturnih i turističkih vrednosti. Problemski focus istraživanja usmeren je prema odnosu između autentičnog kulturno-istorijskog nasleđa i održivog turizma. Predmet istraživanja je turistička valorizacija kulturno-istorijskog nasleđa gradskog jezgra Sremskih Karlovaca. Cilj rada je valorizacija turističkog sektora i sektora menadžmenta kulturnih dobara gradskog jezgra Sremskih Karlovaca po modelu Hilari du Kros namenjen za valorizaciju kulturnih i turističkih vrednosti. Rezultati analize subindikatora, dodelom ćelije M (1,3), potvrdili su postojanje povoljnih uslova za dalji razvoj kulturnog turizma, uz kontinuiranu sanaciju, konzervaciju, restauraciju i prezentaciju kulturno-istorijskog nasleđa. Mada, za sada, nema negativnih refleksija na kulturno-istorijsko nasleđe, noseći kapacitet prostora i prirodne sredine treba da bude predmet reevaluacije bazirane na monitoringu i efektima uticaja turizma na očuvanje kulturnog i prirodnog nasleđa, kao i na život lokalne zajednice.*

Ključne reči: *Sremski Karlovci, turizam, nasleđe, kultura, turistička valorizacija*

MEĐUNARODNI ODNOSI

Kosta B. Lekić*

341.485:008

DOI: 10.5937/MegRev2203427L

Primljen 24.06.22.

Odobren 14.07.2022.

Pregledni naučni rad

KULTURNI GENOCID – DEFINICIJA, OSOBINE, OPASNOSTI

Apstrakt: *Pojam genocid najpre podseća na masovna ubistva i koncentracione logore, stravične ratne zločine za koje su predviđene najteže pravne sankcije državnog i međunarodnog prava. Ipak, genocid nije samo to – pod ovim terminom podrazumeva se daleko širi dijapazon zločina, kako istorijskih, tako i savremenih. Jedan od nešto manje poznatih pojmova vezanih za genocid jeste i pojam kulturnog genocida. Nasuprot masovnom ubijanju, karakterističnom za najpoznatiji oblik ovog zločina, kulturni genocid predstavlja sistemsko uništenje određene kulture. Iako naizgled u mnogome bezazleniji od Hitlerovog režima, kulturni genocid je izuzetna opasnost po svetsku civilizaciju. Ovim radom ukazaćemo na ozbiljnost fenomena kulturnog genocida, posledice koje može imati na društvo, raznolikost situacija u kojima se može razviti, kao i neke faktore koji ga čine izuzetno snažnim rizikom za svetsko društvo.*

Ključne reči: *genocid, kultura, kulturni genocid, uništenje kulture, svetsko društvo*

* Doktorand na Univerzitetu Megatrend – Fakultetu za kulturu i medije, i asistent na Univerzitetu Megatrend – Fakultetu za poslovne studije.

1. UVOD

U svetu nakon Drugog svetskog rata, genocid je postao jedna od najomraženijih pojava u ljudskom društvu. Sećanja na horore jevrejskog holokausta i milionskih brojeva ubijenih učinila je ove zločine zauvek urezanim u pamćenje ljudskog društva. U godinama koje su usledile, učinjeno je mnogo u pokušaju da se spreči ponavljanje takvog razaranja jednog dela ljudske populacije. U nekoj meri ovo je bilo efikasno – uistinu je sprečena pojava nove nacističke Nemačke. Ipak, u grčevitoj borbi protiv ponavljanja istorije pojam genocida je sveden na istrebljivanje Jevreja, iako je u svojoj biti zapravo daleko širi pojam.

Pojam genocid svoje poreklo duguje grčkoj reči *genos* – narod, etnička grupa, i latin-skom *cide* – ubiti.¹ Logično, ova etimologija navodi na zaključak da se genocidom mogu smatrati samo aktivnosti u kojima je cilj ubijanje velikog broja pripadnika određene etničke grupe ili naroda. Ipak, ovo značenje može se shvatiti i u figurativnom obliku, gde ubijanje naroda ne mora biti samo oduzimanje života pripadnika tog naroda, već i samo uništenje postojanja naroda kao posebnog. Tako, u genocid može spadati sve što čini da jedan narod nestane, bez obzira na to da li podrazumeva oduzimanje ljudskih života. Ovakvim shva-tanjem smisao dobija i pojam kulturnog genocida, tj. sistemskog uništenja kulture jedne društvene grupe.

Nažalost, za ovu „širu” definiciju genocida većina ljudi ni ne zna. Nedovoljno razvijena je kako svest svetskog javnog mnjenja o ozbiljnosti ovog problema, tako i poimanje implikacija koje on ima na situaciju u svetu. Tek shvaćanjem širine definicije genocida može se spoznati tužna i zastrašujuća istina sveta današnjice – uprkos svim naporima međunarodne zajednice, genocid ne samo što nije iskorenjen iz ljudskog društva, već možda predstavlja i veću opasnost nego što je to bio tokom Drugog svetskog rata.

2. POJAM KULTURNOG GENOCIDA

Kako je već navedeno, fokus ovog rada postavljen je na pojam kulturnog genocida. Kako bi detaljnije proučavanje ove pojave bilo moguće, neophodno je najpre uopšteno definisati pomenuti pojam. U tu svrhu, naredni deo rada bavi se definisanjem pojma kulturnog genocida kroz njegova dva konstitutivna elementa – kulturu i genocid.

2.1. Definicija kulture

Pojam kulture je izuzetno prisutan u svakodnevnom govoru. Od termina kulturni program, kulturna ustanova, pa sve do karakterizacije ljudi kao kulturnih ili nekulturnih, možemo reći da je termin kulture i kulturnog postao uobičajen. Ipak, to ne znači i da je samom svojom opšteprisutnošću postao i jasan, opipljiv i konkretan, kao što bi se moglo pretpostaviti. Naprotiv, pojam kulture je i dalje jedan od onih za koje se smatra da su intuitivno poznati, iako zapravo predstavljaju nejasne, apstraktne ideje.

¹ Barnard, Alan, Spencer, Jonathan (eds.) (2010): *The Routledge Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*, Routledge – London, 332.

Reč kultura u svom izvornom značenju unekoliko je drugačija od percepcije koju u njenom značenju imamo danas. Poreklom iz latinskog jezika, u vremenu svog nastanka imala je daleko konkretniji smisao od današnjeg:

„cultura, ae f. – I kultivisanje, briga, kultivacija [...]

b. agrikultura, zemljoradnja, status supruga (u najširem smislu)[...]

II A. briga, kultura, kultivacija[...]

V. počast, udvaranje, laskanje“.²

Naravno, već na prvi pogled očigledno je da se latinsko značenje reči kultura daleko razlikuje od onoga što kultura danas predstavlja. Sledstveno, kako bi se savremeni pojam kulture definisao, neophodno je pristupiti analizi modernih socioloških i antropoloških teorija koje za temu imaju kulturu.

Pojam kulture može se posmatrati kroz prizmu pojave koja se naziva prirodnom lokalnošću (natural localness).³ Prirodnom lokalnošću opisuje se činjenica da, uprkos sveopštem procesu globalizacije, ljudi i dalje svoju pažnju usmeravaju na informacije koje se tiču njihove bliže okoline. Ovo se objašnjava instinktualnim nagonom čoveka da traži informacije koje direktno utiču na njegov svakodnevni život. Prirodna lokalnost, zajedno sa običajima, čine kulturu grupe.⁴

Drugačije posmatrano, možemo reći da pojam kulture ima dve ravni značenja, koje uslovno možemo okarakterisati kao „humanističku” i „antropološku”.⁵ Sledstveno, u zavisnosti od ravni značenja iz koje se pojam kulture posmatra zavisi i njegov značaj kao elementa pojma kulturnog genocida.

U humanističkom smislu kultura je osobina osobe, predmeta, dela ili pojave – određen komentar može biti kulturnan ili nekulturnan, kao što i osoba može imati kulture ili ne. Na ovaj način, kultura postaje vrsta preduslova za napredak na lestvici vrednosti; ona postaje element koji odvaja značajno od trivijalnog i bezvrednog.

Međutim, ako shvatimo ovakvu definiciju kulture kao dovoljnu, na koji način možemo objasniti tako često pominjanu izjavu da je Evropa, pored rimskog prava i hrišćanstva, svoje temelje našla u grčkoj kulturi? Da li možemo humanističkom definicijom kulture objasniti pojam kulturnog nasleđa, kulturne tradicije, kulturnog diverziteta? Naravno, postavljanjem ovakvih pitanja postaje jasna nedorečenost humanističke definicije kulture, što i jeste razlog nastanka druge, antropološke definicije ovog pojma.

Antropološka definicija kulture je relativistička ideja, koja u sebi ne sadrži individualizam karakterističan za humanističko tumačenje, već pluralizam svojstven sociološkom pogledu.

„Svet je podeljen na više kultura, od kojih je svaka značajna na svoj način. Svaka osoba je proizvod kulture u kojoj je živela, a razlike između ljudskih bića treba objasniti (ali ne i osuditi) razlikama u njihovoj kulturi (a ne u njihovoj rasi)”⁶

Srodna antropološkoj definiciji je i sledeća:

² Lewis, T. Charlton, Short, Charles (1891): *A New Latin Dictionary*, Harper & Brothers – New York, 488.

³ Davidson, Lawrence (2012): *Cultural Genocide*, Rutgers University Press - New Brunswick, 2-6.

⁴ Ibid,17.

⁵ Novic, Elisa (2016): *The Concept of Cultural Genocide: An International Law Perspective*, Oxford University Press – Oxford, 2.

⁶ Barnard, Alan, Spencer, Jonathan (eds.) (2010), 169.

„Kultura se [...] može definisati kao zbir materijalnih i duhovnih proizvoda jedne društvene grupe koji se razlikuju od materijalnih i društvenih proizvoda neke druge društvene grupe”⁷

Tek sinergijom ova dva tipa definicije možemo reći da je kultura u većoj meri definisana, i da je njeno značenje u dovoljnoj meri jasno. U kontekstu druge, antropološke definicije, možemo dalje razumeti i pojam kulturnog genocida.

2.2. Definicija genocida

Kao što smo pomenuli na samom početku rada, pojam genocid svoj naziv duguje latinским rečima *genos* – narod, etnička grupa i *cide* – ubiti. Međutim, kao što je to slučaj i sa veoma velikim brojem drugih naučnih pojmova, značenje pojma se ne podudara nužno sa značenjem njegovih etimoloških korena, ili makar obuhvata znatno uži ili širi opseg pojava od onog koji etimološka analiza sugerise.

U situaciji nakon Drugog svetskog rata svet je bio uzdrman zločinima težim od bilo čega što je do tada čovečanstvo iskusilo. U tom novom, izmenjenom svetu, mnogi su pokušali da daju objašnjenje, analizu ili bilo kakav smisao užasu koji je trajao naizgled beskonačnih šest godina. U svetlu ovih događaja pojam genocid stvorio je i prvi put upotrebio Rafael Lemkin 1944. godine, definišući ga kao „uništenje nacije ili etničke grupe”.⁸ Uprkos obimnoj literaturi nastaloj u gotovo 80 godina postojanja ovog pojma, Lemkinov rad se i dalje smatra veoma relevantnim i značajnim u proučavanju genocida. Međutim, to ne menja činjenicu da se shvatanje genocida značajno izmenilo i steklo nove dubine u periodu nakon 1944. godine.

Zvanična definicija genocida u domenu međunarodnog prava datira iz 1948. godine, kada je Organizacija Ujedinjenih nacija donela Konvenciju o sprečavanju i kažnjavanju zločina genocida.⁹ Ovim dokumentom genocid je definisan kao:

„bilo koji od sledećih postupka počinjen sa namerom da se uništi, u celosti ili delom, nacionalna, etnička, rasna ili religijska grupa, kroz: a) ubijanje članova grupe, b) nanošenja ozbiljnog telesnog ili mentalnog zla članovima grupe, v) namerno primoravanje grupe na uslove života osmišljene da izazovu njeno fizičko uništenje u potpunosti ili delimično, g) nametanje mera kojima se sprečava rađanje i grupi, d) prinudno prebacivanje dece iz grupe u drugu grupu”.¹⁰

Definicija data u Konvenciji jedina je relevantna u kontekstu međunarodnopravne zaštite; međutim, naučnoteorijska razmatranja genocida daju ovoj pojavi daleko detaljniju definiciju i opseg primenljivosti. U tom smislu, pojedini teoretičari razlikuju i veći broj tipova genocida,¹¹ od kojih je jedan i kulturni genocid, što je ujedno i tema ovog rada.

⁷ Dimitrijević, Vojin et al. (1999): *Kulturna prava*, Beogradski centar za ljudska prava – Beograd, 121.

⁸ Lemkin, Raphael (1944): *Axis Rule in Occupied Europe: Laws of Occupation – Analysis of Government – Proposals for Redress*, Carnegie Endowment for International Peace – Division of International Law – Washington.

⁹ *Convention on the Prevention and Punishment of the Crime of Genocide*. (1948), UN.

¹⁰ Ibid, art. 2.

¹¹ Više u Totten, Samuel, Parsons S. William, Hitchcock K. Robert, (2002): “Confronting Genocide and Ethnocide of Indigenous Peoples: An Interdisciplinary Approach to Definition, Intervention, Prevention and Advocacy”, 54-91, in: Hinton, Alexander Laban, *Annihilating Difference: The Anthropology of Genocide*, University of California – Los Angeles, 61.

2.3. Pojam kulturni genocid i njegovo značenje

U svojoj studiji, Lemkin iznosi stav da genocid „ne mora da znači trenutno uništenje nacije, osim kada se postiže masovnim ubijanjem svih članova nacije, [već da on] [z]apravo označava koordinisan plan raznih akcija sa ciljem uništenja esencijalnih temelja života nacionalnih grupa, u cilju anihiliranja samih grupa“.¹² Dalje, pod ciljevima genocida se mogu podrazumevati „dezintegracija političkih i društvenih institucija, kulture, jezika, nacionalnih osećaja, religije i ekonomskog postojanja nacionalnih grupa, i uništenje lične bezbednosti, slobode, zdravlja, dostojanstva, i čak i života individua pripadnika takvih grupa“.¹³ U suštini, genocid je uništenje nacionalne ili etničke grupe kao celine, kolektivnog pojma, a ne kao skupa svih njenih činilaca – pripadnika.

Prema pomenutoj studiji, genocid se sastoji iz dve faze – ukidanje principa i načina funkcionisanja prvobitne grupe, i nametanje sopstvenog režima. Ovaj režim može biti nametnut pripadnicima dezintegrisane grupe, ili, u slučaju kada se genocid vrši masovnim eliminisanjem, režim se nameće teritoriji koja je tim postupkom zauzeta.

Ovim se jasno vidi da pojam genocid, u samom trenutku svog nastanka, nije bio predviđen u jednoznačnoj formi koja je sada najčešća. Naprotiv, Lemkin razlikuje čak osam različitih tipova genocida – socijalni, politički, kulturni, ekonomski, biološki, fizički, religijski i moralni.¹⁴ Kulturnim genocidom ovde se obuhvata kontrola umetničkog stvaralaštva, zabrana korišćenja maternjeg jezika, nametanje jezika i običaja okupatora i sl.

Činjenica da je pojam genocida nastao kao reakcija na užase nacističkog režima u Drugom svetskom ratu dovela je do toga da se genocidom smatraju prevashodno postupci kojima se ugrožava fizički integritet napadnute grupe. Budući da su zločini protiv Jevreja bili usmereni na njihovo masovno ubijanje, a da se genocid često pojmovno svodi upravo na ove zločine, činjenica da se druga značenja pojma genocida često zanemaruje nije ni najmanje iznenađujuća.

Drugi, možda i značajniji, faktor koji čini kulturni genocid genocidom jeste i taj da on „za razliku od svog prepoznatijeg i krvavijeg pandana, fizičkog genocida, još uvek nije nelegalan po međunarodnom pravu“.¹⁵ Naime, nacrt ranije pomenute konvencije o genocidu sadržao je član sa zabranom kulturnog genocida; međutim, ovaj član nije uključen u finalnu verziju konvencije, budući da je kulturni genocid smatran isuviše širokim i nedefinisnim pojmom.¹⁶

Stav da je kulturni genocid nedovoljno precizno definisan pojam javlja se i u naučno-stručnoj literaturi, gde se navodi da je kulturni genocid „u velikoj meri neproučen koncept koji dozvoljava individualizovana zamišljanja [njegove sadržine]“.¹⁷ Ipak, kulturni genocid je moguće definisati, makar u grubim crtama, te tako možemo reći da je kulturni genocid

¹² Lemkin, Raphael (1944), 79.

¹³ Ibid.

¹⁴ Više u Ibid, 82-90.

¹⁵ Davidson, Lawrence (2012), 2.

¹⁶ Sautman, Barry (2006a): “Cultural Genocide in International Context”, 1-37, in: Sautman, Barry (ed.): *Cultural Genocide and Asian State Peripheries*, Palgrave Macmillan – New York, 4.

¹⁷ Ibid, 1.

„namerno oslabljivanje i na kraju uništenje vrednosti i običaja onih van grupe, od kojih se strahuje“.¹⁸

Ciljevi kulturnog genocida mogu biti dvojaki – uništenje druge grupe, ili njeno dovođenje u stanje pokornosti kako ne bi pružala otpor.¹⁹ Takođe, iako se pojam genocida uobičajeno vezuje za nasilje i ratno stanje, kulturni genocid se može javljati i u doba rata i u mirnodopskom periodu, o čemu će više reći biti u nastavku rada.

3. ZAŠTITA OD KULTURNOG GENOCIDA KAO KULTURNO PRAVO

Uprkos teškim posledicama koje može imati na društvene zajednice, pa i globalnu zajednicu u celini, kulturni genocid nije u velikoj meri ni prepoznat u svetskoj javnosti kao problem, te stoga i ne postoji razvijen međunarodni sistem za njegovo suzbijanje i preventivu. Štaviše, ne postoji ni jedan međunarodni pravni akt koji se konkretno bavi ovim problemom. Između ostalog, razlog za ovo može se tražiti i u činjenici da je zaštita od kulturnog genocida oblik kulturnih prava.

3.1. Pojam kulturnih prava

Kulturna prava određuju se kao prava koja štite kulturne interese pojedinaca i društvenih grupa. Predmet njihove zaštite može biti izuzetno širok spektar pojava, koji se vremenom, sa porastom globalne svesti o značaju kulture, sve više širi i produbljuje. Teret zaštite kulturnih prava, i pored postojanja raznih međunarodnih organizacija, u suštini pada na državne institucije:

„Ispunjavanje [obaveze države da se aktivno angažuje na stvaranju uslova za uživanje kulturnih prava] se sastoji u donošenju odgovarajućih zakonskih, administrativnih, finansijskih, obrazovnih, društvenih i drugih mera [...] [T]o može da znači obezbeđivanje adekvatnih fondova [...] ili stvaranje odgovarajuće infrastrukture za uspešnu realizaciju kulturne politike“.²⁰

U okviru internacionalnih organizacija, druge države mogu se “umešati” u ovaj proces obezbeđivanja uživanja kulturnih prava. To mogu učiniti na različite načine – pravnom intervencijom u slučaju kada država ne čini ono što bi trebalo kako bi zaštitila kulturne interese pojedinaca i grupa koje su pod njenom nadležnošću, ali i materijalnom, stručnom i drugim vrstama pomoći u slučajevima kada država sama nije u stanju da ispuni svoje dužnosti, zbog nedostatka resursa, tehničkih mogućnosti, stručnog osoblja i sl. Ove mogućnosti i sistemi međunarodne saradnje, ali i drugi elementi procesa međunarodne zaštite kulture, regulišu pravni dokumenti međunarodnog prava.

3.2. Razlozi relativno slabe razvijenosti kulturnih prava

Kulturna prava jedna su od manje razvijenih grana prava. Pripadaju pravima druge generacije, isto kao i socijalna i ekonomska prava – ovo je takozvana prelazna grupa između

¹⁸ Davidson, Lawrence, (2012), 18-19.

¹⁹ Ibid, 19.

²⁰ Dimitrijević, Vojin *et al.* (1999), 114.

izričito individualnih prava prve i kolektivnih prava treće generacije. Razlozi za njihovu manju razvijenost mogu se tražiti u činjenici da je njihov predmet – kultura, isuviše apstraktan da bi se ona razvijala. Naime, kultura se teško definiše zbog same činjenice da se stalno menja:

„Kultura je [...] dinamična kategorija, to je nešto što se stalno iznova stvara, konstruiše i rekonstruiše, njena istorijska promenljivost i stalna dinamička „re-kreacija” predstavljaju njenu suštinu”.²¹

Međutim, isto se može primeniti i na ekonomska i socijalna prava, koja su mnogo razvijenija. Francioni,²² naime, smatra da se razlog može naći u tri osnovna faktora – potenciranju individualnosti nasuprot uobičajeno isticanoj jednakosti subjekata, dualnoj prirodi kulturnih prava, koja podrazumeva činjenicu da njihov subjekat mogu biti i pojedinac i društvena grupa, i opasnosti da se zaštitom kulturnih prava ugroze druga ljudska prava.

Kulturna prava, logično, ističu različitost i posebnost pojedinaca/grupa/naroda itd. i zahtevaju njihovu zaštitu. Ovakvo potenciranje individualnosti subjekta kosi se sa načelima većine drugih prava, gde su svi jednaki, tj. isti. U svetlu činjenice da je najveći deo sukoba u istoriji civilizacije proistekao iz shvatanja da postoje razlike i nejednakosti među ljudima, logično je da međunarodno pravo teži da neutrališe ideje o različitosti, što automatski sputava razvoj kulturnih prava.

Drugi faktor bila bi dualna priroda kulturnih prava, koja za subjekta mogu imati i pojedinca i društvenu grupu. U slučaju kada bi se akcenat stavio na grupu, sloboda pojedinca bila bi redukovana – da bi očuvao kulturna prava grupe ne bi mogao da živi svoj život na način na koji to želi, odvajajući se od date grupe i ponovno joj se pridružujući po sopstvenom nahođenju. Sa druge strane, ako se u fokus kulturnih prava stavi pojedinac, njegovi lični izbori dovešće u opasnost kulturne interese grupe.

Treći faktor jeste opasnost da se poštovanjem kulturnih prava ugroze druga ljudska prava, poput prava na svojinu nad određenom imovinom ili prava na slobodu govora. Primera radi, restitucijom kulturne imovine ona se oduzima od lica koje je datu imovinu kupilo i nad njom ostvarilo pravo svojine, čime se dato pravo krši. Takođe, kulturnopravno načelo poštovanja tuđe kulture, pa i religije kao jednog od bitnijih aspekata kulture, može predstavljati ograničenje slobode govora, iz opasnosti da se slobodnim govorom može iskazati nepoštovanje. U ekstremnim slučajevima, karakterističnim za islam, korišćenje prava na slobodu govora na način koji iskazuje nepoštovanje prema islamu, može dovesti do poziva na ubistvo osobe koja iskaže takvo nepoštovanje (kao u slučaju Salmana Ruždija i njegove knjige „Satarski stihovi”, optužene za vređanje islama), pa čak i do izvršenja ubistva nad tom osobom.

3.3. Nerazvijenost zaštite od kulturnog genocida kao posledica njenog kulturnopravnog karaktera

Kao što smo upravo izneli, kulturna prava predstavljaju kategoriju ljudskih prava koja je komparativno značajno manje razvijena od mnogih drugih ljudskih prava. Zaštita od kulturnog genocida, logično, za zaštitni objekat ima kulturu određene grupe (nacionalne, etnič-

²¹ Stavenhagen, R. (1995): “Cultural Rights and Universal Human Rights”, in: Asbjorn, E, Krausse, C. & Rosas, A. (eds.) *Economic, Social and Cultural Rights – A Textbook*. Martinus Nijhoff – Dordrecht/Boston/London, citirano prema Ibid, 121.

²² Francioni, Francesco, Scheinin, Martin (eds.). (2008), 1-15.

ke i dr.), što je čini jednim od kulturnih prava. Sledstveno, razvijenost zaštite od kulturnog genocida je na veoma niskom nivou, i svodi se na primenu raznih generalizovanih normi o zaštiti kulture – kao što smo već pomenuli, međunarodno pravo ne zabranjuje izričito kulturni genocid; štaviše, pojam kulturnog genocida ni ne postoji ni u jednom od izvora međunarodnog prava.

U svetlu ovakve međunarodnopravne situacije, šanse za nastupanje kulturnog genocida veoma su visoke – kako u doba rata, uporedo sa drugim, „zvaničnim“ oblicima genocida, tako i potpuno izvan ratnog stanja. Obema navedenim situacijama bavićemo se u narednom delu rada.

4. KULTURNI GENOCID – ILUSTRATIVNI PRIMERI

Kako smo već pomenuli, kulturni genocid može koincidirati sa drugim, fizičkim formama genocida ili ratnih napada, a može i postojati potpuno samostalno, u periodu mira. Naredni deo rada prikazaće određene ilustrativne primere oba navedena slučaja.

4.1. *Kulturni genocid u stanju rata*

Ratovi uvek donose izuzetne gubitke i štetu – brojne žrtve, srušene gradove, razorene porodice... U trenucima kada na velikoj, političkoj karti država gubi, narod i društvo pate. Pod agresijama neprijatelja nastaju mnoge patnje, od kojih se neke, poput ljudskih žrtava, ekonomskih kriza i beskrajnog straha, lako primećuju, dok druge ostaju u nekoj meri zapostavljene i potcjenjene. Među ovim posledicama koje se lako na prvi put mogu prevideti jeste i destrukcija kulture jednog društva.

Kultura se u ratnoj situaciji može „oštetiti“ na razne načine. Povremeno, dešava se da usled same situacije kulturni život naprosto „utihne“, što zbog nedostatka inspiracije za umetnike a što zbog manjka interesovanja širih javnih masa. Ovakva situacija poziva se na takozvanu humanističku definiciju kulture – smanjena „proizvodnja“ kulturnih dela izjednačava se sa uništavanjem kulture, i kao takva, iako nepoželjna, predstavlja logičan i neizbežan sled događaja za koji se ne može tražiti „krivac“.

Sa druge strane, uništenje kulture jednog društva u ratnoj situaciji odvija se i na planu antropološke definicije kulture, i kao takvo predstavlja mnogo veći razlog za zabrinutost. Akcijama agresora koji ograničava društveni izraz i slobodu određene društvene grupe dolazi do razaranja kulture date grupe, tj. do pojave kulturnog genocida.

Tokom Drugog svetskog rata, perioda najpoznatijeg po genocidu svake vrste i oblika, pojava kulturnog genocida bila je veoma zastupljena. U Poljskoj, nakon nemačke okupacije, došlo je do obimne kontrole kulture i obrazovanja. Univerziteti i umetničke škole su zatvorene, a opšte obrazovanje je sprovedeno u dva paralelna sistema – nemačkim školama i poljskim školama. Iako fondovi za poljsko obrazovanje nisu bili oskudni, najveći deo tih sredstava usmeravan je na osposobljavanje Poljaka za trgovinu i zanate, dok se svaki vid liberalnijeg obrazovanja sputavao.

Još jedna od država pod nemačkom okupacijom koja je bila žrtva kulturnog genocida je i Luksemburg. Pre okupacije, u Luksemburgu su zvanični jezici bili nemački i francuski, u skladu sa njenim teritorijalnim položajem između Nemačke i Francuske. Međutim, na-

kon nemačke okupacije, u Luksemburgu je došlo do velikog redukovanja uloge francuskog jezika u svakodnevnom životu. Nastava u osnovnim školama smela se održavati isključivo na nemačkom, a francuska predavanja učenici su smeli pratiti tek od srednje škole. Takođe, svi stanovnici Luksemburga francuskog imena morali su zameniti svoje ime nemačkim ekvivalentom ako je to moguće, ili izabrati za sebe novo nemačko ime. U slučaju kada neko ne bi dobrovoljno promenio ime do određenog datuma, država mu je nametala novo ime. Nemački je postao i jedini jezik sudstva, ekonomije, saobraćajnih znakova, naziva naselja... Kompletan set odredbi o obavezi korišćenja nemačkog u Luksemburgu izdat je i kao zvanična naredba u avgustu 1940²³, i za njihovo nepoštovanje određene su sankcije u vidu novčanih kazni ili pritvora, o kojima su odluku pored sudskih mogli da donose i organi policije.

Kulturni genocid postojao je i u Čehoslovačkoj tog vremena. Iako u to vreme delovi jedne države, Češka i Slovačka već su bile u situaciji blagog rivaliteta. Ovu činjenicu iskoristila je i Nemačka, koja je taj nedostatak jedinstva pokušala da poveća različitim tretmanom. Pokušala je da "privoli" Slovačku na svoju stranu, i navede je na sukobe sa Češkom; ipak, uticaj je ostvarila na jako mali deo stanovništva, te nije uspela u svojim namerama. Sa druge strane, u Češkoj je sprovodila rigorozne mere i kontrolu. Knjige čeških patriotskih pisaca su zabranjivane i spaljivane ili na drugi način uništavane. Udžbenici su revidirani i iz njih odstranjeno svako veličanje čeških narodnih heroja, a i nastavnicima u školama bilo je zabranjeno da istoriju interpretiraju na patriotski način. Sva umetnička dela su kontrolisana, u toj meri da je dolazilo do raznih apsurdnih situacija – primera radi, Dvoržakova opera Jakobin zabranjena jer je jedna od numera počinjala rečima „Adolfe, ti si lud!“, iako je bila napisana više desetina godina pre nego što je Hitler došao na vlast.

4.2. Kulturni genocid u periodu „mira“

Iako genocid najpre vezujemo za pojam rata i krvoprolića, kulturni genocid često se javlja i kao pojava potpuno nevezana za organizovane oružane sukobe. Štaviše, neki od najizrazitijih oblika društvenog genocida javljaju se upravo u situacijama takozvanog mira.

Mirnodopski kulturni genocid obuhvata ograničavanje i suzbijanje kulturnog izraza, običaja i specifičnog načina života jedne društvene grupe metodama koje ne obuhvataju likvidacije, mučenja i slične mere karakteristične za ratno stanje. Najčešće, u pitanju su nešto suptilnije tehnike, poput nejednakih prava, diskriminacije, izolacije od ostatka društva i sl. Takođe, povremeno je sam postupak još prikriveniji, u toj meri da čak ni same žrtve povremeno nisu svesne toga šta se događa. U tom slučaju, umesto "kažnjavanja" grupe koja se pokušava kulturno uništiti, njeni članovi se postepeno ubeđuju da je bolje da promene svoje principe i način života – iz praktičnih razloga, boljih mogućnosti za uspeh ili društvenog ugleda.

4.2.1. Kulturni genocid nad Indijancima u Severnoj Americi

Među primerima ovakvog, mirnodopskog kulturnog genocida, primetan je slučaj tretmana Indijanaca u Severnoj Americi savremenog doba. Za razliku od ranijeg istrebljivanja, koje je bilo aktuelno u periodu nakon kolonizacije američkog kontinenta, danas je situacija drugačija. Indijanci su priznati kao posebna grupa, za njih su odvojeni delovi teritorije SAD

23 Ibid, 440.

koji se ostavljaju netaknutima – rezervati, a ubijanja i maltretiranja od strane državnih organa su ukinuta. Ipak, u američkoj javnosti Indijanci se ne smatraju samo drugačijom kulturom, poput nemačke ili francuske, već i zaostalom, inferiornom. Ovakav stav seže u periode kolonizacije, koja se sprovodila “zarad unapređivanja zaostalih zajednica”. Još u to vreme, Indijanci su „prilagođavani civilizaciji” – učeni su da se bave trgovinom i zanatima, podučavani engleskom jeziku i pokrštavani. U isto vreme, doseljenim belcima – Evropljanima, kroz medije je plasirana ideja o tome da je „Indijancima suđeno da izumru”. Samim takvim pogledom razvija se stigma o Indijancima, a pripadnici ove grupe koji žele da učestvuju u dešavanjima van svoje zajednice primorani su na prilagođavanje, tj. asimilaciju sa vrednostima drugih. Iz tog razloga, Indijanaca je sve manje – dok se određen broj njih asimiluje sa „modernijim” zajednicama, izuzetno su retki slučajevi da neko rođen u toj istoj „modernoj” zajednici poželi da svoj život provede među indijancima. Na ovaj način, iako otvorenog nasilja prema Indijancima (makar zvanično) nema, indijanskoj kulturi, a u nešto daljoj budućnosti i društvu, preči nestanak.

4.2.2. Kulturni genocid Kine nad Tibetom

Iako većini mnogo manje poznat od slučaja Indijanaca u Severnoj Americi, kulturni genocid sproveden u Tibetu od polovine prošlog veka je takođe veoma značajna pojava. Za razliku od prethodno pomenutog sistema, u kojem je kulturni genocid usledio nakon pokušaja „tipičnog”, fizičkog genocida, Kina je u Tibetu imala potpuno drugačiji pristup. Oslanjajući se na moć kolektivnog mišljenja, u medijima u Kini je dugo plasirala ideju da je Tibet deo Kine, ali sa zaostalom kulturom i nerazvijenim sistemom. U isto vreme, postepeno je uspostavljala kontrolu nad Tibetom dovodjenjem svojih „ambasadora”, koji nisu ni znali tibetanski jezik, niti imali posebnu ulogu u tibetanskom sistemu. Zbog njihove praktične nebitnosti, Tibetanci se nisu mnogo ni obazirali na prisustvo tih kineskih izaslanika, i sebe su smatrali nezavisnim od Kine, ali su povremeno priznavali kineskog cara, u cilju osiguranja kineske zaštite od eventualnog napada kolonizatora.

Kasnije, polovinom dvadesetog veka, Kina je iskoristila velike ekonomske razlike među feudalnim stanovništvom Tibeta u svoju korist, počevši da otvara državne škole u Tibetu, pored do tada postojećih škola u budističkim manastirima. Iz ekonomskih razloga, veliki deo siromašnijeg stanovništva slao je svoju decu u ove škole, u kojima se nastava odvijala na kineskom jeziku, na „moderan” način kineskog komunizma. Još jedna od mogućih ideja koje su Kinezi iskoristili u svojoj strategiji jeste i Tibetanski pogled na život – Tibetanci su život živeli sa idejom da ih čeka „bolje mesto” uz njihovog boga, Budu. Kinezi su zato došli do zaključka da je jedini način da pridobiju tibetanski narod taj da dođu sa „novim bogom” koji bi zamenio Budu – tj. da religiju zamene kultom vladara, što im je kod određenog dela stanovništva i uspelo. Ovakvim, postepenim promenama, umesto prisiljavanja Tibetanaca na odricanje od svoje kulture, Kinezi su ih uslovno rečeno „ubedili” da su kineska načela i kultura „bolji”, tako da su Tibetanci postali dobrovoljni učesnici u sopstvenom kulturnom genocidu, zbog čega bi se ova pojava mogla nazvati i kulturnim suicidom.

O činjenici da Tibet nije bio primoran na uništenje kulture svedoči i izjava jednog člana Tibetskog komiteta SAD, u kojoj se ističe da je opresija tibetanskog naroda, njihove kulture

i njihove religije od strane kineske vlasti dokazana i prihvaćena činjenica, ali i da tokom posmatranja Tibetanaca srednje imovinske klase u Lasi nije primećeno da su nesrećni.²⁴

Ipak, iako sadašnji narod Tibeta nije nesrećan, to ni u kom slučaju ne može značiti da su postupci Kine pre 50 godina bili korektni ili da nisu doprineli delimičnom uništenju tibetanskog društva. Ovaj stav može se uočiti i u jednoj izjavi Pančen Lame (prvi ispod Dalaj Lame u tibetanskoj hijerarhiji):

„Onda kada jezik, nošnja, običaji i druge bitne karakteristike nacionalnosti [nacionalne grupe] nestanu, i sama nacionalnost [nacionalna grupa] je nestala – to jest, pretvorila se u drugu.”²⁵

Ako u ovoj izjavi termin nacionalnosti zamenimo širim pojmom društvene grupe, dobićemo jednostavnu definiciju samog pojma kulturnog genocida.

5. ZAKLJUČAK

Kulturni genocid je pojava čije ime datira iz četrdesetih godina prošlog veka, a postojanje iz perioda pre više vekova. Uprkos ovako dugačkoj tradiciji, kulturni genocid ostaje izrazito slabo definisan pojam, podložen duboko individualizovanom tumačenju. Ovo dalje dovodi do toga da je nemoguće pružiti pouzdanu, konkretnu zaštitu od kulturnog genocida, pa tako ova pojava ostaje nespomenuta konkretno u međunarodnom pravu, te samim tim i nije zvanično nelegalna po međunarodnopravnim normama.

Kulturni genocid predstavlja izuzetnu opasnost za svetsko društvo, možda čak i veću od “klasičnih ratova”, upravo zbog svoje naizgled bezazlene prirode. Uprkos velikom broju slučajeva u kojima se javlja, globalna svest o značaju borbe protiv ove pojave, mada mnogo razvijenija nego pre nekoliko decenija, i dalje je niža nego što bi trebalo da bude.

Činjenica da je teško čak i na striktno teorijskom, a tek na praktičnom nivou, odrediti obuhvat pojma kulturnog genocida, dovodi do toga da ga je gotovo nemoguće zaustaviti. Tako, budući da se ni ne pominje u izvorima međunarodnog prava, borba protiv njega može se voditi isključivo kroz primenu drugih, opštijih pravila i normi. Sledstveno, sprečavanje kulturnog genocida je izuzetno težak i kompleksan proces, a sami postupci koji kulturni genocid stvaraju percipiraju se kao daleko bezazleniji nego što to zaista jesu.

O ozbiljnosti kulturnog genocida kao pojave svedoči i njegova versatilnost, tj. činjenica da se može pojaviti u veoma raznovrsnim prilikama. Iako se pojam genocida uopšteno vezuje za ratove i agresije, kulturni genocid se ne ograničava samo na ovakve situacije. Naprotiv, iako može postojati istovremeno sa ratnim prilikama ili fizičkim genocidom, kulturni genocid može se javiti i u situaciji kada vlada mir. Upravo ga ova „manje upadljiva“ priroda čini izuzetno opasnim, budući da se ne shvata dovoljno ozbiljno, što mu dozvoljava da se neometano odvija i proizvodi ozbiljne negativne posledice.

²⁴ Clarke, T. *Lost in the Himalaya* in: *Salon*, Feb. 4 2012, citirano prema Sautman, Barry, (2006b): “Tibet and the (Mis-) representation of Cultural Genocide”, 165-272, in: Sautman, Barry (ed.): *Cultural Genocide and Asian State Peripheries*, Palgrave Macmillan – New York, 166.

²⁵ Laird, T. (2006): *The Story of Tibet: Conversations with the Dalai Lama*, Grove – New York, citirano prema Davidson, Lawrence, (2012), 99.

Sveukupno, možemo reći da je kulturni genocid slabo poznata i nedovoljno efikasno regulisana društvena pojava, koja kroz svoju neupadljivost i prividnu bezazlenost, kao i nedovoljnu definisanost, stiče mogućnost da „neopaženo“ razara ljudsko društvo.

LITERATURA

- *Convention on the Prevention and Punishment of the Crime of Genocide*. (1948), UN.
- Barnard, Alan, Spencer, Jonathan (eds.) (2010): *The Routledge Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*. Routledge – London.
- Davidson, Lawrence (2012): *Cultural Genocid*, Rutgers University Press - New Brunswick.
- Dimitrijević, Vojin *et al.* (1999): *Kulturna prava*, Beogradski centar za ljudska prava – Beograd.
- Francioni, Francesco, Scheinin, Martin (eds.). (2008): *Cultural Human Rights*, Martinus Nijhoff Publishers – Boston.
- Lemkin, Raphael (1944): *Axis Rule in Occupied Europe: Laws of Occupation – Analysis of Government – Proposals for Redress*, Carnegie Endowment for International Peace – Division of International Law – Washington.
- Lewis, T. Charlton, Short, Charles (1891): *A New Latin Dictionary*, Harper & Brothers – New York.
- Novic, Elisa, (2016): *The Concept of Cultural Genocide: An International Law Perspective*, Oxford University Press – Oxford.
- Sautman, Barry, (2006a): “Cultural Genocide in International Context”, 1-37, in: Sautman, Barry (ed.): *Cultural Genocide and Asian State Peripheries*, Palgrave Macmillan – New York.
- Sautman, Barry, (2006b): “Tibet and the (Mis-) representation of Cultural Genocide”, 165-272, in: Sautman, Barry (ed.): *Cultural Genocide and Asian State Peripheries*, Palgrave Macmillan – New York.
- Totten, Samuel, Parsons S. William, Hitchcock K. Robert, (2002): “Confronting Genocide and Ethnocide of Indigenous Peoples: An Interdisciplinary Approach to Definition, Intervention, Prevention and Advocacy”, 54-91, in: Hinton, Alexander Laban, *Annihilating Difference: The Anthropology of Genocide* University of California – Los Angeles.

CULTURAL GENOCIDE - DEFINITION, CHARACTERISTICS, HAZARDS”

Abstract: The term genocide immediately reminds one of mass murders and concentration camps, the horrendous war crimes, grounds for the strictest legal sanctions of state and international law. However, genocide isn't just that – this term implies a much broader range of crimes, historical and temporary likewise. One of the less known terms linked to genocide is cultural genocide. Although seemingly more benign than Hitler's regime, cultural genocide is an immense danger to global civilisation. With this work we shall draw attention to the serious nature of the phenomenon of cultural genocide, the consequences it can have on the society, the diversity of the situations in which it can develop, as well as some of the factors which make it an extremely strong risk to the global society.

Keywords: *genocide, culture, cultural genocide, culture destruction, global society*

GEPOLITIČKI ČINIOCI KAO DETERMINANATE STRATEŠKIH OPREDELJENJA MALIH DRŽAVA

Apstrakt: *Prepoznavanje uticajnih geopolitičkih činilaca kao uslova, ali i kao direktnih i indirektnih sredstava primenljivih u okviru nadmetanja između država, jedan je od esencijalnih faktora za prilagođavanje savremenim okolnostima i opstanak, posebno malih država. Veličina i snaga države imaju ključnu ulogu u određivanju njenog potencijala za zaštitu vitalnih vrednosti i ostvarivanje nacionalnih interesa. „Male države“ su ograničene na reaktivan pristup u formulisanju strategije, odnosno njihova strategija predstavlja reagovanje na promene okruženja koje su se već desile (ili su izvesne). U vezi sa tim, suočene sa brojnim izazovima sa jedne i ograničenom moći sa druge strane, male države se gotovo neprekidno nalaze u bezbednosnoj dilemi koja se sastoji od dva elementa: uticaja i autonomije. U istraživanju ćemo koristiti metode analize, sinteze, hipotetičko-deduktivnu metodu, analize sadržaja dokumenata i komparativnu metodu.*

Ključne reči: *geopolitika, država, bezbednost, strategija, politika, nacionalni interesi.*

* Docent na Fakultetu za pravo, bezbednost i menadžment „Konstantin Veliki“ u Nišu, vladalovic@yahoo.com.

** Ministarstvo odbrane, sasabulatovic@gmail.com.

1. UVOD

Važnost geopolitike postaje uočljiva početkom 20. veka, a dublji smisao značenja doživljava nakon Hladnog rata i transformacije bipolarnog u unipolarni svetski poredak. Puno razumevanje njenog doprinosa pravcima razvoja globalnog okruženja postaje prepoznatljivo tokom savremenog doba koji karakteriše beskrupulozno nadmetanje za prostor, u okviru kojeg borba za kontrolu naroda i država dobija nove, efikasne oblike.¹

Veće i snažnije zemlje imaju prednost u nadmetanju sa malim državama, kako u pogledu otpornosti na negativan uticaj geopolitičkih činilaca, tako i u ekskluzivnoj sposobnosti da na geopolitiku utiču oblikujući je i usmeravajući u pravcu koji više pogoduje njihovim nacionalnim interesima. Na taj način, velike države utiču na polaznu poziciju malih država, istovremeno imajući i uslovljavajuću ulogu prilikom određivanja njihovih načina obezbeđenja dovoljne moći za osiguranje sopstvene egzistencije u uslovima neizvesnosti.² Imajući u vidu da gotovo da nemaju uticaj na oblikovanje svog okruženja, naročito ne silom, male države moraju da budu sposobne da prepoznaju moguće scenarije razvoja ključnih geopolitičkih činilaca u budućnosti i da se oslone na strategije koje odgovaraju njenim karakteristikama i mogućnostima. U tom smislu, strategijsko opredeljenje male države percipira se kao suštinsko pitanje u pogledu orijentacije državnih napora po pitanju izbora sredstava i načina ostvarenja formulisanih strateških ciljeva.³

Cilj ovog rada je da ukaže na ograničavajući uticaj geopolitičkih činilaca na izbor strateških opcija malih država, ali i moguće varijante njenih strateških opredeljenja, uzimajući u obzir složenu i nepredvidivu globalnu pozornicu.

2. TEORIJSKA POLAZIŠTA

S obzirom na to da u stručnoj literaturi ne postoji pojmovno određenje „male države“, uglavnom zbog teškog usaglašavanja kriterijuma po kojima bi to bilo moguće uraditi precizno, ostavljena je sloboda u tumačenju tog pojma. U oblasti bezbednosti se malim državama smatraju one koje imaju: 1) manjak autonomije u odnosu na moćnije države; 2) ograničen domet obavljanja poslova; 3) ne učestvuju u kreiranju ciljeva i načina realizacije međunarodne politike i bezbednosti i 4) mali značaj u sistemu kojem pripadaju i pojedinačno ga ne mogu reprezentovati.⁴

Domaći autori, poput Miše Stojadinovića, smatraju da: „Jedna od najvećih karakteristika koja čini male države interesantnim za proučavanje je upravo njihova ograničena moć, koja se najbolje ispoljava u kontekstu sa jačim državama. Velike sile prosto imaju više ka-

¹ Степић, М. (2019): Геополитичкитемељисрпскестратешкекултуре, *Војнодело* 8/2019, Београд, 166.

² Krejčí, O. (2010): *Mezinárodní politika*, Ekopress, Praha, 257.

³ Franci, D. (2014): „The RMA Theory and Small States“, *Military and Strategic Affairs Volume 6.*, No 3, The Institute for national studies, Tel Aviv, Israel, 9.

⁴ Cliv, A., J.K. BailesA. и WivelA. (2014): *Setting the scene: Small States and International Security*, https://www.researchgate.net/publication/263039084_Setting_the_sceneSmall_states_and_international_security/link/57303d7508ae3736095c25dd/download (pristupljeno 28.01.2022), 6 - 7.

paciteta da lakše sprovedu svoje interese.“⁵ U tom stavu evidentno je da nedostatak moći u odnosima sa drugima neku državu čini – malom. U praksi, to znači da je mala država pre podložna uticaju okruženja, nego uticaju na okruženje, o čemu je svojevremeno pisao i Kenet Volc.⁶

Termin „geopolitika“, kako ga tumači Momčilo Sakan, je kovanica reči grčkog porekla (gea-zemlja i ploitiki-politika) i predstavlja „geografiju politike“ ili „politiku prostora“.⁷ Osim toga, u mnogim drugim definicijama pojma geopolitike uočljiv je uticaj geografskog položaja države na njen društveni i politički život.⁸ Na taj način, ukazano je da termin označava povezanost geografije i politike jedne države, ili neke druge teritorijalno definisane zajednice, kao i njenom mestu u okruženju. Dakle, možemo reći da je to svest o shvatanju pozicije države, njenih interesa, ciljeva, mogućnosti i opasnosti kojima je izložena.⁹ Geopolitičke činioce možemo razvrstati u dve osnovne grupe uticajnih faktora na strateško opredeljenje male države: geografske i političke, te ćemo ih u radu tako i opisivati.

Pod **strateškim opredeljenjem** možemo smatrati opšti pristup rešavanju glavnih spoljnopoličkih i bezbednosnih pitanja države i „osnov za izradu stratejskih dokumenata u svim oblastima društvenog života i funkcionisanja državnih organa i institucija, radi očuvanja i zaštite bezbednosti građana, društva i države“.¹⁰ U suštini, trebalo bi da predstavlja tzv. Veliku strategiju (Grand Strategy) kojom se identifikuju bezbednosni ciljevi i opisuje način njihovog ostvarivanja kombinacijom svih raspoloživih instrumenata moći, a prvenstveno vojnih, diplomatskih i ekonomskih.¹¹ Međutim, iako Velika strategija nije prerogativ velikih i moćnih, male države svoje strateško opredeljenje uglavnom prezentuju kroz strategiju nacionalne bezbednosti u kojoj se, uvažavajući geopolitičke determinante i svoju ograničenu moć, uglavnom odlučuju na izbor defanzivne strateške opcije.

Termin „**determinanta**“ prvi put koristi britanski filozof i ekonomski teoretičar William Ernest Johnson 1921. godine u nameri da uvede novu frazu (reč) kojom će preciznije razdvojiti posebne od opštih karakteristika nekog pojma, pojave ili procesa. Kao polaznicu iskoristio je reč latinskog porekla *determinare* - odrediti. Iako je primenu našla u mnogim naukama, naročito u matematici, pojam determinante u opštem (filozofskom smislu) označava stav da su svi događaji, uključujući i moralne izbore, potpuno određeni prethodno po-

⁵ Стојадиновић М. (2019): „Изазови „малих“ и „средњих“ држава у мултиполарном свету“, *Српска политичка мисао 1/2019*, Институт за политичке студије, Београд, 6.

⁶ Више о малим државима видети у: Waltz K. (1979): *Theory of International Politics*, University of California, Berkeley, USA, 192, https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/486328/mod_resource/content/0/Kenneth%20N.%20Waltz%20Theory%20of%20International%20Politics%20Addison-Wesley%20series%20in%20political%20science%20%20%201979.pdf (pristupljeno 28.01.2022.); Гађиновић, Р. (2018): Политика безбедносни малих држава, *Српска политичка мисао 1/2018*, Институт за политичке студије, Београд, 7-8.

⁷ Сакан М. (2005): „Појам и научна изграђеност геополитике“, Војно дело 57/3, Медија центар Одбрана, Београд, 111.

⁸ Мићуновић, Љ. (1988): Савремени лексикон страних речи, Универзитетска реч, Никшић, 121.

⁹ Сакан М. (2005): „Појам и научна изграђеност геополитике“, Војно дело 57/3, Медија центар Одбрана, Београд, 127.

¹⁰ *Стратегија националне безбедности Републике Србије*, 2019., 3.

¹¹ Wivel A. (2021): „The Grand Strategy of Small States“, *The Oxford Handbook of Grand Strategy*, 2. - 15. <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780198840299.001.0001/oxfordhb-9780198840299-e-32> (pristupljeno 28.01.2022).

stojećim uzrocima.¹² Pored toga, možemo reći da determinanta označava neki presudan faktor (činilac) ili karakteristiku koja određuje pravac i cilj nekog subjekta, pojave ili procesa,¹³ te ćemo u nastavku rada težišno uzeti u obzir takvo tumačenje pojma.

3. GEOGRAFSKI ČINIOCI

Među najznačajnijim geografskim uticajnim činiocima, koji opredeljuju stratešku orijentaciju malih država, izdvajamo: **stratešku izloženost** (geografski položaj države, bliskost pretećim silama, izloženost savremenim transnacionalnim izazovima, rizicima i pretnjama), **bogatstvo prirodnim resursima, sociološki činioci i infrastruktura**.

Strateška izloženost kroz prizmu geografskog položaja države, odnosno njena pozicija na globalnoj pozornici i u odnosu na kreatore međunarodnog bezbednosnog okruženja, predstavlja jedan od presudnih faktora koji u velikoj meri određuje strateško usmerenje, pogotovo malih država. Tako, na primer, prema tvorcu geopolitike, nemcu Fridrihu Racelu, nije isto da li se država nalazi „na putu“ velike i moćne države, ili se nalazi van njene zone interesovanja.¹⁴ Osim toga, izlaz na more maloj zemlji pruža određeni vid sigurnosti po pitanju izbegavanja eventualne kopnene blokade.

Svojina jednog naroda nad fizičkim prostorom (teritorijom), podrazumevana kao apsolutna pretpostavka, omogućava korišćenje svih **prirodnih resursa** i predstavlja izvor njegovog bogatstva, kao i snagu države, bez obzira na njenu veličinu. Međutim, stvaranje velike sirovinske osnove, uz širenje tržišta, ali i teritorijalni ekspanzionizam, postali su okosnica kolonijalnih ideologija i geopolitičkih doktrina moćnih imperija.¹⁵ Zbog toga, male države primorane su da svoje prirodne resurse štite najpre pravilnim strategijskim opredeljenjem i pozicioniranjem u odnosu na potencijalne protivnike. Naime, ukoliko je mala država bogata naftom (Kuvajt), zemnim gasom (Katar), ili nekim mineralom (litijum u Srbiji i Češkoj), ona postaje interesna sfera velikih i moćnih zemalja koje u najmanju ruku žele da imaju kontrolu nad eksploatacijom, ili da čak prisvoje prirodne resurse male zemlje. Sa druge strane, činjenica o posedovanju bogatih nalazišta energenata, ili retkih minerala, maloj državi podiže značaj i pregovaračku moć u globalnom pozicioniranju, a time i olakšava ostvarivanje nacionalnih interesa i ciljeva. U kojem će se krajnjem scenariju mala država naći, zavisnoju- lozi ili ravnopravnom partnerstvu, fundamentalno zavisi od izbora strateškog opredeljenja i doslednosti u njenoj implementaciji. Međutim, ukoliko maloj državi značajno nedostaju određeni vitalni resursi (prirodni gas, nafta, pijaća voda), to je dovodi u znatno nepovoljniji položaj za očuvanje opstanka. Tu vrstu zavisnosti gotovo da je nemoguće prevazići suverenom politikom i nepovređenim integritetom, što malu državu gura u neki od oblika savezništva sa većim i moćnijim državama i savezima.

¹² <https://www.britannica.com/topic/determinism>, приступљено дана 30. 12.2 021. године.

¹³ Мићуновић, Љ.(1988): Савремени лексикон страних речи, Универзитетска реч, Никшић, 148.

¹⁴ Дугин А., тумачење радова Фридриха Рацела: *Political Geography: The Stateas a Living Organism* и *The Law of Expansion, Friedrich Ratzel, 1897. и 1901.*, наинтернет страници <https://www.geopolitica.ru/en/article/friedrich-ratzel-state-physical-organism>, приступљено дана 15. 01. 2022. године.

¹⁵ Кнежевић, М. (2017): „Геополитички приступ у међународним односима: проблеми, обрасци, методе“, *Зборник: Свет и нове геополитичке парадигме*, Институт за политичке студије, Београд, 44.

Tabela 1: Odnos broja stanovnika Republike Srbije sa zemljama u okruženju

država	Srbija	Mađarska	Rumunija	Bugarska	RSM	Albanija	CG	BiH	Hrvatska
br. stanov.	8,737,371	9.660.351	19.237.691	6,948,445	2.083.374	2.877.797	628.066	3,280,819	4,105,267
odnos u %	/	1:1,105	1:2,202	1,257:1	4,194:1	3,036:1	13,912:1	2,664:1	2,128:1
pros. starost	42	43	43	45	39	36	39	43	44

Izvor: autori

Pored navedenih, jedan od uticajnih faktora na izbor strategije predstavljaju sociološki činioci poput **demografskog potencijala** i društvene kohezije. Kako smo već u opštim razmatranjima naveli, mala država podrazumeva manju populaciju, ali to ne znači nužno i nedostatak prilikom njene strateške orijentacije. Broj stanovnika male države dobija na značaju prilikom poređenja sa susednim zemljama, a naročito sa onim neprijateljski nastrojenim. Na primeru Republike Srbije, prikazanom u tabeli br. 1, u poređenju sa susedima možemo zaključiti da broj stanovnika može imati negativan uticaj u razmatranju kvantitativnog odnosa sa Rumunijom, dok na primer sa Albanijom može predstavljati prednost.¹⁶

Osim kvantitativnog odnosa, važnu ulogu ima i kvalitativna kategorija stanovništva koja može nadomestiti brojčanu inferiornost u određenoj meri. U vezi sa tim, veliki značaj imaju prosečna starost, opšti nivo obrazovanja, kao i stepen nacionalnog jedinstva. Te kategorije naročito dolaze do izražaja u oblasti odbrane zemlje i kao takve imaju značajnu ulogu po pitanju strateškog opredeljenja male države u smislu vizije načina ostvarivanja nacionalnih interesa na polju bezbednosti.¹⁷

Ukoliko pod **infrastrukturu** smatramo sve izgrađene objekte i komunikacije, neophodne za funkcionisanje jednog društva (države)¹⁸, onda možemo reći da stepen njene izgrađenosti ima determinišuću ulogu prilikom izbora strateške opcije. Pri tome, pored kvantitativnog parametra, veoma važan uticaj ima i kvalitet izgrađenih saobraćajnih instalacija (puteva, železničke mreže, luka, plovnih puteva, aerodroma i sl.). Na primer, ukoliko mala država ima slabo razvijenu i nekvalitetnu saobraćajnu infrastrukturu, aktivnosti u svim oblastima odvijace se sporo i kanalisano, što znatno umanjuje mogućnost ravnopravnog

¹⁶ <https://www.worldometers.info/world-population/population-by-country/>, приступљенодана 11.12.2021. године.

¹⁷ Brady A., Thorhallson B. (2021): *Small States and the New Security Environment*, *Center of small state studies, Unversity of Iceland*, 214 – 215, <https://ams.hi.is/en/projects/small-states-and-new-security-environment-ssanse/>, приступљено 28.01.2022.

¹⁸ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/infrastructure/43027>, приступљенодана 10.01.2022. године.

odnosa, čak i sa državama iste ili slične veličine. To malu državu dovodi u podređen položaj koji usmerava stratešku orijentaciju na zavistan odnos u kojem, zarad opstanka i stvaranja uslova za razvoj, biva prinuđena da žrtvuje samostalnost u odlučivanju i autonomnost u zadovoljenju nacionalnih interesa i ciljeva.

4. POLITIČKI ČINIOCI

Za razliku od geografskih faktora, koji se smatraju nepromenljivom, ili sporo promenljivom varijablom, politički faktori su dinamičniji i njihovo ispoljavanje i uticaj suvidljiviji i brži, te samim tim češće određuju stratejsko opredeljenje.¹⁹ Po pitanju političkih uticajnih faktora koji presudno utiču na izbor strateške opcije malih zemalja, možemo reći da se među najznačajnijim smatraju: **nacionalni imidž, ekonomski i tehnološki stepen razvoja, kao i tradicija i kultura.**

Smatra se da je osnovno polazište strategije jedne države njena društveno politička realnost.²⁰ Pod tim podrazumevamo ne samo samokritično prepoznavanje svoje pozicije u širem okruženju, već i to kako okruženje vidi tu državu, što u ukupnom smislu predstavlja njen **imidž**. Jednostavnije rečeno, nacionalni imidž predstavlja način na koji država predstavlja sebe kao suverenog aktera, ali i kako je ostali doživljavaju. Najčešće sagledavanje imidža jedne države vrši se kroz manifestaciju i procenu njene kulture, diplomatije, propagande, socijalnog marketinga, psiholoških operacija i interesne komunikacije pod kojom podrazumevamo lobiranje, zastupanje interesa i strateško pregovaranje. Osim toga, elementi koji doprinose izgradnji imidža i ostavljanju boljeg i jačeg utiska (uticaja) jedne države na okruženje imaju i način na koji ona učestvuje u rešavanju problema, doprinos u kreiranju javne kulture, kao i stavovi prilikom razmatranja pitanja od zajedničkog interesa.²¹ Na žalost, značaj nacionalnog imidža, u negativnom kontekstu, imali smo prilike da osetimo 90-ih godina prošlog veka kada je u javnosti o Srbima izgrađen imidž „retrogradne nacije“ odgovorne za sva loša dešavanja na Balkanu, što je kasnije iskorišćeno kao izgovor za vojnu agresiju.²²

Sa druge strane, iako zvuči paradoksalno, mala država nedostatka potencijala moći može iskoristiti da percepcija njenog imidža bude pozitivna. Izborom neutralnosti i zauzimanjem miroljubivog stava, mala država sebi omogućava dodelu dužnosti utvrđivanja činjenica, istrage i posredovanja koje druge države obično poveravaju samo neutralnim, objektivnim, nepristrasnim i nepretećim državama. Na taj način mala država izgrađuje ne samo svoj

¹⁹ Kurečić P., (2001): Geopolitika i savremeni geopolitički položaj Hrvatske, 6-8., <https://bib.irb.hr> (pristupljeno 28. 01. 2022.).

²⁰ Blagojević, V.. (2019): „Psychological Operation In Low Intensity Conflict – Case Study Kosovo and Metohija“, Zbornik: *David vs. Goliath: NATO war against Yugoslavia and its implications*, Fakultet bezbednosti, Beograd, 369.

²¹ Перић, Н. и Митровић, М. (2021): „Нова медијска стратегија Војске Србије као инструмент меке моћи“, 2021., *Војно дело 3/2021*, Медијацентар Одбрана, Београд. 3.

²² Blagojević, V.. (2019): „Psychological Operation In Low Intensity Conflict – Case Study Kosovo and Metohija“, Zbornik: *David vs. Goliath: NATO war against Yugoslavia and its implications*, Fakultet bezbednosti, Beograd, 372. - 374.

imidž, već međunarodni uticaj i sposobnost primene meke moći koja je svojstvena uglavnom velikim državama i savezima. Osim toga, isticanje prednosti svoje kulture takođe može značajno doprineti izgradnji imidža maloj državi, a samim tim i širu lepezu strateških opredeljenja u budućnosti. Pozitivan primer korišćenja kulture za izgradnju nacionalnog imidža imamo kod nordijskih država koje ostvaruju nesrazmeran međunarodni uticaj putem meke moći u okviru pitanja vezanih za životnu sredinu, ljudska prava, prava žena, rešavanje sukoba, kao i humanitarna i razvojna pitanja.²³ Međutim ovakav odabir stvari druge vrste problema, a to je izgradnja respektabilnih vojnih snaga, izgradnja svesti stanovništva u vezi odbrane i njene neophodnosti bez udruživanja, jaki spoljnopolitički pritisci i sl.

Stepen **tehnološkog i privrednog razvoja** države, kao i njena ekonomska moć smatraju se jednim od uslova za uspešno međunarodno pozicioniranje, ali i glavnim generatorima zavisnosti.²⁴ S obzirom na to da manja ekonomija posledično znači i niži društveni standard u svim oblastima, a zaostajanje po pitanju tehnološkog razvoja igeneracijsku inferiornost države, evidentno je povećanje nivoa zavisnosti i uticaja na formulaciju nekog oblika strategije visoko zavisne od okruženja i moćnijih zemalja. Ovo postaje naročito očigledno u vreme rasta globalne međuzavisnosti i umreženog tržišta, gde neprekidno prisustvo i konkurentnost imaju jednu od presudnih uloga na pozicioniranje države. Kao primeri malih država koji su svoju ekonomsku i tehnološku razvijenost iskoristili za bolje međunarodno pozicioniranje, su Švajcarska i Južna Koreja, svaka na svoj način. Južna Koreja postala je globalni gigant u oblasti elektronike i komunikacija, pri čemu se po pitanju bezbednosti oslanja na savezništvo sa SAD, dok je neutralna Švajcarska svoj imidž ekonomski moćne države izgradila kontinuiranim tehnološkim napretkom, dobrom diplomatijom i snažnom finansijskom politikom.²⁵

Dakle, posmatrano sa stanovišta ostvarivanja uslova za lakše ispoljavanje ekonomskog i tehnološkog uticaja male države, neophodnost ulaska u neki oblik savezništva radi bezbednosti postaje evidentna. Sa druge strane, izbor neutralnosti u ulozi očuvanja autonomije, znači znatno veće ekonomsko naprezanje, ali ne predstavlja nužno nemoguću misiju.

Kultura prema Hantingtonu, u opštem smislu, obuhvata zajedničke objektivne elemente koji jedno društvo (zajednicu, civilizaciju) razlikuju od drugih. Pod tim elementima smatraju se običaji, vrednosti, moralne norme, jezik, krv, religija, način života i etnička pripadnost.²⁶ U užem smislu, strateška kultura kao pojam nastao u drugoj polovini dvaidesetog veka, označava „ukupni zbir ideala, uslovnih emotivnih odgovora i obrazaca uobičajenog ponašanja koje su pripadnici jedne nacionalne strateške zajednice usvojili učenjem ili oponašanjem i koji su im zajednički onda kada je reč o (nuklearnoj) strategiji”. Simplifikovano,

²³ Steinsson, C. and Thorhallsson B. (2017): *Small States and the New Security Enviroment*, Cente of small state studies, Unervisiti of Iceland, 12 - 13, <https://ams.hi.is/en/projects/small-states-and-new-security-environment-ssanse/>, pristupljeno 28.01.2022.

²⁴ Vaicekauskaitė, M. (2017): *Security Strategies of Small Statesin a Changing World*, Journal on Baltic Security, Lithuania, 3. - 4.

²⁵ Goetschel, L. (1998): „Small States Insideand Outside The European Union: Interests And Policies“, Swiss Peace Foundation, Switzerland, 47. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4757-2832-3#editorsandaffiliations> (pristupljeno 28.01.2022.)

²⁶ Хантингтон С. (1996): Сукоб цивилизација, ЦИД Романов, Београд, 43-48.

„strateška kultura se u najopštijem smislu može predstaviti kao zbir dominantnih stavova i oblika ponašanja“ jedne države.²⁷

Kultura ne predstavlja jedinstven i stabilan sistem uverenja koji je opšteprihvaćen od strane jedne populacije, ma koliko jasno bila izražena, ona se ni u međunarodnom okruženju ne percipira jednoznačno, jednoglasno i u kontinuitetu. Krhkost novoevropske kulture dovodi do preispitivanja svojih sadržaja, koja posledično dovodi do pojave bezbednosne dileme na prostoru Balkana, što nas navodi na zaključak da kultura, kao nestabilan sistem uverenja jedne države, ili njenih elemenata, igra veoma važnu ulogu u strateškom opredeljivanju. U vezi sa tim, neprekidno praćenje i kvalitetna dugoročna procena razvoja situacije u globalnom i regionalnom okruženju percipiraju se kao važni usmeravajući alati u okviru odabira strateške opcije male države.²⁸

5. STRATEŠKE OPCIJE MALIH ZEMALJA

Kao što je već rečeno, pojam „mala država“ ne odnosi se prvenstveno na teritorijalnu veličinu ili brojno stanje stanovništva neke zemlje. Taj epitet se, u kontekstu odabira strateških opcija, odnosi na „manjak moći“ koji jednom društvu otežava (ili onemogućava) ostvarenje strateških ciljeva unutar međunarodnog sistema, naročito na polju spoljne politike i bezbednosti. Samim tim, uzimajući u obzir nemilosrdnost međunarodnog okruženja (realpolitičkog konteksta) prema ambicijama malih država, dolazimo do zaključka da su male (slabe) države „osuđene“ na strategije strogo defanzivnog karaktera.²⁹ U prilog tome govori stav Keneta Volca daslabe države imaju veoma sužene margine delovanja, a u slučaju odstupanja (neodgovarajućih dela, pogrešne politike i pogrešnih poteza) mogu biti suočene sa fatalnim posledicama. Nasuprot tome, jake države mogu sebi priuštiti luksuz da budu nesmotrene, pa i da više puta čine iste greške, jer im samo nekoliko pretnji, ukoliko se ostvare, mogu naneti ozbiljnu štetu.³⁰ U bliskoj istoriji nekoliko takvih promena, popularno nazvanih „strategijskim šokovima“ poput završetka Hladnog rata, aneksije Krima, arapskog proleća, migrant-ske krize i sl., znatno su uticale na izmene strategijskih opredeljenja velikog broja malih država Evrope, Afrike i Azije.

Imajući u vidu da male države teško, ili gotovo nikako, mogu ostvariti ili zaštititi nacionalne interese samostalno, upitni su modaliteti formulisanja strategija malih zemalja, a da pritom sačuvaju osnovne vrednosti poput opstanka, nezavisnosti i nacionalnog suvereniteta.

²⁷ Благојевић В. (2019): „Стратешка култура и национална безбедност“, *Зборник Матице српске за друштвене науке / Matica Srpska Social Sciences Quarterly* LXX, № 170 (2/2019), 2 - 3. позивасена *The Soviet Strategic Culture: Implications for Limited Nuclear Options*, Jack Snyder, 1977., 5.

²⁸ Стојановић, С. (2020): „Савремена стратешка култура и неутралност“, Војно дело 04/2020, Медија центар одбрана, Београд, 3 - 4.

²⁹ Rickli J. (2008): *European Small States' Military Policies after the Cold War: From Territorial to Niche Strategi*, *Cambridge Review of International Affairs*, 4 - 17. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09557570802253435> (pristupljeno 27.01.2022.),

³⁰ Waltz K. (1979): *Theory of International Politics*, University of California, Berkeley, USA, 195, https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/486328/mod_resource/content/0/Kenneth%20N.%20Waltz%20Theory%20of%20International%20Politics%20Addison-Wesley%20series%20in%20political%20science%20%20%20%201979.pdf (pristupljeno 28.01.2022.).

U načelu, postoje osnovna dva strategijska opredeljenja: fokusiranje na sopstvene kapacitete koji podrazumeva određeni vid nezavisnosti od velikih aktera i ulazak u neki vid savezništva koji im može omogućiti veću verovatnoću ostvarenja sopstvenih interesa. Ta osnovna dva modela predstavljaju osnovu za sve ostale strateške opcije, naročito one koje su predmet ovog teksta.

U dosadašnjoj praksi ustanovljena su četiri modela strateških opcija i delovanja malih država u odnosima sa velikim akterima: 1) dobrovoljno usklađivanje (balansiranje); 2) povinovanje usled spoljnog pritiska (pridruživanje); 3) protivzavisnost, kao mera smanjivanja zavisnosti (neutralnost) i 4) kompenzacija, kao metod kvazisuprotstavljanja velikim akterima, ali i saradnje sa svima („vrdanje“).³¹

Strategija balansiranja

Poprilična turbulentnost savremenih međunarodnih odnosa malu državu može dovesti do više različitih situacija koje mogu dugoročno ugroziti njene nacionalne interese. Ukoliko predviđani razvoj situacije podrazumeva suprotstavljanje pretnji koja je u neposrednoj blizini i kojoj se uz određeni napor može parirati, mala država obično pribegava strategiji balansiranja koja znači usklađivanje interesa sa drugom zemljom (jednom, ili više njih) i zajednički nastup prema pretnji. Takva strategija ima višestruku korist. Jedna od njih je uvećanje sopstvenog uticaja i moći što za rezultat treba da ima odvratajući efekat prema potencijalnoj pretnji koja u tom slučaju gubi nadmoć i biva stavljena u uravnoteženi položaj. Indirektno, pozitivnu stranu predstavlja i unapređenje međusobnog poverenja sa drugom državom i stvaranje uslova za dugoročno prevazilaženje spornih pitanja sa državama „saveznicima“. Kao jedan od primera strategije balansiranja možemo navesti udruživanje arapskih država 1948. godine nakon formiranja jevrejske države Izraela u njihovom neposrednom komšiluku, a delom i na teritoriji koju su Arapi smatrali svojom. Međutim, osnovni nedostatak ove strategijske opcije je što je njena primena ograničena na slične ili pretnje čija je moć umereno veća (srazmerna, sa dostižnom razlikom) u odnosu na malu državu, što su arapske zemlje na navedenom primeru naučile na teži način.³²

Strategija pridruživanja

Strategija pridruživanja, u literaturi poznata kao „uskakanje u vagon“³³ ili *bandwagoning*³⁴ uglavnom se primenjuje kada mala država nasuprot sebi i svojim interesima ima veliku, značajno moćniju zemlju. U tom slučaju, mala država pribegava izboru manje štetne opcije od sukobljavanja interesa ili mukotrpnog (i dugoročno teško dostižnog) balansiranja i pridružuju se dominantnoj sili u neki od oblika savezništva. Svesno podređujući neke od interesa da bi zaštitili one osnovne, mala država ulazi u takvu vrstu zavisnog odnosa u iščekivanju neke dobrobiti i eksploataciji uticaja dominantnog saveznika. Jedan od primera koji

³¹ Breuning, M. (2007): *Foreign Policy Analysis: A Comparative Introduction*, 152. <https://link.springer.com/book/10.1057/9780230609242>, (pristupljeno 12.01.2022.).

³² Vaicekauskaitė, M. (2017): *Security Strategies of Small States in a Changing World*, Journal on Baltic Security, Lithuania, 3. - 4.

³³ Бериша Х. и Баришић, И. (2019): *Савремени међународни односи – лекција*, Катедра Стратегије Школе националне одбране УО МО РС, 15.

³⁴ Walt C. (1987): *The Origins of Alliance*, 17 -21. Интернет верзија књиге доступна на <https://archive.org/details/TheOriginsOfAlliances/page/n11/mode/2up> (приступљено 23.01.2022.).

ukazuje kako ovakav odnos može funkcionisati je podređivanje Holandije Nemačkoj, kao sili zaštitnici, za koju je, sa vremena na vreme, na međunarodnom planu potrebno odraditi neki „prljav“ posao ili plasirati neku ideju.³⁵ Osim tog, kao primer možemo navesti pridruživanje zemalja u okruženju NATO savezu. To se naročito odnosi na zemlje nekadašnjeg „istočnog bloka“ poput Bugarske, kojima to civilizacijski neprirodno³⁶ „uskakanje u vagon“ u stvari znači minimiziranje bezbednostog rizika, zbog kojeg svesno žrtvuju slobodu aktivnosti na međunarodnom, pa i domaćem političkom, odbrambenom, ekonomskom i ostalim sferama života.

Strategija neutralnosti

„Spoljnopolitička i vojna neutralnost pretpostavljaju takav položaj nacije i države koji omogućuje nacionalni i državni razvoj, mimo svrstavanja u stare i nove blokove i alijanse. Neutralnost ne pretpostavlja apsolutnu pasivnost i neutralizam po svaku cenu, ali isključuje priklanjane politikama koje su očigledno suprotne definisanim nacionalnim i državnim interesima. Stvarna i moguća, aktivna neutralnost ne bi smela da se shvati kao trenutna reakcija na imperativne svrstavanja, već kao razložna istorijska potreba.“³⁷

Ovu stratešku opciju male države biraju uglavnom jer ne žele da se priklone nekoj od međusobno suprotstavljenih strana (pojedinačnih velikih sila ili saveza). Osnovna pretpostavka, odnosno potreban uslov za odlučivanje na neutralnost, je pogodan geopolitički položaj. Taj izbor omogućava malo državi stratešku nezavisnost i izbegavanje učešća ili obaveze podrške bilo koje strane u slučaju sukoba, ali je i ostavlja da samostalno kreira i sprovodi odbrambenu strategiju, što predstavlja skup i dugotrajan proces. Kao najdugovečnije primere možemo navesti švajcarsku neutralnost (od 1815. godine), Lihtenštajn (od 1968), pa i Vatikan, uz važnu napomenu da Švajcarska ima savremene oružane snage čija je osnovna namenjena očuvanje nacionalne bezbednosti. U grupu neutralnih malih država možemo ubrojati i Švedsku, Austriju, Finsku, Maltu i Irsku, ali imajući u vidu da su sve članice Evropske unije, njihova praktična neutralnost i autonomnost u donošenju samostalnih odluka, naročito u oblasti spoljne politike, je upitna. Jedan od bitnih nedostataka strateške opcije neutralnosti je to što naročito male zemlje nikada ne mogu biti sigurne da li će, i u kojoj meri, njihova neutralnost biti ispoštovana, ukoliko do sukoba dođe. Primeri za nepoštovanje samoproglašene neutralnosti su brojni, a najupečatljiviji su bili početkom Drugog svetskog rata, kada je Nemačka izvršila invaziju Luksemburga, Holandije i Norveške,³⁸ a Sovjetski savez okupirao Letoniju i Litvaniju.³⁹

Radi boljeg razumevanja položaja neutralnih zemalja u savremenom svetu, neophodno je vratiti se u hladnoratovski period i doba afirmacije ideje nesvrstanosti koju su zastupale

³⁵ Staden, A. (1995): *Small State Strategies in Alliances: The Case of the Netherlands*, Abstract.

³⁶ Хантингтон С. (1996): Сукоб цивилизација, ЦИД Романов, Београд, 26. - 27., мапа Свет цивилизација апосле 1990.

³⁷ Зборник: Свет и нове геополитичке парадигме, Геополитички приступ у међународним односима: проблеми, обрасци, методе, Милош Кнежевић, 2017., стр. 75.

³⁸ Packard, J (1989): *The European neutrals in World War II*., Portland State University, 6.

³⁹ <https://www.britannica.com/place/Baltic-states/Soviet-republics>, приступљено дана 29.12.2021. године.

države koje u tom periodu nisu htele da pristupe nijednom bloku.⁴⁰ Naime, još je Reganova administracija imala izrađenu strategiju prema nesvrstanim i zemljama u razvoju, koja se na papiru zasnivala na saradnji, a u praksi na neutralizaciji i pasivizaciji njihovih napora i postepenom isključenju iz međunarodne politike, što znači umesto međuzavisnog, stavljanje u zavisan položaj (odnos).⁴¹ Tadašnji nastup Reganove administracije prema nesvrstanim i zemljama u razvoju podrazumevao je pojačan finansijski i tehnološki pritisak radi jačanja sopstvenih pozicija i uticaja.⁴² Poredeći taj pristup sa odnosima koji vladaju u savremenom globalnom okruženju dolazimo do zaključka da je odnos velikih aktera prema malim državama nepromenjen, što dalje implicira da male države imaju sve manje mogućnosti izbora i da je „povinovanje“ sve češća opcija, a održanje statusa neutralnosti sve teže.

Tome u prilog govori britansko strateško promišljanje uobličeno u publikaciji Globalni strateški trendovi do 2045. godine, u kojem se predviđa da će većina zemalja Zapadnog Balkana do tog perioda postati članice Evropske Unije, uz deklarativno ostvarivanje odnosa međuzavisnosti, odnosno punopravnog članstva koje podrazumeva ravnopravan odnos sa ostalim zemljama članicama.⁴³

Strategija vrdanja

Strategija vrdanja (u literaturi poznata kao *hedgingstrategy*), je jedna od najkontroverznijih strateških opcija, naročito malih zemalja. Označava praktično neopredeljivanje ni za jednu „čvrstu“ prethodno pomenutu strategiju i omogućava razvoj odnosa sa svim akterima u međunarodnom okruženju, u zavisnosti od trenutne situacije. To ujedno predstavlja i najveću prednost ove strateške opcije jer omogućava najširu lepezu ponašanja maloj državi, prilagođavajući svoj nastup okolnostima i akterima na način koji je joj može obezbediti uspeh i izbegavanje konfrontacije. Primer funkcionalne primene strategije vrdanja nalazimo u zemljama jugoistočne Azije, koje se svojim fleksibilnim nastupom prilagođavaju suprotstavljenim interesima SAD i Kine, bez pridruživanja bilo kojoj strani, a obezbeđujući svoje nacionalne interese.⁴⁴ Takođe primer dobre primene strategije vrdanja predstavlja i Oman, koji je u isto vreme saveznik sa SAD, Saudijskom Arabijom i Iranom.⁴⁵ Na prvi pogled, strateška opcija vrdanja omogućava izgradnju dobrih odnosa sa svima, ali onoo čega krucijalno za-

⁴⁰ Већина побројаних неутралних земаља је чланица или посматрач у Покрету несврстаних или Групе 77 (организација земаља у развоју у оквиру УН), уз напомену да идеја несврстаности не значи одустајање од сарадње са осталим државама, нарочито оним слично идеолошки оријентисаним.

⁴¹ Роналд Реган био је председник САД у периоду од 1981. до 1989. године.

⁴² Николиш Д. (1985): *САД - стратегија доминације, Глобална међународна стратегија и однос према несврстаности и свету у развоју, од Никсона до Регана*, Радничка штампа, Београд, 178-181.

⁴³ Ministry of Defence UK (2014): *Global Strategic Trends - Out to 204*, 86. и 117. https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/MinofDef_Global%20Strategic%20Trends%20-%202045.pdf (pristupljeno 29.01.2022.)

⁴⁴ Lee J. (2016): *Hedging Strategies of the Middle Powers in East Asian Security: the Cases of South Korea and Malaysia*. East Asia Lee, J. Y., 2017., *Abstrac*, https://www.researchgate.net/publication/311620389_Hedging_Strategies_of_the_Middle_Powers_in_East_Asian_Security_the_Cases_of_South_Korea_and_Malaysia (pristupljeno 31.01.2022.).

⁴⁵ Sherwood L. (2016): *SmallStates: Strategic Hedging for Security and Influence*, 1-3, <https://trendsresearch.org/insight/small-states-strategic-hedging-for-security-and-influence/> (pristupljeno 30.01.2022.)

visi njena uspešnost je geopolitički položaj male države i od toga da li je velike sile smatraju svojom interesnom sferom.

6. ZAKLJUČAK

Položaj malih zemalja u dinamičnom, nepredvidivom i neizvesnom međunarodnom okruženju zahteva neprekidno prilagođavanje odabrane strateške opcije geopolitičkim činionicima. Uvažavajući najpre promenu konfiguracije međunarodnog sistema i relativno brzi prelazak iz bipolarnog na unipolarni, a zatim i očekivani multipolarni svetski poredak, male države moraju biti senzitivne i na promene u bližem okruženju koje su posledice sukobljavanja interesa velikih sila, ali i promena strategije i potencijala država u bliskom okruženju. Dobrim strateškim promišljanjem i pravovremenom previzijom potrebno je projektovati sopstvenu sliku u budućnosti i shodno tome biti spreman na pravilan odabir strateške opcije, na osnovu čega će biti moguće napraviti dobar izbor strateških ciljeva, ali i optimalnog načina i efektivnih sredstava za njihovo ostvarivanje.

Iako je, posmatrano na globalnom nivou, opcija nekog oblika savezništva (balansiranja ili pridruživanja) najpopularnija, ne možemo izvršiti generalizaciju i te opcije proglasiti najpovoljnijim za male države. Zbog činjenice da je „velika strategija“, ili strategije spoljne politike, bezbednosti, ekonomije... i dr., odraz sopstvenih interesa prilagođenih okruženju, to i njena formulacija treba da bude univerzalna „lična karta“ male države, uz neophodnu fleksibilnost kojom će se uzvati promene u okruženju. Ta fleksibilnost nekada, osim preformulacije strateške opcije, može značiti i njeno napuštanje i opredeljivanje za drugu prijemčiviju opciju. Bez obzira na izbor strateškog opredeljenja i na zauzimanje zavisnog, međuzavisnog ili nezavisnog položaja, male države nastavljaju borbu za očuvanje percipiranog stepena autonomije i uticaja na međunarodnom planu.

U vezi sa tim, logično je da su male države pretežno orijentisane na uži krug tema i da su fokusirane na sopstveni region, pri čemu prednost, u odnosu na vojnu silu, daju diplomatiji i ekonomiji. Istovremeno, pokriće i podršku za svoju stratešku orijentaciju traže u međunarodnom pravu i „moralnosti“ u međunarodnim odnosima, u okviru kojeg su naklonjenije multilateralizmu. Osim toga, uvažavajući determinišući uticaj geopolitičkih činilaca prilikom izbora strateškog opredeljenja, kao i nedovoljnu moć koja im nalaže da izbegavaju sukobe, male države traže zaštitu od velikih, ili ulaze u saveze.

7. LITERATURA:

- Бериша Х. и Баришић, И. (2019): Савремени међународни односи – лекција, Катедра Стратегије Школе националне одбране УО МО РС.
- Благојевић, В. (2019): „Psychological Operation In Low Intensity Conflict – Case Study Kosovo and Metohija“, Zbornik: *David vs. Goliath: NATO war against Yugoslavia and its implications*, Fakultet bezbednosti, Beograd.
- Благојевић В. (2019): „Стратешка култура и национална безбедност“, *Зборник Матице српске за друштвене науке / Matica Srpska Social Sciences Qu-*

- arterly LXX, № 170 (2/2019), 2 - 3. позивасена *The Soviet Strategic Culture: Implications for Limited Nuclear Options*, Jack Snyder, 1977.
- Brady A., Thorhallson B. (2021): *Small States and the New Security Environment*, Centre of small state studies, University of Iceland, 214 – 215, <https://ams.hi.is/en/projects/small-states-and-new-security-environment-ssanse/>.
 - Breuning, M. (2007): *Foreign Policy Analysis: A Comparative Introduction*, <https://link.springer.com/book/10.1057/9780230609242>.
 - Cliv, A., J.K. Bailes A. и Wivel A. (2014): *Setting the scene: Small States and International Security*, https://www.researchgate.net/publication/263039084_Setting_the_scene-Small_states_and_international_security/link/57303d7508ae3736095c25dd/download.
 - Гаћиновић, Р. (2018): Политика безбедности малих држава, *Српска политичка мисао* 1/2018, Институт за политичке студије, Београд.
 - Goetschel, L. (1998): „Small States Inside and Outside The European Union: Interests And Policies“, Swiss Peace Foundation, Switzerland. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4757-2832-3#editorsandaffiliations>.
 - Дугин А., тумачење радова Фридриха Рацела: *Politica lGeography: The States as a Living Organism* и *The Law of Expansion*, Friedrich Ratzel, 1897. и 1901., на интернет страници <https://www.geopolitica.ru/en/article/friedrich-ratzel-state-physical-organism>.
 - Кнежевић, М. (2017): „Геополитички приступ у међународним односима: проблеми, обрасци, методе“, *Зборник: Свет и нове геополитичке парадигме*, Институт за политичке студије, Београд.
 - Krejčí, O. (2010): *Mezinárodní politika*, Ekopress, Praha.
 - Kurečić P., (2001): Geopolitika i savremeni geopolitički položaj Hrvatske, 6-8., <https://bib.irb.hr>.
- F • ranci, D. (2014): „The RMA Theory and Small States“, Military and Strategic Affairs Volume 6., No 3, The Institute for national studies, Tel Aviv, Israel.
- Lee J. (2016): *Hedging Strategies of the Middle Powers in East Asian Security: the Cases of South Korea and Malaysia*. East Asia Lee, J. Y., 2017., *Abstract*, https://www.researchgate.net/publication/311620389_Hedging_Strategies_of_the_Middle_Powers_in_East_Asian_Security_the_Cases_of_South_Korea_and_Malaysia.
 - Николиш Д. (1985): САД – стратегија доминације, *Глобална међународна стратегија и однос према несврстаности и свету у развоју*, од Никсона до Регана, Радничкаштампа, Београд.
 - Мићуновић, Љ. (1988): *Савремени лексикон страних речи*, Универзитетска реч, Никшић.
 - Сакан М. (2005): “ Појам и научна изграђеност геополитике“, *Војнодело* 57/3, Медијацентар Одбрана, Београд.
 - Степић, М. (2019): Геополитички темељи српске стратешке културе, *Војнодело* 8/2019, Београд.
 - Steinsson, C. and Thorhallsson B. (2017): *Small States and the New Security Environment*, Centre of small state studies, University of Iceland, <https://ams.hi.is/en/projects/small-states-and-new-security-environment-ssanse/>.
- S • herwood L. (2016): *Small States: Strategic Hedging for Security and Influence*, <https://trendsresearch.org/insight/small-states-strategic-hedging-for-security-and-influence>.

- П • ерић, Н. и Митровић, М. (2021): „Нова медијска стратегија Војске Србије као инструмент меке моћи“, *Војно дело* 3/2021, Медија центар Одбрана, Београд.
- Packard, J (1989): *The European neutrals in World War II*, Portland State University.
 - Rickli J. (2008): *European Small States' Military Policies after the Cold War: From Territorial to Niche Strategi*, Cambridge Review of International Affairs, 4 – 17. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09557570802253435>.
 - Стојадиновић М. (2019): „Изазови „малих“ и „средњих“ држава у мулти поларном свету“, *Српска политичка мисао* 1/2019, Институт за политичке студије, Београд.
 - Staden, A. (1995): *Small State Strategies in Alliances: The Case of the Netherlands*, *Abstract*.
 - Стојановић, С. (2020): „Савремена стратешка култура и неутралност“, *Војно дело* 04/2020, Медија центар одбрана, Београд.
 - Walt C.(1987): *The Origins of Alliance*, 17 - 21. Интернет верзија књиге доступна на <https://archive.org/details/TheOriginsOfAlliances/page/n11/mode/2up>.
 - Waltz K. (1979): *Theory of International Politics*, University of California, Berkeley, USA, 192, https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/486328/mod_resource/content/0/Kenneth%20N.%20Waltz%20Theory%20of%20International%20Politics%20Addison-Wesley%20series%20in%20political%20science%20%20%20201979.pdf.
 - Wivel A. (2021): „The Grand Strategy of Small States“, *The Oxford Handbook of Grand Strategy*, 2. - 15. <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780198840299.001.0001/oxfordhb-9780198840299-e-32>.
 - Vaicekauskaitė, M.(2017): *Security Strategies of Small States in a Changing World*, *Journal on Baltic Security*, Lithuania.
 - Хантингтон С.(1996): *Сукоб цивилизација*, ЦИД Романов, Београд.
 - Ministry of Defence UK (2014): *Global Strategic Trends - Out to 204*, https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/MinofDef_Global%20Strategic%20Trends%20-%202045.pdf.
 - *Стратегија националне безбедности Републике Србије*, 2019.
 - <https://www.britannica.com/>.
 - <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/infrastructure/43027>.
 - <https://www.worldometers.info/world-population/population-by-country/>.

GEOPOLITICAL FACTORS AS DETERMINANTS OF STRATEGIC DETERMINATIONS OF SMALL COUNTRIES

Apstrakt: *Recognition of influential geopolitical factors as conditions, but also as direct and indirect means applicable within that competition is one of the essential factors for adapting to modern circumstances and survival, especially of small states. Namely, it is natural and logical that the size and strength of the state have a key role in determining its potential for the protection of vital values and the realization of national interests. “Small states” are limited to a reactive approach in formulating a strategy, ie their strategy is a response to changes in the environment that have already occurred (or are certain). In this regard, faced with numerous challenges on the one hand and limited power on the other, small states are almost constantly in a security dilemma consisting of two elements: influence and autonomy. In the research we will use methods of analysis, synthesis, hypothetical-deductive method, analysis of document content and comparative method.*

Key words: *geopolitics, state, security, strategy, politics, national interests.*

Zoran Brljak *
Vladimir Kostić *
Ljubiša Stamatović ***

005.591.6(4-12)
339.137(4-12)
DOI: 10.5937/MegRev2203457B
Received 20.06.2022.
Approved 20.06.2022.
Original scientific paper

INNOVATIVE ABILITY AS A FACTOR OF IMPROVING COUNTRY COMPETITIVENESS

Abstract: *The paper discusses the interdependence of Innovation capability of the economy and national competitiveness based on the data according to Global Competitiveness Index 4.0 (GCI 4.0) in 2019. Correlation analysis examined the interdependence of innovation ability and GC 4.0 on the example of 141 countries. First, an analysis of the interdependence of innovation capacity and competitiveness of the countries that were in the lead according to the criterion of the achieved level of competitiveness is given, and then an identical procedure was conducted on the example of ten selected countries in Southeast Europe in 2019. The research showed that the most innovative countries are also the most competitive countries in the world. What is more, the research revealed the fact that innovation is the basis of the competitiveness of the Republic of Serbia and other selected countries of Southeast Europe.*

Key words: *innovation ability, country competitiveness, fourth industrial revolution, GCI 4.0.*

* Assistant, Faculty of Business Economics, Educons University, zoranbrljak@gmail.com

** Associate professor, Megatrend University, Faculty of Business Studies, Belgrade, vladakostic1985@gmail.com

*** University Union, Belgrade Banking Academy, Belgrade, ljubisastamatovic@gmail.com

1. INTRODUCTION

During the last decades, the category of competitiveness of the country has been talked about more often in the economic literature. It is quite clear that improving national competitiveness means increasing the competitiveness of domestic companies, because only companies create new forms of competitive advantage, while governments can shape a business environment that is more or less conducive to business development (Soltes, Gavurova, 2015). In short, a competitive economy can be created exclusively by highly competitive companies which place manufactured goods on the domestic and especially on the international market (Vojtovic, 2016).

Competitiveness is the ability to create and materialize new value in conditions of competition. It is a complex, multidimensional phenomenon that can be observed at the national and regional level, sectors, and companies. Due to the fact that it has no specific meaning, competitiveness can be viewed in different ways using different methodologies and indicators. But, we should take into account the fact that the basis of all forms of competitiveness is the competitiveness of the company (Cvetanović, Nedić, & Despotovic, 2019).

The country's competitiveness is the ability of the economy to achieve long-term sustainable economic growth and increase the well-being of the majority of the population in order to build an economic structure that effectively adapts to international trade and world market requirements. The ability of the national economy to achieve satisfactory rates of economic growth in the long run and to increase the welfare of the majority of the population in order to build an economic structure that effectively adapts to international trade and the world market speaks of its global competitiveness. In other words, competitiveness is the country's ability to produce products and provide services that meet the needs of domestic and foreign markets in conditions of free competition and equal market conditions, while increasing real incomes in the long run. Economic development based on competitiveness is not only based on inherited comparative advantages (e.g. natural resources and cheap labor), but also on knowledge, developed infrastructure, high technology and innovation (Cvetanović & Novaković, 2017).

In order to monitor the competitiveness of countries, on the one hand, and especially to identify its most important drivers during the fourth industrial revolution, on the other hand, the World Economic Forum (WEF) in 2018 promoted GCI 4.0. It can be said that GCI 4.0 is a kind of illustration of the factors that determine productivity, economic growth and social development in today's economic conditions. GCI 4.0 was obtained by combining the values of 103 individual indicators (Schwab, 2018).

The subject of this paper is the consideration of innovation as a factor of national competitiveness. The research question is: Is there an interdependence of Innovation ability and GCI 4.0 of countries with different levels of economic development? In order to find an answer to this defined research question, the paper analyzes the data related to Competitiveness Index 4.0 for 2019 (Rank and Score) and Innovation ability for the 10 most competitive countries, as well as a group of ten countries in Southeast Europe and the Republic of Serbia.

The work structure consists of five sections. After introductory remarks, in the second section of the paper, we talk about the structure of GCI 4.0. In the third section of the paper, a brief overview of recent research on economic innovation as a factor in improving

the competitiveness of countries is presented. Then, in the fourth section, the results of the discussion and the results of the research on the interdependence of the competitiveness of the two groups of selected countries are presented, based on the data contained in the GCI 4.0 Report in 2019 (the last year for which data exist). The concluding considerations are presented in the fifth section.

2. REVIEW OF RESEARCH ON THE INTERDEPENDENCE OF INNOVATION CAPACITY AND COMPETITIVENESS OF COUNTRIES

There is a large number of papers exploring innovation ability as a driver of improving countries' competitiveness. Sener and Saridogan (2011) proved in their research that national economies that implement an economic development strategy at the heart of an effective innovation policy are more competitive compared to countries where such practices are lacking. Also, more innovative economies are characterized by incomparably higher rates of economic growth compared to countries that do not have an appropriate strategy and policy for building innovation capacity.

Cvetanović et al. (2014) explored the relationship between innovation and competitiveness of the Western Balkans and selected European Union countries. Using correlation and cluster analysis, the authors proved the significant interdependence of innovation ability and competitiveness of all countries involved in the work.

Sredojević (2016) analyzed the innovative ability of the economy as a limiting factor in the growth of competitiveness of Southeast European countries. The paper confirms the existence of a positive correlation between innovation ability and competitiveness of countries, as well as that the low level of innovation ability is a pronounced limiting factor in the growth of competitiveness of selected countries in Southeast Europe. A similar research was conducted by Ivanova and Čepel (2018) on the example of four countries of the Visegrad Group (V4). They concluded that the innovation performance of the V4 countries is a significant factor in improving their competitiveness.

Ivanová and Čepel (2018) conducted a similar study entitled *The Impact of Innovation Performance on the Competitiveness of the Four Countries of the Visegrad Group (V4)*, and concluded that the competitiveness of V4 countries is affected by a wide range of economic, political and social factors.

Vukosavljević (2019) researched the innovation of the economy as a determinant of the growth of the competitiveness of the Balkan countries. She came to the conclusion that innovation ability has a decisive effect on improving the competitiveness of the Balkan countries. However, the author concludes that it is not possible to speak of this interdependence as a universal rule independently of other factors that can decisively affect the growth of countries' competitiveness in different time periods.

3. RESULTS AND DISCUSSIONS

Countries that are leaders in competitiveness provide a more favorable innovation ecosystem, i.e. they better encourage the emergence and application of new technologies in

all sectors of the economy. It is therefore not surprising that innovation is at the heart of any competitiveness, especially when looking at the medium and / or long-term perspective. The importance of innovation for the growth of economic competitiveness is evidenced by the fact that innovation ability is one of the 12 pillars of competitiveness of countries considered according to GCI 4.0. Although formally, as one of the pillars of a complex concept of competitiveness, such as this index, Innovation capability have effect of 8.3% on the value of the final GCI 4.0. The importance of innovation is many times greater because it permeates the prospects of other 11 pillars of competitiveness.

The current level of economic development requires many countries to focus on qualitative factors in an effort to increase their competitiveness, although most European countries base their competitiveness on improving qualitative factors, as a reflection of their high economic development. The development of the world economy led by the fourth industrial revolution creates new opportunities for improving international competitiveness, but also increasingly complex challenges and requirements, especially in the field of strengthening and improving the innovation capacity of countries as one of the key factors of their sustainable competitiveness.

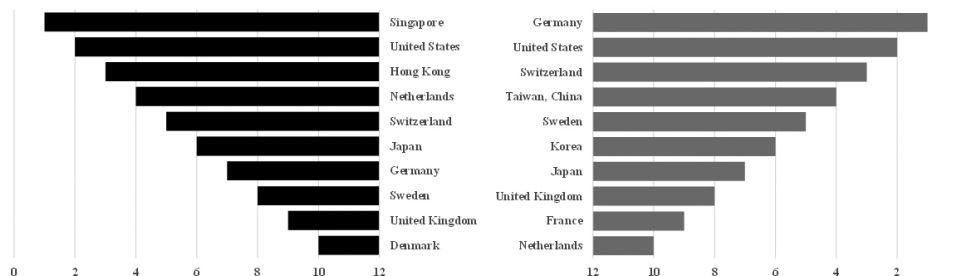
Strengthening innovation capacity helps countries not only accelerate the process of structural change and thus create conditions for dynamic economic growth, but also improve national competitiveness as a basis for long-term sustainable development in the increasingly complex challenges of global business and competition. Innovation is an important factor of competitiveness because it allows existing knowledge and technologies to be used to a greater extent and is a good basis for the development of new knowledge and technology. In the era of the fourth industrial revolution, companies are forced to produce highly sophisticated high-quality products in order to improve competitiveness in the international market, thus contributing to solving many acute economic and social problems. Sustainable economic growth of economically prosperous countries in modern economic conditions is largely based on strategies to improve competitiveness based on the achievements of the Fourth Industrial Revolution, whose manifestations are the comprehensive application of increasingly powerful information and communication technologies and growing connectivity of digital production systems and robots (Bazić, 2017).

In 2019, the 10 most competitive countries in the world were: Singapore, the United States, Hong Kong, the Netherlands, Switzerland, Japan, Germany, Sweden, the United Kingdom, Denmark and Finland, and the countries with the highest Innovation capability: Germany, the United States, Switzerland, Taiwan, Sweden, Korea, Japan, the United Kingdom, France and the Netherlands clearly show that the countries with the highest Innovation Capacity are also the most competitive countries, as seven out of 10 countries from the group of countries with the highest Innovation Capacity are among the ten most competitive countries in the world in 2019 according to the Global Competitiveness Index 4.0 (the United States, the Netherlands, Switzerland, Japan, Germany, Sweden and the United Kingdom).

In 2019, the top ten GCI 4.0 countries were: Singapore, the United States, Hong Kong, the Netherlands, Switzerland, Japan, Germany, Sweden, the United Kingdom, Denmark and Finland. The ten countries with the highest innovative capacity were Germany, the United States, Switzerland, Taiwan, Sweden, Korea, Japan, the United Kingdom, France and the Netherlands. This testifies that the countries with the highest innovative ability are at the same time the most competitive countries. This is due to the fact that as many as seven out

of ten from the group of countries with the highest innovative ability were in the group consisting of the ten most competitive countries in the world in 2019.

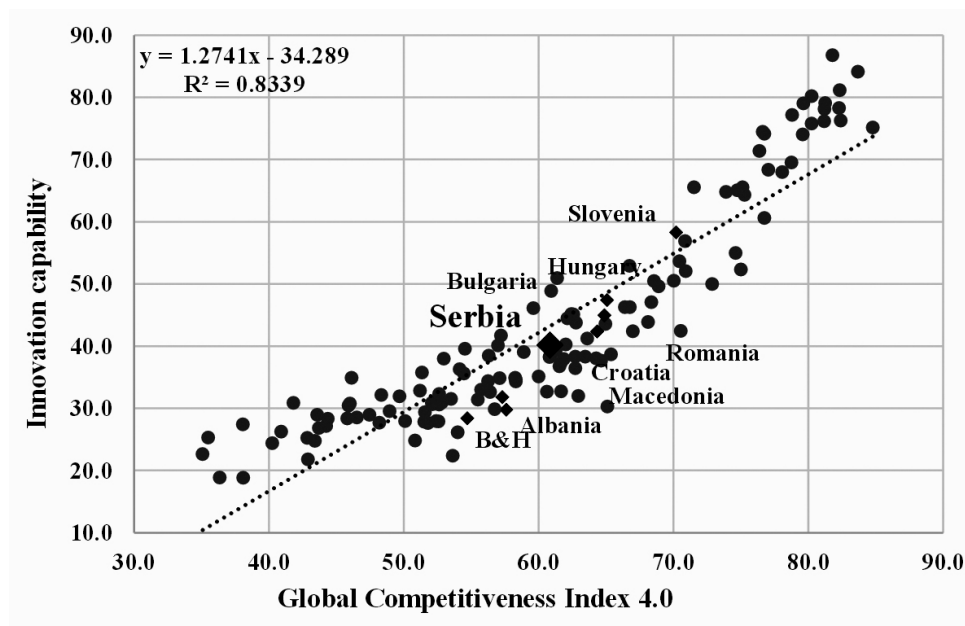
Graph 1: Top 10 countries in the world in terms of Global Competitiveness Index 4.0 and Innovative ability



Source: modified according to WEF, 2019.

The impact of Innovative ability on competitiveness is indicated by a strong correlation between the value GCI 4.0 and Innovative ability on the example of 141 countries in 2019.

Graph 2: Correlation between Global Competitiveness Index and Innovation capability



Source: modified according to WEF, 2019

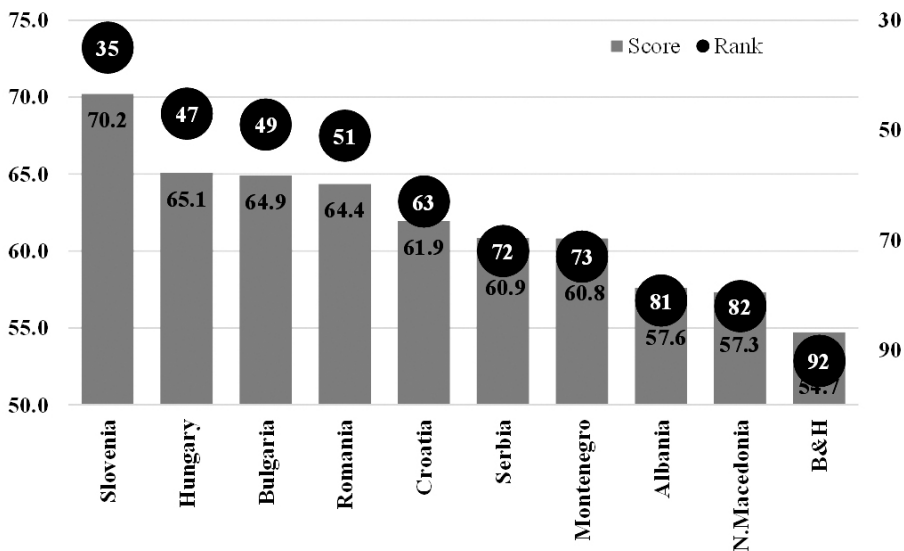
Although the importance of Innovation capability is clearly visible in the most competitive countries today, this importance also exists in less developed, i.e. competitive countries, such as the group of selected countries in Southeast Europe.

Graph 2 shows that the importance of innovative ability was clearly visible in 2019 not only in the most competitive countries in the world but also in a selected group of economically less developed countries in Southeast Europe.

The competitive position of the ten selected countries in Southeast Europe is only a reflection of their real competitiveness, which was measured on the basis of the values of the GCI 4.0. The average value of the GCI 4.0 countries in Southeast Europe in 2019, was 60.4 points, and the highest value among the selected countries of Southeast Europe was recorded by Slovenia (70.2 index points on a scale from 0 to 100), and the lowest Bosnia and Herzegovina (54.7 index points), which shows that there is significant room for improving competitiveness in all countries of Southeast Europe, especially those with lower values of the GCI 4.0. Slovenia also took the leading position among the selected countries of Southeast Europe in terms of Innovative ability (58.2 index points on a scale from 0 to 100) and the lowest Bosnia and Herzegovina (28.4 index points), which shows that there is significant room for improving competitiveness in all selected countries of Southeast Europe, especially those with lower values of GCI 4.0.

In 2019, according to the Global Competitiveness Index, Serbia was ranked 72nd out of 141 observed countries and was more competitive than the surrounding countries. It was more competitive than Montenegro, Albania, Northern Macedonia and Bosnia and Herzegovina, and less competitive than Slovenia, Hungary, Bulgaria, Romania and Croatia, which are members of the European Union.

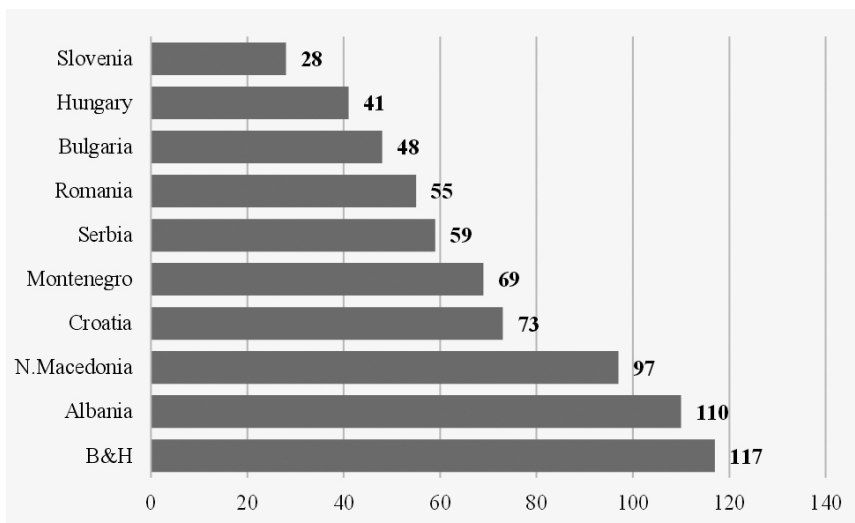
Graph 3: GCI 4.0 for Serbia and the surrounding countries, 2019 - Rank and Score



Source: modified according to WEF, 2019.

In terms of Innovation capability, in 2019 Serbia was ranked better than most countries in the region. Serbia has greater innovation capabilities than B&H, Albania, N. Macedonia, Croatia and Montenegro, but less than Slovenia, Hungary, Bulgaria and Romania.

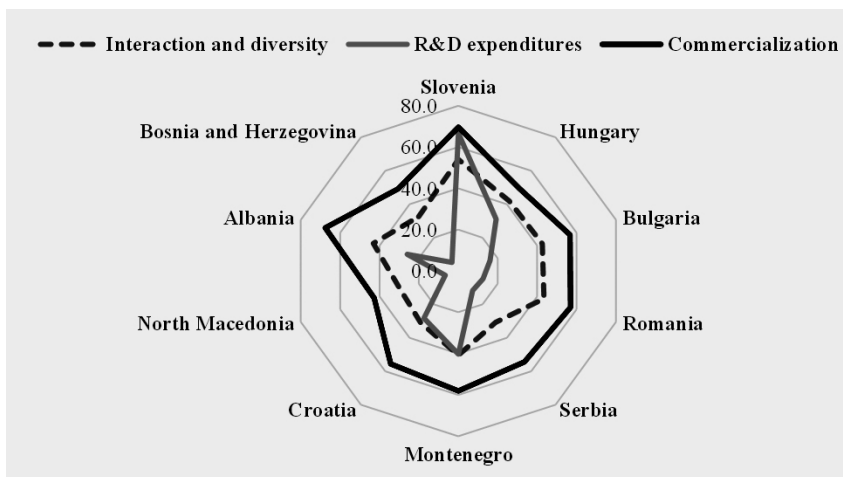
Graph 4: Global ranking of Serbia and neighboring countries in terms of Innovative ability



Source: modified according to WEF, 2019.

Observing the Interaction and Diversity indicator, which consists of four sub-indicators: Diversity of workforce, State of cluster development, International co-inventions and Multistakeholder collaboration for 2019, we get results that show that Slovenia has the highest Interaction and diversity, Romania and Albania, followed by Bulgaria, Hungary, Montenegro, Bosnia and Herzegovina and Croatia, and Serbia is only better than North Macedonia, which is at the back of the observed countries in the region.

Graph 5: Interaction and diversity, expenditures for research and development and commercialization of Serbia and surrounding countries, 2019 – score (0-100)



Source: modified according to WEF, 2019.

Serbia is somewhat better ranked in terms of R&D because it is ahead of North Macedonia and Bosnia and Herzegovina, but still lags behind most countries in the region: Slovenia, Montenegro, Hungary, Croatia, Albania, Bulgaria and Romania.

Table 1: GCI 4.0, Innovation ability and its components (Interaction and diversity, R&D expenditures, Commercialization) for Serbia and surrounding countries, 2019 - score (0-100)

	GCI 4.0	Innovation capability	Interaction and diversity	R&D expenditures	Commercialization
Bosnia and Herzegovina	57.6	28.4	32.5	5.1	49.2
Albania	64.9	29.8	43.2	26.0	67.6
North Macedonia	54.7	31.8	29.4	6.7	42.6
Croatia	61.9	37.8	30.9	28.2	55.6
Montenegro	65.1	38.3	40.8	40.2	58.0
Serbia	57.3	40.2	30.7	11.8	54.4
Romania	60.8	42.3	43.5	12.5	57.0
Bulgaria	64.4	45.0	42.7	16.1	56.7
Hungary	60.9	47.4	41.8	31.0	49.7
Slovenia	70.2	58.2	54.0	66.7	69.6

Source: modified according to WEF, 2019.

The situation is similar with Commercialization (consisting of: Buyer sophistication and Trademark applications) where Serbia is better than Hungary, Bosnia and Herzegovina and North Macedonia, but lags behind Slovenia, Albania, Montenegro, Romania, Bulgaria and Croatia.

4. CONCLUSION

The fourth industrial revolution enabled an increasingly pronounced level of competitiveness of some countries, at the same time causing more and more pronounced development lag of other countries. This is convincingly evidenced by the data on the competitiveness of the countries of the World Economic Forum from 2019, according to which most countries in the world are still far from the target "limit" of competitiveness.

The results of the research showed that seven of the ten most competitive countries (the United States, the Netherlands, Switzerland, Japan, Germany, Sweden and the United Kingdom) in the world in 2019 were also the most innovative economies.

In 2019, the average value of the Global Competitiveness Index of 4.0 countries in Southeast Europe was 60.4 points, and the highest value among the countries of Southeast Europe was recorded by Slovenia (70.2 index points on a scale from 0 to 100), and the lowest Bosnia and Herzegovina (54.7 index points) which shows that competitiveness could be significantly improved in all countries of Southeast Europe, especially those with lower values of the Global Competitiveness Index. Slovenia had the leading position among the selected Southeast European countries in terms of Innovation capability (58.2 index points on a scale from 0 to 100) and Bosnia and Herzegovina had the lowest position (28.4 index points), which shows that there is a significant chance for improving competitiveness in all Southeast European countries, especially those with lower Global Competitiveness Index 4.0 values.

LITERATURE:

- Bazić, J. (2017). Trendovi promena u društvu i obrazovanju koje generiše Četvrta industrijska revolucija. *Sociološki pregled*, 51(4), 526–546.
- Cvetanović, S., Nedić, V. & Despotović, D. (2019). *Inovacije, kvalitet i konkurentnost*. Niš: Ekonomski fakultet.
- Cvetanović, S., & Novaković, I. (2017). *Inovativnost i održiva konkurentnost*. Niš: Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet.
- Cvetanović, S., Despotović, D., Mladenović, I. & Jovović, D. (2014). The analysis of innovation in Western Balkan countries in 2012. *Economic Research*, 27(1), 830-846.
- Ivanová, E. & Čepel, M. (2018). The Impact of Innovation Performance on the Competitiveness of the Visegrad 4 Countries, *Journal of Competitiveness*, 10(1), 54–72.
- Schwab, K. (2018) *The Global Competitiveness Report 2019*. Geneva: World Economic Forum.
- Sener, S., & Saridogan, E. (2011). The Effects Of Science-Technology-Innovation On Competitiveness And Economic Growth. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 815-828.
- Soltes, V. & Gavurova, B. (2015). Modification of Performance Measurement System in the Intentions of Globalization Trends. *Polish Journal of Management Studies*, 11(2), 160-170.
- Sredojević, D. (2016). *Inovacioni kapacitet privrede kao ograničavajući faktor unapređenja konkurentnosti zemalja Jugoistočne Evrope*, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Univerzitet u Nišu.
- Vojtović, S. (2016). The Impact of The Structural Funds on Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Competitiveness*, 8(4), 30-45.
- Vukosavljević, S. (2019). *Inovativnost privrede kao determinanta unapređenja konkurentnosti balkanskih zemalja*, magistarski rad, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
- The Global Competitiveness Index 4.0 (2019). WEF.

Zoran Brljak
Vladimir Kostić
Ljubiša Stamatović

005.591.6(4-12)
339.137(4-12)
DOI: 10.5937/MegRev2203457B
Received 20.06.2022.
Approved 20.06.2022.
Original scientific paper

INOVATIVNA SPOSOBNOST KAO FAKTOR UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI ZEMALJA

Apstrakt: *U radu se razmatra međuzavisnost inovacione sposobnosti privrede i nacionalne konkurentnosti na osnovu podataka iz Globalnog indeksa konkurentnosti 4.0 (GCI 4.0) u 2019. godini na primeru 141 zemlje. Najpre je data analiza međuzavisnosti inovacione sposobnosti i konkurentnosti zemalja koje prednjače po kriterijumu dostignutog nivoa konkurentnosti, a zatim je isti postupak sproveden za grupu zemalja jugoistočne Evrope. Istraživanje je pokazalo da su najinovativnije privrede ujedno i najkonkurentnije zemlje u svetu. Istraživanje je takođe potvrdilo činjenicu da je inovativna sposobnost osnova konkurentnosti Republike Srbije i drugih odabranih zemalja jugoistočne Evrope.*

Ključne reči: *inovativna sposobnost, konkurentnost zemlje, četvrta industrijska revolucija, GCI 4.0.*

Vesna Baltezarević*
Borivoje Baltezarević**

316.776:795
DOI: 10.5937/MegRev2203467B
Original scientific paper
Received 20.09.2022.
Approved 12.12.2022

VIDEO GAMES AS COMMUNICATION REALITY

Abstract: *Video games, as a medium that massively captures the attention of the modern population, translate the audience from the real to the virtual space while establishing a ritual of community in which the boundaries between the real and the virtual are insufficiently clearly drawn. While playing, the players get to know other participants at the same time, they join discussion forums where they present their opinions, but at the same time they also exchange other people's experiences. These associations modify their attitudes and united identities. In this paper, the authors conduct a research with the intention of indicating how much video games are represented and what is the opinion of the interviewees about whether communication with teammates can replace communication and socializing from the real world, as well as whether they accept other people's views.*

Key words: *video games, players, communication, attitudes*

* Redovni profesor, Pravni fakultet, Megatrend univerzitet, vesnabal@gmail.com

** Vanredni profesor, naučni saradnik, Institut za srpsku kulturu Priština – Leposavić, baltezb@yahoo.co.uk

1. INTRODUCTION

The game is a constant companion of man and has changed throughout history following the changes in society. A person plays games throughout his life, but those games differ depending on his maturation and changing interests. With the advent of the Internet, there are drastic changes in human society. A new, parallel space is being created that offers an alternative reality in which various opportunities for socializing, exchanging opinions, forming, but also modifying already formed attitudes are opening up. The game also follows this new direction of development of human society and changes by moving into the virtual space in the form of a video game. New groups are formed online that are accessed by virtual players, who meet there, make friends, and exchange their knowledge and interests. In this way, by adopting other people's experiences, they upgrade their own experiences from the real world and their identities. The game was an area that science did not particularly deal with. The game was considered to be just a game and nothing more. „Only with the book *Homo ludens* by Johan Huizinga does the phenomenon of play begin to be studied from a new, philosophical and sociological point of view“.¹ The game is tempting to fill free time precisely because of its fun character and freedom of choice. „Man plays in order to play,“ says Tadić (1985: 15) and points to the specificity of play, in relation to all other human activities, which leads to satisfaction due to play itself. However, the game is not only a leap from everyday life into the sphere of pleasure and a mode for fulfilling free time. Video gaming is an area that should never be overlooked, both for its positive and negative impact on players. Positive aspects relate to socializing, communication, education and identity development. Negative aspects can manifest themselves when gaming becomes addictive to players or when there are security risks online.

2. LITERATURE REVIEW

„The advancement of technology has contributed to the creation of virtual communities that change people, the way they communicate with each other and their self-knowledge“.² There is theoretical and empirical evidence of the importance of play in the process of improving the presentation of an individual's personal identity and his adaptive abilities to changes in the social environment³, because play contributes to the cognitive and social emotional development of participants.⁴

The game is not „ordinary“ or „real“ life. It is, first of all, coming out of it into a temporary sphere of activity with some own aspiration.⁵ The game allows players to develop a

¹ Tadić, B. (1985). *Misterija igre (od magijskih rituala do političkih mitova)*. Titograd: Univerzitetska riječ, p. 10.

² Turkle, S. (1995). *Life On The Screen*. New York City: Simon & Schuster, p.232.

³ Mainemelis, C. and Ronson, S. (2006). „Ideas are born in fields of play: towards a theory of play and creativity in organizational settings“. *Research on Organizational Behavior* 27: 81-131.

⁴ Singer, D., Michnick, G. R. and Hirsh-Pasek, K. (2006). *Play=Learning: How Play Motivates and Enhances Children's Cognitive and Social-emotional Growth*. New York: Oxford University Press.

⁵ Huizinga, J. (1992). *Homo ludens- o podrijetlu kulture u igri*. Zagreb: Naprijed, p.15.

sense of belonging to a special kind of community that brings together those who play and who are different from everyone else, because „each individual has an awareness of himself and of his belonging to a certain group of people with whom he shares beliefs, values and attitudes that differ in relation to some other group“.⁶

The game is not only concerned with the imitation of the existing world and culture, nor the copying of the existing identities of the players, but very often offers compensation to the participants of the game. „Game makes up for what she doesn't have in life; it fills the gaps in reality with illusory contents, movements, values“.⁷

„A video game is a cultural object, related to history and materiality, consisting of an electronic computer device and a game simulated in software“⁸. The video game asks the player to follow the rules set by the game designer, solve puzzles and achieve certain goals. Most video games provide participants with the opportunity to become victorious, either by „incapacitating“ all enemies, or by solving set puzzles. The critical difference between previous media and digital media, in this case, is that the interactive narrative of playing a game does not exist without players, who, by joining video games, act as an active audience that brings social reality into the imaginary world, i.e. into the world of acting⁹. The video game, as a global digital medium, gathers players beyond precisely demarcated ethnic boundaries, due to which there is a meeting of different identities and cultural values of players who, within the gaming community, look for values that connect them and this leads to a sense of closeness among the members of the virtual gaming group.¹⁰

3. RESEARCH OBJECTIVES

This article reports on a survey conducted to determine whether the pleasure of playing video games influences video games dedication and affect players thinking that they will deal with video games in the future.

The objectives of this study are twofold:

- i. To test whether the pleasure of playing video games influences video games dedication of the respondents?
- ii. To test whether that Socializing and exchanging opinions online changes existing player identities.

By analyzing existing theoretical considerations on the activities of playing video games and the impact of playing on provoking a sense of satisfaction that drives to dedication to playing a video game and lead to the player's decision to see themselves as dedicated players in the future, the following hypotheses have been posed:

⁶ Baltezarević, V. and Baltezarević, R. (2010). Corporate submission. *Themida* 13(3): 83-96, p.86.

⁷ Tadić, B. (1985). *Misterija igre (od magijskih rituala do političkih mitova)*. Titograd: Univerzitetska riječ, p. 18.

⁸ Galloway, 2006). Galloway, A. R. (2006). *Gaming: Essays On Algorithmic Culture* (1st ed.). Minneapolis, MN: Univ Of Minnesota Press, p. 1.

⁹ Ibid

¹⁰ Johnson, F. and Menichelli, K. (2007). *What's Going on in Community Media*. Washington: Benton Foundation.

H1: The pleasure of playing video games influences video games dedication

H2: Socializing and exchanging opinions online changes existing player identities

Sample and data collection

The questionnaire with closed-type questions was composed of two parts. In the first part, questions were posed regarding the demographic profile of the respondents (gender, age and level of education). The second part of the questionnaire requested the respondents to answer closed-ended questions related to their about the reasons for playing video games, where respondents were offered answers in reference to the Likert scale of attitudes, anchored: 1. Strongly disagree, 2. Disagree, 3. Neither agree nor disagree, 4 Agree 5. Strongly agree.

The research was carried out by the authors through a specially prepared questionnaire sent to 625 addresses from the lists of video game buyers of video games in Belgrade (Republic of Serbia). Data was collected in the period from June 2022 to November 2022. A total of 297 fully filled questionnaires were selected for further research. The IBM Statistical Package for Social Science (IBM SPSS) was used to analyse the data collected from the survey.

Table 1. Demographic Profile of the Respondents (N =297)

Demographic		n	%
Gender	Male	134	45.10
	Female	163	54.9
Age	18-25	138	46.5
	26-35	68	22.9
	36-45	46	15.5
	46-55	32	10.8
	56-65	13	4.4
Education	High school	61	20.5
	Bachelor	114	38.4
	Master	84	28.3
	Doctorate	38	12.8
Playing games	1-6 months	4	1.3
	6-12 months	24	8.1
	More than 12 months	11	3.7
	More than 3 years	258	86.9

Table 1 shows descriptive demographics of the respondents. The respondents were more female respondents (54.9%) than men (45.1%), mostly in 26-35 years of age group (46.51%). Most of respondents had a Bachelor degree (38.4%). Most respondents playing games more than 3 years (86.9%).

4. RESULTS AND DISCUSSION

Finally, the reliability test was conducted using Cronbach alpha reliability to ensure consistency of the data collected.

Table 2. Reliability Statistics Results

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.942	.942	10

The values for all the dimensions were 0.942 indicating high internal consistency.

Given that it is a small number of variables in the obtained data, the mean value is observed,

Table 3. The mean value

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
RQ1	3.40	1.132	297
RQ2	3.42	.991	297
RQ3	3.24	1.007	297
RQ4	3.34	1.109	297
RQ5	3.36	1.004	297
RQ6	3.37	1.129	297
RQ7	2.82	1.169	297
RQ8	3.34	1.109	297
RQ9	3.43	1.031	297
RQ10	3.47	1.165	297

Case is in the range of mean value are .282 to .347 which is an acceptable value.¹¹

The result of the testing H1: The pleasure of playing video games influences video games dedication:

Table 4. The Chi-Square Tests Results for H1

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	263.327 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	187.451	16	.000
Linear-by-Linear Association	100.086	1	.000
N of Valid Cases	297		

a. 10 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.56.

¹¹ Cohen, J. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hoboken: Taylor and Francis.

Table 5. Symmetric Measures Results for H1

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.581	.050	12.276	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.590	.044	12.542	.000 ^c
N of Valid Cases		297			

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
- c. Based on normal approximation.

The result of the Chi square test shows that $\chi^2(16, 1) = 263.327^a$, $p > 0.01$, which means that there is statistically significant correlation between the investigated variables. Pearson's R = .581 shows that there is a positive high correlation and H1 is confirmed.

The result of the testing H2: Socializing and exchanging opinions online changes existing player identities:

Table 6. The Chi-Square Tests Results for H2

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	351.623 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	317.247	16	.000
Linear-by-Linear Association	84.927	1	.000
N of Valid Cases		297	

- a. 8 cells (32.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.13.

Table 7. Symmetric Measures Results for H2

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.536	.058	10.895	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.540	.060	11.027	.000 ^c
N of Valid Cases		297			

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
- c. Based on normal approximation.

The result of the Chi square test shows that $\chi^2(16, 1) = 351.623^a$, $p > 0.01$, which means that there is statistically significant correlation between the investigated variables. Pearson's $R = .536$ shows that there is a positive high correlation and H2 is confirmed.

5. CONCLUSION

This paper shows the role of play as an inseparable companion of human society. The modern environment and the emergence of new technologies have formed a parallel, virtual space in which virtual players compete. By exchanging experiences, attitudes and cultural identities, players accept other people's cultural values, which leads to the modification of their identities. The analysis of respondents' attitudes provided answers to the research questions, the validity of which we tested in this paper. The results of empirical research show that the pleasure of playing video games influences video games dedication of the respondents, as well as that Socializing and exchanging opinions online changes existing player identities.

LITERATURE:

- Baltezarević, V. and Baltezarević, R. (2010). Corporate submission. *Themida* 13(3): 83-96.
- Callois, R. (2001). *Man, Play and Games*. Chicago, IL: University of Illinois Press.
- Cohen, J. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hoboken: Taylor and Francis.
- Galloway, 2006). Galloway, A. R. (2006). *Gaming: Essays On Algorithmic Culture* (1st ed.). Minneapolis, MN: Univ Of Minnesota Press.
- Huizinga, J. (1992). *Homo ludens- o podrijetlu kulture u igri*. Zagreb: Naprijed
- Johnson, F. and Menichelli, K. (2007). *What's Going on in Community Media*. Washington: Benton Foundation.
- Mainemelis, C. and Ronson, S. (2006). "Ideas are born in fields of play: towards a theory of play and creativity in organizational settings". *Research on Organizational Behavior* 27: 81-131.
- Singer, D., Michnick, G. R. and Hirsh-Pasek, K. (2006). *Play=Learning: How Play Motivates and Enhances Children's Cognitive and Social-emotional Growth*. New York: Oxford University Press.
- Tadić, B. (1985). *Misterija igre (od magijskih rituala do političkih mitova)*. Titograd: Univerzitetska riječ.
- Turkle, S. (1995). *Life On The Screen*. New York City: Simon & Schuster.

Vesna Baltezarević
Borivoje Baltezarević

316.776:795
DOI: 10.5937/MegRev2203467B
Original scientific paper
Received 20.09.2022.
Approved 12.12.2022

VIDEO IGRE KAO KOMUNIKACIJSKA STVARNOST

Apstrakt: *Video igre, kao medij koji masovno zaokuplja pažnju savremene populacije, prevode publiku iz realnog u virtuelni prostor uz uspostavljanje rituala zajedništva u kome su nedovoljno jasno iscrtane granice između realnog i virtuelnog. Dok igraju igrači se istovremeno upoznaju sa drugim učesnicima, priključuju se diskusionim formama na kojima plasiraju svoja mišljenja ali istovremeno razmenjuju i tuđa iskustva. Ova druženja modifikuju njihove stavove i unite identitete. U ovom radu autori vrše istraživanje s namerom da ukažu na to koliko je video igra zastupljena i kakvo je mišljenje ispitanika o tome da li komunikacija sa saigračima može da zameni komunikaciju i druženje iz realnog sveta, kao i da li prihvataju tuđe stavove.*

Ključne reči: *video igre, igrači, komunikacija, stavovi*

Sanin Hamzagić*
Aleksandar Đokić**
Aleksandar Jovičić***

004.738.5:339"2019/2022"
DOI: 10.5937/MegRev2203475H
Primljen 25.11.22.
Odobren 19.01.2023.
Pregledni naučni članak

KUPOVINA PUTEM INTERNETA („ONLINE” KUPOVINA) U PERIODUCOVID PANDEMIJE

Sažetak: *Uradu je prikazana kupovina putem interneta („online” kupovina) u periodu Covid-19 pandemije. Uticaj pandemije na „online” kupovinu je prikazan iz tri perspektive: (1) uticaj Covid-19 pandemije na učestalost „online” kupovine, (2) uticaj Covid-19 pandemije na preferencije potrošača prilikom „online” kupovine, (3) uticaj Covid-19 pandemije na iznos novca potrošen prilikom „online” kupovine. Na kraju se konstatuje da je Covid pandemija imala značajan uticaj na ponašanje potrošača pri „online” kupovini.*

Ključne reči: *online kupovina, Covid-19 pandemija*

JEL klasifikacija: O33, D91, E21, F14

* MA, konsultant, NeroSuBianco, Beograd, sanhamzagic@gmail.com

** Vanredni profesor, Univerzitet u Prištini – Kosovska Mitrovica, Fakultet Tehničkih nauka, Srbija, aleksandar.djokic@pr.ac.rs

*** Docent, Megatrend Univerzitet, Fakultet za poslovne studije, Beograd, ajovicic@megatrend.edu.rs

1. UVOD: TRADICIONALNA KUPOVINA I KUPOVINA PUTEM INTERNETA

Pošto zapošljavaju veliki broj ljudi i obezbeđuju značajnu zaradu, tradicionalna („offline”) prodaja igra važnu ulogu u ekonomijama većine zemalja. Tako ukupna godišnja prodaja u tradicionalnim prodavnicama u Kanadi premašuje 450 milijardi USD, a maloprodajna industrija zapošljava preko 2,1 miliona ljudi, ili 11,5% celokupne populacije, što je čini najvećom grupom zaposlenih u državi. Sektor hrane i pića zapošljava većinu ovih ljudi, a takođe najviše doprinosi privredi sa 104 milijarde USD.¹

Promene u sektoru maloprodaje su konstantne. Sektor maloprodaje razvija se uporedo sa razvojem digitalizacije.² Da bi kupci odlučili da li da kupuju online ili na tradicionalni način (lično na lokaciji) potrebno je utvrditi koji način kupovine može ispuniti kupovne interese potrošača i maksimizirati njihovo zadovoljstvo.⁴ Iako fizičke prodavnice imaju godišnji pad poseta, većina potrošača i dalje preferira tradicionalnu kupovinu u fizičkoj prodavnici, zbog mogućnosti da se bolje (pr)oceni proizvod.

Brzi razvoj internet tehnologija i njihove primene u sektoru maloprodaje tokom protekle decenije učinio je online kanal imperativnom tačkom kontakta za potrošače. Ova nova marketinška dodirna tačka ima nekoliko prednosti, od kojih je najvažnija - sposobnost da se prevaziđu geografska ograničenja u komunikaciji sa potencijalnim kupcima.

Trgovci su, u početku, eksperimentisali sa višekanalnim strategijama tako što su razvijali ponudu na mreži kao dopunu postojećem skupu tradicionalnih (offline) prodavnica, u cilju prikupljanja podataka i istraživanja mogućnosti da novi digitalni kanal poboljša poslovni rezultat.⁵ Ovo su važne odluke koje treba doneti jer dodavanje novih kanala prodaje može uticati na postojeće kanale, uzimajući u obzir činjenicu da različiti kanali funkcionišu prilično različito u procesu konverzije kupaca.

Aktuelne promene i ekonomska kriza izazvana globalnom pandemijom Covid-19 je, zbog izmenjenih uslova života i rada, postala snažan pokretač koji je podstakao korišćenje prednosti digitalizacije. Tako, neki autori navode da je pandemija Covid-19 navela potrošače „na digitalizaciju i preoblikovala njihove navike kupovine”.⁶ Globalna kriza izazvana pandemijom, uslovlila je velike promene u svim sferama života, gde posledice sežu dalje od same bolesti, one su ekološke, socijalne, ali i ekonomske. Dok Hamblin posmatra krizu kao „urgentnu situaciju u kojoj se svi članovi grupe susreću sa zajedničkom pretnjom”,⁷ Barton je shvata kao „veći i nepredvidiv događaj koji ima potencijalno negativne rezultate”.⁸ Stojković navodi kako i kriza može biti prilika za pozitivne promene kao što su napredovanje i poboljšanje i da je to često trenutak „kada se najviše razmišlja o napretku”.⁹

¹ Armstrong et al.: *Marketing: An Introduction*, 2017.

² Kagermann, H., Winter, J.: *The Second Wave of Digitalisation*, 2018.

³ Hagberg et al.: *The digitalization of retailing: an exploratory framework*, 2016.

⁴ Matz, M.: *Online VS. Offline shopping, impact of Covid-19 on the digitalization process in Austria*, 2021.

⁵ Verhoef et al.: *From Multi-Channel Retailing to Omni-Channel Retailing*, Journal of Retailing 91, 2015.

⁶ Gu et al.: *Impact of the Covid-19 Pandemic on Online Consumer Purchasing Behavior*, 2021.

⁷ Hamblin, R. L.: *Leadership and Crisis*, 1958.

⁸ Barton, L.: *Crisis in Organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos*, 1993.

⁹ Stojkovic, R.: *Crisis in Ecobnomic Theory and Practice*, 2017.

Relevantna su istraživanja iz tri oblasti: (1) uticaj Covid-19 pandemije na učestalost online kupovine, (2) Uticaj Covid-19 pandemije na preference proizvoda prilikom online kupovine, (3) Uticaj Covid-19 pandemije na iznos novca potrošen prilikom online kupovine.

2. UTICAJ COVID-19 PANDEMIJE NA UČESTALOST ONLINE KUPOVINE

Kada je u pitanju istraživanje učestalosti online kupovine pre i nakon izbijanja Covid pandemije, sprovedena je analiza na uzorku od 117 ispitanika, na teritoriji Austrije u vremenskom periodu od 10 dana. Istraženo je kvantitativni metod za prikupljanje primarnih podataka i neeksperimentalni dizajn istraživanja. Istraživanje je rađeno putem upitnika kao odgovarajuće mere za identifikaciju stavova učesnika prema online i offline kupovini, kao i uticaju pandemije Covid-19. Od učesnika je traženo da navedu svoju učestalost kupovine na mreži pre i tokom pandemije. Pitanje je osmišljeno na osnovu postojećeg upitnika¹¹ i uključuje skaliranje: „svakog dana, dva/tri puta nedeljno, jednom nedeljno i jednom mesečno”. U upitniku je učestvovalo ukupno 117 ispitanika. 53% su bili muškarci, a 45,3% žene. Pored toga, 1,7% učesnika je navelo svoj pol kao „drugi”. Uzorak obuhvata sve starosne grupe, pri čemu je sa 76,9% većina učesnika starosti između 18 i 30 godina. Ostale starosne grupe su manje značajne, sa 12,8% za starosnu grupu 31-49 i 9,4% za starosnu grupu 50-65. Konačno, samo jedan ispitanik je bio stariji od 65 godina. Najvažniji nalaz istraživanja u vezi sa učestalošću online kupovine ogleda se u odgovoru učesnika u anketi na pitanje – koji način kupovine trenutno preferiraju. Rezultati su sledeći: Sa 53%, online kupovina je najpopularniji način kupovine u uzorku. Samo 35% preferira kupovinu van mreže u maloprodajnim objektima u odnosu na kupovinu na mreži. 12% ispitanika nisu mogli jasno da identifikuju svoj omiljeni način kupovine i odlučili su da izaberu alternativu na koju je teško odgovoriti.

Matz¹² je izvršio Man-Vitni U test kako bi analizirao da li postoji značajna razlika između pola i izbora kanala kupovine. Rezultat pokazuje da ne postoji značajna razlika između pola i izbora kanala kupovine (rezultujuća p-vrednost, $p = 0,293 > 0,05$). Pored toga, istraživač je izvršio Kruskal-Volison test kako bi analizirao da li postoji značajna razlika između starosne grupe i izbora kanala kupovine. Rezultati pokazuju da nema značajne razlike ($p = 0,174 > 0,05$).

Kada se uporede srednja vrednost učestalosti online kupovine učesnika, može se primećti da je srednja vrednost niža nakon izbijanja pandemije u odnosu na srednju vrednost pre izbijanja. Prosečna ocena učestalosti online kupovine učesnika pre pandemije je $M = 3,39$, a prosečna ocena nakon izbijanja $M = 2,88$. Skala: 1= Svaki dan; 2= dva/tri puta nedeljno; 3= Jednom nedeljno; 4= Jednom mesečno i 5= Ne kupujem na mreži, ilustruje da niža srednja vrednost ukazuje na povećanu učestalost kupovine na mreži nakon izbijanja pandemije. Rezultati istraživanja pokazuju srednje vrednosti učestalosti kupovine pre i nakon izbijanja pandemije. Udeo učesnika koji su naveli da ne kupuju online pao je sa 11,1% na 3,4%, što pokazuje da je pandemija Covid-19 motivisala ljude da kupuju online. Dalje, značajno sma-

¹⁰ Matz, M.: *Online VS. Offline shopping, impact of Covid-19 on the digitalization process in Austria*, 2021.

¹¹ Laguna et al.: *The impact of Covid-19 lockdown on food priorities - Results from a preliminary study using social media and an online survey with Spanish consumers*, 2020.

¹² Matz, M.: *Online VS. Offline shopping, impact of Covid-19 on the digitalization process in Austria*, 2021.

njenje procentualne vrednosti kategorije učestalosti jednom mesečno i značajno povećanje kategorija učestalosti jednom nedeljno i dva/tri puta nedeljno pokazuje povećanu učestalost online kupovine učesnika.

U istraživanju Jonköping univerziteta iz Švedske¹³, ispitanicima je postavljen niz pitanja vezan za online i tradicionalnu kupovinu pre i nakon izbijanja Covid-19 pandemije. Empirijski rezultati istraživanja su otkrili da je okrenutost kupaca prema online prodavnicama značajno porasla nakon izbijanja Covid-19, i da je jasno da sve više pojedinaca kupovinu preusmerava na online prodavnice. Dalje, promena orijentacije ispitanika između online i offline kupovine, pre i posle izbijanja Covid-19 ogleđa se u smanjenju broja ispitanika koji su ranije bili uglavnom offline kupci. Tako je analizom podataka ustanovljeno da je došlo do značajne promene u orijentaciji ispitanika od offline kupovine ka online kupovini tokom Covid-19 pandemije. Izraženo u brojevima, ispitanika koji su se identifikovali kao 'Uglavnom offline kupci' pre Covid-19 je 12 ispitanika. Nasuprot tome, samo 6 ispitanika se identifikovalo kao 'kupci van mreže' nakon izbijanja Covid-19. Ovi brojevi pokazuju smanjenje za 6 ispitanika koji su prešli iz offline prodavnica u online. S druge strane, samo 3 ispitanika su se identifikovali kao 'Uglavnom online kupci' pre Covid-19, dok su se 8 ispitanika identifikovali kao 'Uglavnom online kupci' nakon Covid-19. Ovakvi rezultati govore u prilog porastu broja online kupaca za 5 ispitanika koji su prešli na kupovinu putem interneta nakon izbijanja Covid-a -19.

Kada je od ispitanika zatraženo da identifikuju da li su bili uglavnom online ili offline kupci pre Covid-19: 12 ispitanika je identifikovalo da su uglavnom bili offline kupci, 3 ispitanika je reklo da su više orijentisani na online kupovinu, dok je 5 ispitanika reklo da su bili neutralni između ta dva vida kupovine, ili nisu mogli da se svrstaju. S druge strane, kada su ispitanici tokom trjanja pandemije upitani da li sada više kupuju online ili offline, odgovori su sledeći: 6 ispitanika veruje da i dalje kupuje uglavnom na tradicionalan način, direktno u prodavnicama, 8 ispitanika veruje da danas uglavnom kupuju online, ostalih 6 ispitanika veruje da su između (50% na mreži, 50% van mreže). Ovaj podatak jasno pokazuje da je određen pomak ka online kupovini napravljen i postavlja se pitanje da li je on uslovljen Covid pandemijom ili je razlog nešto drugo.

U cilju otkrivanja razloga, istraživači su postavili sledeća pitanja ispitanicima: Da li mislite da vas je Covid-19 ohrabrio da povećate svoje kupovine na mreži? Kada je od učesnika zatraženo da izaberu između četiri opcije koje se tiču uloge Covid-19 u podsticanju kupovine putem interneta: 37 učesnika sa približnim procentom od 39% odgovorilo je da se ništa nije promenilo, oni su online kupci čak i pre Covid-19, 34 učesnika sa približnim procentom od 36% je odgovorilo Da, danas su više orijentisani na kupovinu putem interneta zbog Covid-19, 21 učesnika sa približnim procentom od 22% odgovorilo je Ne, uglavnom kupuju u fizičkim prodavnicama pre i posle izbijanja Covid-19, 2 učesnika sa približnim procentom 2% odgovorilo je Ne, pre Covid-19 su kupovali uglavnom u online prodavnicama, ali sada uglavnom kupuju u fizičkim prodavnicama.

Na pitanje - šta vas motiviše da kupujete u online prodavnici, učesnici su odgovorili: 63 ispitanika odgovorilo je da je lako pretraživati i upoređivati proizvode na mreži, 52 ispitanika odgovorilo je da je u pitanju šira raznolikost, 45 ispitanika odgovorilo da štedi vreme i trud,

¹³ Abou Jeb, S., Choura, A.: *The Impact of Covid-19 on the Change of Customer Buying Behavior*, Master Thesis, Jönköping: Jönköping University, 2021.

30 ispitanika je odgovorio da online kupovina pruža mogućnost pretraživanja proizvoda prema specifičnostima preference, 5 ispitanika su odgovorili - ostalo, troje od njih koji su odabrali 'ostalo' navelo je kodove za popuste kao motivacioni faktor.

Na pitanje - šta utiče na vas da kupujete u online prodavnicama, učesnici su odgovorili sledeće: 44 ispitanika odgovorilo je da online prodavnice pružaju jeftinije opcije od fizičkih prodavnica, 37 ispitanika odgovorilo je na nepostojanje određenih brendova/proizvođača u obližnjim fizičkim prodavnicama, 31 ispitanik je odgovorilo da su online prodavnice samo alternativa za fizičke prodavnice, 27 ispitanika odabralo Promena načina života zbog Covid-19, 21 ispitanik odgovorilo na online kampanje, 9 ispitanika odgovorilo Više vremena za isprobavanje proizvoda kod kuće, 2 ispitanika odgovorilo Drugi bez pisanja povratnih informacija.

Pored navedenih, rezultati ankete su potvrdili da postoji značajan pomak ka internet prodavnicama i kupovini nakon izbijanja Covid-19. Rezultati ankete pokazuju sledeće: (1) Na prvom mestu, 39% učesnika ankete su online kupci pre i posle izbijanja Covid-19, (2) 36% učesnika ankete su potvrdili ulogu Covid-19 u pomeranju njihove kupovine ka online kupovini, tačnije, oni su bili uglavnom offline orijentisani pre izbijanja Covid-19 i prešli su da budu uglavnom orijentisani na online prodavnice. Zaključak je da empirijski nalazi potvrđuju stav (većine autora iz ove oblasti) o pomeranju orijentacije kupaca ka online kanalima kupovine. Rezultati ankete pokazuju da je 36% prethodnih offline kupaca prešlo na kupovinu putem interneta, a danas je skoro 75% anketiranih orijentisano na kupovinu putem interneta.

Leskovar¹⁴, u svom istraživanju potvrđuje hipotezu da je učestalost online kupovine tokom Covid pandemije značajno povećana u odnosu na period pre izbijanja pandemije. Istraživanje o uticaju pandemije Covid-19 na online prodaju iz perspektive potrošača provedeno je u Varaždinskoj županiji. Istraživanje je trajalo od sredine maja do sredine jula, a ukupno je prikupljeno 299 odgovora. Od toga je 105 važećih odgovora koji su uključeni u daljnju analizu, dok je 194 nevažećih odgovora.

Istraživač je proučavao uticaj epidemije Covid-19 na online prodaju sa stanovišta potrošača. Istraživanje se na početku bavilo pretragom proizvoda ispitanika na Internetu pre epidemije. Rezultati pokazuju: da je 37 ispitanika (35,24%) proveravalo internet nekoliko puta mesečno pre epidemije, dok je 35 to činilo više puta nedeljno, a samo 7 ispitanika je reklo da su tražili stvari svakodnevno, dok je 18 reklo da to rade mnogo puta godišnje. Kada se ovi podaci uporede sa podacima koji se odnose na traženje proizvoda na mreži tokom epidemije, zaključuje se: (a) 44 ispitanika je tražilo proizvode online više puta nedeljno tokom pandemije, u poređenju sa 35 ispitanika pre pandemije, (b) na mesečnom nivou, pretraga tokom epidemije nije se promenila u poređenju sa periodom pre nje, a 37 ispitanika nastavlja da vrši pretrage više puta svakog meseca, (c) godišnja pretraga pokazuje značajan pomak, pri čemu su pretrage na tom nivou pale sa 18 ispitanika pre epidemije na 9 ispitanika tokom nje, (d) dnevne pretrage proizvoda skočile su sa 7 na 12 tokom pandemije, dok su (e) samo 3 osobe su rekly da nikada ranije nisu tražile stvari na mreži.

Sledeće pitanje u istraživanju odnosilo se na tvrdnje vezane za online kupovinu. Ishodi odgovora na tvrdnju o kupovini stvari preko interneta pre epidemije pokazuju: (a) da je pre epidemije, većina ispitanika kupovala stvari preko interneta mnogo puta godišnje. U studiji

¹⁴ Leskovar, M.: *Utjecaj Covid-19 pandemije na online prodaju iz perspektive potrošača i prodavača*, 2021.

je takvih ispitanika bilo čak 58 ili 55,24%, (b) Slede ispitanici koji više puta mesečno kupuju stvari preko interneta, kojih je 26 (ili 24,76%), (c) pre epidemije, pet ispitanika je kupovalo stvari preko interneta mnogo puta nedeljno, (d) dok je samo jedan to činio svaki dan, (e) 15 osoba je navelo da nikada ništa nisu kupovali pre epidemije, što implicira da su počeli da kupuju tokom nje. Ove brojke se mogu uporediti sa onima koje prikazuju efekte kupovine stvari na mreži tokom pandemije. Jasno je da je broj ispitanika koji kupuju proizvode preko interneta nekoliko puta godišnje opao sa 58 na 49 tokom pandemije, dok je broj ispitanika koji kupuju proizvode preko interneta nekoliko puta mesečno značajno porastao, pri čemu je 46 ispitanika kupovalo nekoliko puta mesečno tokom pandemije u poređenju sa 26 ispitanika pre pandemije. Tokom pandemije, broj ispitanika koji kupuju online nekoliko puta nedeljno popeo se, iako nijedan ispitanik nije kupovao stvari na dnevnom nivou. Tokom pandemije, četiri osobe su izjavile da nikada nisu kupile ništa na mreži. Korišćen je hi-kvadrat test, na nivou statističke značajnosti od 95%, što znači da je granična vrednost 0,05. P-vrednost u sprovedenom testu je 0,018, što ukazuje da je rezultat statistički značajan i da je hipoteza prihvaćena. Ovo sugerise da su varijable koje utiču na verovatnoću pandemije i učestalost kojom ljudi kupuju stvari na mreži međusobno zavisne i da postoji značajna razlika između kupovine proizvoda na mreži pre i posle pandemije.

3. UTICAJ COVID-19 PANDEMIJE NA PREFERENCE PROIZVODA PRILIKOM ONLINE KUPOVINE

Ekonomska kriza izazvana Covid-19 postala je glavni katalizator za digitalizaciju kompanija. Ključne prednosti e-trgovine, kao što su beskontaktnost, povoljnija cena, prenosivost i skalabilnost, postale su prioritet zbog ograničenja nametnutih karantinom. Široka upotreba društvenih medija i digitalnog marketinga dala je preduzećima prednost u identifikaciji i privlačenju novih klijenata na globalnom, nacionalnom i lokalnom nivou. U isto vreme, oni su predstavili mogućnost za velike uštede eliminišući potrebu za ulaganjem u nekretnine i angažovanjem većeg broja zaposlenih. Savremeni trendovi e-trgovine naglašavaju udobnost i sigurnost.

Istraživanje 15 uticaja Covid pandemije na ponašanje potrošača na mreži je pokazalo da je pandemija Covid-19 podstakla potrošače da pređu na digitalni način kupovine ali je uticala i na promenu ponašanja prilikom kupovine. Na sve podsektore e-trgovine uticala je značajna promena u ponašanju ljudi prilikom kupovine na mreži. Istraživanje prikazuje uticaj Covid-19 pandemije na specifične sektore e-trgovine, pri čemu je najveću štetu pretrpeo sektor turizma. Turističke usluge su imale pad prometa od 43,7%, dok su ostala preduzeća zabeležila manji pad prometa. Procenjuje se da su medijske organizacije izgubile 13,2% prometa, dok je modna industrija izgubila 10,3%. Prodavnice (a) luksuznih brendova nakita, (b) satova i (c) luksuznih proizvoda zabeležile su pad prometa, izgubivši: 8,2%; 3,2%; odnosno 3,1%. Veb saobraćaj ka supermarketima je, s druge strane, povećan za 34,4%. Dalje, autori navode kako je interesovanje korisnika interneta za: (a) sportsku opremu, (b) maloprodajne usluge, (c) kozmetiku i (d) finansijske usluge poraslo u istom periodu, sa procenjenim povećanjem od 23,6%; 7%; 3,7% i 1,8%, respektivno. U 2019. godini, većina kupaca

¹⁵ Gu et al.: *Impact of the Covid-19 Pandemic on Online Consumer Purchasing Behavior*, 2021.

koristila je mobilne uređaje za online pretragu luksuzne robe, odeće, kozmetičkih proizvoda, turističkih usluga, hrane, delova i pribora za vozila i predmeta za domaćinstvo. Kada ste tražili energetske i finansijske usluge, desktop računari i laptopovi su bili najpopularnije opcije. Vredi napomenuti da je internet saobraćaj preko tablet uređaja bio slab bez obzira na vrstu proizvoda. Broj internet kupovina je naglo povećan u januaru 2021.

U nastavku svog istraživanja,¹⁶ ističese da su online kupci postali sigurniji i zainteresovaniji za kupovinu visokokvalitetnih proizvoda po sniženim cenama. Kupci su, s druge strane, favorizovali online trgovine sa velikim izborom proizvoda. Transakcije na sajtovi-ma supermarketa i maloprodaje porasle su za 73,4%, odnosno 49,9%. Porast su zabeležili proizvodi za domaćinstvo (28,7%), nakit i satovi (26,4%), sportska oprema (26,2%) i ostali artikli. U međuvremenu, online transakcije za usluge odmora, modne proizvode i luksuznu robu pale su za 33%, 5,2% i 2,8%, respektivno. Povećana aktivnost korisnika Interneta, posebno kupaca u e-trgovinama, zahtevala je visok nivo sigurnosti i fleksibilan sistem plaćanja koji bi mogao da obrađuje transakcije u različitim valutama.

Istraživanje¹⁷ koje se bavi uticajem Covid pandemije na preference proizvoda potrošača prilikom online kupovine sprovedeno je u Austriji. Od učesnika je traženo da rangiraju grupe proizvoda prema njihovoj verovatnoći da ih kupe i to pre i nakon izbijanja pandemije. Učesnici su morali da navedu sedam izbora, uključujući sledeće kategorije proizvoda: namirnice, garderoba, pokloni, pribor, potrepštine za domaćinstvo, proizvodi za negu kože i proizvodi za fitnes/velnes. Prvi izbor je imao vrednost 1, drugi izbor vrednost 2, i tako do sedmog izbora sa vrednošću 7. Dakle, što je niža srednja ocena, to je bolja pozicija u rangiranju. Rezultati su predstavljeni preko srednje vrednosti pre i posle pandemije.

Pre pandemije, kategorija proizvoda namirnice imala je srednju vrednost $M=4,6$. Nakon izbijanja pandemije, ova vrednost je opala do $M=4,48$, što ukazuje da je veća verovatnoća da će učesnici kupovati namirnice na mreži nego ranije.

Još jedna kategorija proizvoda koja je postala popularna nakon izbijanja pandemije su potrepštine za domaćinstvo: zalihe za domaćinstvo imale su pre izbijanja, niži srednji rezultat ($M=4,51$) pre izbijanja, nego posle ($M=4,21$). Ovo smanjenje naglašava značajno povećanu verovatnoću učesnika da kupuju potrepštine za domaćinstvo na mreži nego ranije. Proizvodi za fitnes i wellness su bolje rangirani nakon izbijanja ($M=4,90$), nego ranije ($M=4,97$).

Preostale grupe proizvoda: pokloni, pribor, proizvodi za negu kože i garderoba su imali višu srednju vrednost nakon izbijanja pandemije i stoga su dobili viši rang nego ranije. Povećanje srednjih ocena ukazuje da je verovatnoća učesnika da kupe proizvode smanjena.

Kategorija proizvoda sa najznačajnijim povećanjem srednje vrednosti su proizvodi za negu kože, sa povećanjem od 0,18. Pre pandemije srednja vrednost je bila niža ($M=4,38$) i samim tim bolje rangirana nego posle izbijanja ($M=4,56$). Za garderobu, srednji rang pre pandemije bio je $M=2,68$ a posle izbijanja $M=2,79$. Učesnici su imali manje šanse da kupuju garderobu na mreži nakon izbijanja nego pre nje. Pokloni su imali srednju vrednost $M=3,12$ pre pandemije i $M=3,19$ nakon izbijanja. Prosečno povećanje vrednosti odražava da je manja verovatnoća da će učesnici kupovati poklone preko interneta nego ranije. Konačno,

¹⁶ Gu et al.: *Impact of the Covid-19 Pandemic on Online Consumer Purchasing Behavior*, 2021.

¹⁷ Matz, M.: *Online VS. Offline shopping, impact of Covid-19 on the digitalization process in Austria*, 2021.

srednji rezultati ukazuju na smanjenu spremnost učesnika da kupe dodatnu opremu na mreži nakon ($M= 3,88$) nego ranije ($M= 3,74$). Kategorije proizvoda Potrepština za domaćinstvo i proizvodi za negu kože predstavljaju najznačajnije promene, dok pokloni i proizvodi za fitness/wellness imaju najmanje promena.

Da bi procenio značaj promena srednjih vrednosti autor je uradi nekoliko t-testova. Najveća p-vrednost izlaza je $p= 0,721$, a najniža $p= 0,050$. Dakle, postoji samo jedna značajna razlika između rangiranja pre i posle izbijanja pandemije. U rangiranju kategorije proizvoda, zalihe za domaćinstvo pokazuju značajne razlike između rangiranja pre i posle izbijanja Covid-19 ($p=0,05 = 0,05$). Druge kategorije proizvoda ne pokazuju bitne razlike. Međutim, kategorije koje su najmanje pogođene izbijanjem Covid-19 su proizvodi za fitness/wellness ($p= 0,721 > 0,05$) i pokloni ($p= 0,627 > 0,05$). Pošto se rezultat t-testa činio iznenađujućim, istraživač je odlučio da izvrši proširenu analizu dodatnom analizom srednjih vrednosti. Međutim, dobio je sličan rezultat, pri čemu samo kategorija Potrepštine za domaćinstvo pokazuje razliku u srednjoj vrednosti u odnosu na pre i posle izbijanja pandemije. Sve druge kategorije proizvoda pokazuju istu srednju vrednost pre i posle izbijanja pandemije, što ukazuje na to da učesnici nisu značajno promenili svoje rangiranje za vreme nakon izbijanja i stoga podržavaju rezultate t-testova sprovedenih korišćenjem srednjih vrednosti.

Istraživanju¹⁸ na teritoriji republike Hrvatske iznosi vrlo zanimljive podatke. Koristeći, uglavnom Likert skalu, dobijeni su podaci koji pokazuju da su tokom pandemije Covid-19 ispitanici prvenstveno kupovali: (a) odeću, obuću i modne dodatke (75,7%), zatim (b) igračke i dečiju opremu kako bi se deca zabavljala kod kuće (58,6%), a tu je i (c) stvaranje zaliha namirnica (31,4%). Među proizvodima za koje ispitanici smatraju da nisu dovoljno zastupljeni u online marketima su: voće i povrće (47,9%), potrepštine za kuću i baštu (20%), medicinska pomagala (17,1%), hrana za decu (14,3%), hrana za posebne potrebe – dijabetičari, bezglutenski i slični proizvodi, i ostali proizvodi (8 %).

Pandemija Covid-19 ima mali uticaj na prekograničnu online kupovinu, navodi nadalje autor. Ispitanici u velikom broju, 67,9% nastavljaju da kupuje preko interneta i iz stranih online prodavnica. Tokom pandemije Covid-19, 42,9% ispitanika kupovalo je i u hrvatskim i u stranim internet prodavnicama.

Još jedan interesantan podatak je i kupovina u online apotekama. Potrošači su se, isprva, fokusirali na maske i alkohol u tradicionalnim apotekama na početku pandemije: (a) pre pandemije, ispitanici su pitani da li kupuju u online apotekama. 61,4% ispitanika reklo je da nikada ništa nije kupovalo u internet apoteci; (b) tokom epidemije Covid-19, 44% ispitanika je reklo da nikada nije koristilo internet apoteku. Tokom epidemije, samo 4% ispitanika imalo je četiri ili više transakcija sa internet apotekama. U poređenju sa online apotekama, 75,7% ispitanika bira tradicionalne apoteke.

Zaključak istraživanja (Topolko-Hercog) je da je primetan je rast kupovine u kategoriji hrana i pića - više potrošača se okrenulo kupovini namirnica na mreži, neki od njih po prvi put. Prioritetne kupovine na mreži su u kategorijama odeće, obuće, pribora, igračaka i dečije opreme.

¹⁸ Topolko Herceg, K.: *Impact of Covid-19 pandemic on online consumer behavior in Croatia*, 2021.

4. UTICAJ COVID-19 PANDEMIJE NA IZNOS NOVCA POTROŠEN PRILIKOM ONLINE KUPOVINE

Pandemija je ubrzala tranziciju ka digitalnijem društvu i izazvala promene u navikama kupovine putem interneta koje će verovatno potrajati. Prema istraživanju UNCTAD-a¹⁹, na uzorku od 3.700 kupaca u devet zemalja u razvoju i industrijalizovanih ekonomija, epidemija Covid-19 je trajno promenila navike kupovine na mreži. Anketa pod nazivom „Covid-19 i e-trgovina“ razmatrala je kako je epidemija uticala na to kako ljudi kupuju na mreži i koriste digitalna rešenja. Među obuhvaćenim zemljama su Brazil, Kina, Nemačka, Italija, Republika Koreja, Ruska Federacija, Južna Afrika, Švajcarska i Turska. Istraživanje se fokusiralo na upoređivanje navika potrošača u periodu pre i nakon izbijanja pandemije. Rezultati su sledeći: (a) porast online kupovine varirao je od zemlje do zemlje tokom Covid-19, sa najvećim porastom u Kini i Turskoj, a najslabijim u Švajcarskoj i Nemačkoj, gde je to već činilo više pojedinaca; (b) Nakon pandemije, više od polovine anketiranih reklo je da sada češće kupuju online i da se oslanjaju na internet kada su u pitanju vesti, zdravstvene informacije i digitalna zabava; (c) Potrošači na tržištima u razvoju su se najviše prebacili na online kupovinu; (d) Online kupovine su porasle za 6% do 10% u većini kategorija proizvoda; (e) Najprofitabilniji segmentisu: ICT/elektronika, baštovanstvo/uradi sam, lekovi, obrazovanje, nameštaj i proizvodi za domaćinstvo, kozmetika/lična nega. Generalni sekretar UNCTAD-a Mukhisa Kituji, analizirajući podatke, navodi da je „Epidemija Covid-19 ubrzala tranziciju ka digitalnom svetu. Kako se globalna ekonomija oporavlja, reforme koje danas sprovodimo imaće dugoročne posledice“.

Međutim, mesečni izdaci za internet kupovni po kupcu su značajno smanjeni. Potrošači u zemljama u razvoju i u razvijenim zemljama odložili su velike kupovine, a potrošači u zemljama u razvoju fokusirani su na svakodnevne potrepeštine. S jedne strane, potrošnja (izdvajanje za kupovinu) se ipak smanjuje, iako, s druge strane, online prodaja raste, što znači da su ljudi spremniji da više kupuju online, ali da za to imaju manje sredstava nego pre pandemije.

U vezi sa gubicima online trgovine, najviše su pogođeni sektori turizma i putovanja, koji su u online udelu potrošnje kupaca pali za 75%. U istom istraživanju, autor²⁰ ocenjuje da su se „Tokom pandemije, navike online potrošnje u Brazilu značajno promenile, sa većim udelom korisnika interneta koji kupuju esencijalne proizvode kao što su hrana i piće, kozmetika i lekovi“. Istraživanje je pokazalo da su žene (naročito one sa tercijarnim obrazovanjem) više kupovale na mreži od ostalih. U poređenju sa mlađim ljudima, veći porast su zabeležili oni od 25 do 44 godine. U Brazilu je rast bio najveći među najugroženijim ljudima, posebno ženama. Pored toga, vlasnici malih preduzeća u Kini bili su najbolje pripremljeni da ponude svoje artikle na mreži, dok su oni u Južnoj Africi bili najgori.

¹⁹ UNCTAD: *Trade and Development Report 2020 Update. The coronavirus shock: a story of another global crisis foretold and what policymakers should be doing about it*, 2020. Istraživanje UNCTAD-a i Netcomm Suisse udruženja za e-trgovinu koje je sprovedeno u partnerstvu sa Brazilskim mrežnim informacionim centrom (NIC.br) i Inveonom.

²⁰ UNCTAD&NetComm Suisse eCommerce Association: *Covid-19 has changed online shopping forever*, 2020.

„Kompanije koje daju prednost e-trgovini u svojoj poslovnoj strategiji bolje su opremljene za doba posle Covid-19.“²¹ Oni koje su još uvek više orjentisani na fizičku kupovinu, kao što su roba široke potrošnje i farmaceutske proizvodi, treba da se prilagode. „Neviđen porast e-trgovine u svetu posle Covid-19 poremetiće nacionalne i međunarodne maloprodajne okvire“, izjavio je Karlo Tereni, predsednik NetComm Suisse udruženja za e-trgovinu. Digitalni hegemoni postaju još moćniji, što se najbolje ogleda na primeru gigantnih društvenih mreža: (a) Najpopularniji kanali komunikacije su Facebook-ov WhatsApp, Instagram i Facebook Messenger; (b) Zoom i Microsoft Teams, s druge strane, imali su najviše koristi od povećane upotrebe aplikacija za video pozive u kancelariji; (c) WeChat, DingTalk i Tencent Conference su najpopularnije komunikacione platforme u Kini.

Prema nalazima studije, očekuje se da promene u ponašanju na mreži nadžive pandemiju Covid-19. Većina ispitanika, posebno iz Kine i Turske, izjavila je da će nastaviti da kupuju online i da će se u budućnosti koncentrisati na vitalne artikle. Oni bi takođe putovali više lokalno, što implicira dugoročni efekat na međunarodni turizam.

MMF²² je sproveo studiju u kojoj je analizirana e-trgovina u 47 država i 26 sektora tokom pandemije Covid-19, koristeći objedinjene i anonimizirane podatke na nivou transakcija iz Mastercard-a, skalirane da predstavljaju ukupnu potrošnju potrošača. Udeo online transakcija u ukupnoj potrošnji više se povećao u privredama sa većim udelom e-trgovine pre pandemije, pogoršavajući digitalni jaz među ekonomijama.

Najnoviji podaci sugerišu da se skokovi u online potrošnji postepeno raspršuju na agregatnom nivou, iako postoje varijacije u različitim sektorima. Konkretno, udeo online potrošnje u profesionalnim uslugama i rekreaciji pao je ispod svog nivoa pre pandemije, ali se primećuje dugotrajniji prelazak na digitalno poslovanje u maloprodaji i restoranima. Međutim, agregirani podaci prikrijuju značajne varijacije u različitim sektorima. Povećanje udela u potrošnji na mreži je upornije u sektoru maloprodaje i restorana, što ukazuje na izvesno učenje o e-trgovini i dugotrajniji uticaj ograničenja društvene mobilnosti u ovim sektorima.

Udeo online potrošnje značajno se razlikuje u različitim državama po nivou i trendovima. Izveštavamo o nivoima u tri vremenske tačke (prosek za 2019, vrhunac i najnoviji) i fokusiramo se na odstupanja tokom pandemije Covid-19 u odnosu na trendove specifične za državu. U svim slučajevima, pre-Covid trend se procenjuje u svakoj državi korišćenjem jednostavne regresije mesečnih online aktivnosti na vremenski trend period 2018-2019. Istraživanje pruža dva različita primera dinamičkog ponašanja online udela $s_{c,t}$ u sektoru maloprodaje u poređenju sa trendom pre Covid-a u svakoj ekonomiji.

U SAD, udeo online potrošnje u maloprodaji dostigao je vrhunac ubrzo nakon početka pandemije, porastao je sa 13,9% na 17,7%. Ovaj udeo je ponovo porastao pred kraj godine, kada se privreda suočila sa trećim talasom slučajeva Covid-a, a zatim je pao i dostigao nivo od 15% predviđen trendom pre Covid-a do maja 2021.

Nasuprot tome, u Brazilu je udeo na mreži je u početku imao sličan obrazac, ali je dostigao vrhunac početkom 2021. i ostao znatno iznad nivoa predviđenog trendom pre Covid-a nakon više od 18 meseci pandemije.

²¹ Ibidem.

²² Cavallo et al: *E-commerce During Covid: Stylized Facts from 47 Economies*, IMF Working Papers No. 2022/019, 2022.

Heterogenost, koja rezimira informacije za uzorak od 47 država, poređanih prema poslednjem odstupanju u odnosu na trendove pre Covid-a, je jasna. Svi podaci su u procentima, a razlike su izražene u procentima. Evidentno je da je online udeo porastao sa 10,3% u 2019. na 14,9% na vrhuncu, a zatim je pao na 12,2% u 2021. Iako je ovaj nivo skoro 2 procentna poena veći nego pre početka pandemije, on je samo 0,6 procentnih poena iznad prosečnog nivoa predviđenog trendovima pre pandemije. Podaci ukazuju da je većina država sada ispod svojih vršnih nivoa online potrošnje tokom pandemije. I dalje postoje značajne razlike u odstupanjima u odnosu na nivo predviđene pre-pandemijskim trendovima. U otprilike polovini država ova odstupanja su i dalje pozitivna. Ova lista uključuje neke male države kao što su Bahrein i Jamajka, ali i velike zemlje u razvoju kao što su Brazil i Indija. U svim ostalim zemljama, uključujući SAD i razvijene zemlje, online aktivnosti su sada ili na ili ispod predviđenih nivoa trenda pre Covid-a.

Šta može objasniti heterogenost između država u nivou i postojanosti online deljenja? Studija pokazuje da postoji jaka korelacija između online udela po zemljama i strogosti ograničenja kretanja u vezi sa pandemijom Covid-19, mereno Google-ovim indeksom mobilnosti. Ovo je bilo posebno značajno na početku krize, u drugom kvartalu 2020. godine, kada su izolacije ozbiljno ograničile mobilnost u većini zemalja. Međutim, rezultati sugerišu da je korelacija opala kako se pandemija nastavila. Ovo je u skladu sa sličnim istraživanjima koja pokazuju da je uticaj zatvaranja zbog Covid-19 i drugih ograničenja na privrednu aktivnost vremenom opadao.

Pandemija Covid-19 neočekivano je promenila svet kakav i ušla sve aspekte života. Ona je direktno i indirektno uticala na živote milijardi ljudi širom sveta pa je uticalo i na način na koji se kupci ponašaju i donose odluke tokom kupovine. Kupci su reagovali na različite načine, neki se ponašaju kao da pandemija ne postoji sve dok im to državne mere ograničenja dozvoljavaju, dok drugi panici čine sve da se zaštite od virusa.

Evidentno je da i same mere vlada različitih država već značajno utiču na ponašanje kupaca, jer je većina bila sprečena da uđe u fizičke prodavnice, pa su morali da počnu da kupuju na mreži. Pandemija je takođe izazvalo smanjenje plata i veliki broj otpuštanja širom sveta, što je sve uticalo na način donošenja odluka prilikom kupovine. Promene u ponašanju izazvane krizom nisu konačna, tj. biće ih još, a većina će se nastaviti i nakon završetka pandemije.²³

Istraživanje je pokazalo da je devet od deset kupaca promenilo ponašanje i donošenje odluka o kupovini tokom pandemije. Iako postoje razlike u različitim zemljama, određene promene su zajedničke za sve potrošače na globalnom nivou, tj. za sve kupce koji u većoj meri kupuju na mreži (smanjenje potrošnje, napuštanje brendove kojima su bili lojalni). Sledeća tri fenomena su postala česta i uobičajena u ponašanju kupaca širom sveta: (1) panična kupovina, (2) impulsivna kupovina, i (3) mentalitet stada.

Svaki od ovih fenomena je promenio ponašanje kupaca i to na sledeći način:²⁴

(1) **Panična kupovina** je tendencija kupaca da kupuju mnogo proizvoda, odnosno velikih količina proizvoda ili raznih proizvoda koji su ranije imali različite namene, tokom odre-

²³ Choudhury, S.: *Impact of Covid-19 - Creating a Panic Buying*, 2020.

²⁴ Loxton et al.: *Consumer Behaviour during Crises: Preliminary Research on How Coronavirus Has Manifested Consumer Panic Buying, Herd Mentality, Changing Discretionary Spending and the Role of the Media in Influencing Behaviour*, 2020.

đenog katastrofalnog događaja (tokom ili nakon njega), jer očekuju drastičan porast cena ili nedostatak ovih proizvoda usled tog istog događaja. Kupci su počeli da panično kupuju nakon najave mera ograničenja kretanja i zatvaranja fizičkih prodavnica, kako bi se osigurala imaju sve što im je potrebno za normalan život tokom izolacije. Oni su tim činom izazvale nestašice proizvoda, kao što su toalet papir i sredstva za dezinfekciju. Impulsivna kupovina je uobičajena pojava tokom pandemije jer su kupci vođeni emocijama, strahom da će ostati bez osnovnih proizvoda, pa im panična kupovina daje osećaj kontrole u tom napetom i nezvesnom okruženju. Panična kupovina ima negativne posledice za društvo i privredu – tzv. negativni eksterni efekti koji nastaju kada kupci odluče da kupe velike količine robe koje se brzo kvare, pa veliki deo takve robe propada. U prodavnicama nema dovoljno takvih proizvoda, a ljudi koji su ih kupovali u velikim količinama su zapravo uskratili druge kupce da konzumiraju proizvode. Panična kupovina najteže pogađa one sa niskim primanjima, jer se povećavaju cene proizvoda, pa mnogi ne mogu da priušte poskupele proizvode i na kraju se javlja hronična nestašica.²⁵

(2) **Impulsivna kupovina** je fenomen koji je obeležio odluke o kupovini tokom pandemije. Ovaj oblik kupovine se odnosi na neplaniranu kupovinu novog proizvoda sa kojima kupac najčešće ranije nije imao iskustva. Impulsivna kupovina je složena jer nastaje kao rezultat jednog ili više podsticaja za kupovinu. Podsticaj za impulsivnu kupovinu mogu biti reklame za proizvod na radiju. Nakon podsticaja, kupac u trenutku odlučuje da ode u prodavnicu i kupi proizvod, gde ga posebne karakteristike traženog proizvoda odmah privlače, pa ga on kupuje. Impulsivna kupovina bila češća tokom pandemije. Treba praviti razliku između impulsivne i panične kupovine, a razlika je u tome što panični kupci namerno kupuju npr. sredstvo za dezinfekciju ruku, dok u slučaju impulsivne kupovine kupac u prodavnici vidi isto sredstvo za dezinfekciju i pomisli da će mu trebati, pa ga kupuje iako to ranije nije planirao.²⁶

(3) **Mentalitet stada** je slično ili identično ponašanja većeg broja pojedinci unutar zajednice. Ovo ponašanje nastaje kroz međusobnu interakciju pojedinaca, pa oni posledično formiraju slično ponašanje. Mentalitet stada obično nastaje u stresnim situacijama iz okruženja kao što je Covid pandemija, pa nije iznenađujuće što kupci ispoljavaju zajedničke promene ponašanja i donošenja odluka prilikom kupovine. U kontekstu online kupovine, mentalitet stada se ispoljava kao gomilanje zaliha različitih proizvoda, čije su posledice iste kao kod panične kupovine - poskupljenje takvih proizvoda i njihove eventualne nestašice, kao i prekid lanca snabdevanja.²⁷

Panika i impulsivna kupovina i mentalitet stada nisu jedine promene koje su se dogodile usled globalne pandemije. Pored toga, pandemija je dovela do sledećih promena u ponašanju kupaca i donošenju odluka:²⁸ (a) Akumulacija proizvoda – globalni fenomen koji opisuje ponašanje potrošača koji gomilaju proizvode iz straha od buduće nestašice. Akumulacija uzrokuje nestašice najvažnijih proizvoda; (b) Improvizacija – mere koje nameću vlade

²⁵ Hall et al.: *Beyond panic buying: Consumption displacement and Covid-19*, 2020.

²⁶ Verma, M., Naveen, B.R.: *Covid-19 Impact on Buying Behaviour*, The Journal for Decision Makers, 2021.

²⁷ Loxton et al.: *Consumer Behaviour during Crises: Preliminary Research on How Coronavirus Has Manifested Consumer Panic Buying, Herd Mentality, Changing Discretionary Spending and the Role of the Media in Influencing Behaviour*, 2020.

²⁸ Sheth, J.: *Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?*, 2020.

širog sveta izazvale su različite načine improvizacije jer ljudi ne mogu da nastave sa uobičajenim ponašanjima kao što su druženje, odlazak u kafiće, trening, kupovina u fizičkim prodavnicama i drugo. Digitalna tehnologija je pomogla ljudima kada improvizuju, posebno kada kupuju jer svako može da kupuje „online”; (c) Akumulirana potražnja – tokom pandemije, kupci odlučuju da ne kupuju proizvode i usluge koje im nisu potrebne za preživljavanje kao što su novi pametni telefoni, kućni aparati i slično. Kao rezultat toga, potražnja za ovim proizvodima se pomerila u kasniji period kada će kupci moći da ih priušte, što izaziva akumulaciju tražnje za takvim proizvodima koji će nakon završetka krize postati veoma traženi; (d) Upotreba digitalne tehnologije – tokom pandemije ljudi koriste digitalnu tehnologiju za zadovoljavanje različitih potreba pored kupovine na mreži kao što su online druženje, posao i drugo; (e) Dostava na kućnu adresu - dostava na adresu kupaca u velikoj meri olakšava kupovinu proizvoda i usluga tokom pandemije, a kupci će pre kupiti proizvod ako je njegova dostava besplatna; (f) Prilagođavanje rada – sa dolaskom mera za suzbijanje širenja pandemije, mnogi ljudi su počeli da rade od kuće, što je podrazumevalo brisanje granica privatnog i poslovnog života jer radnici koji rade na ovaj način često moraju da budu dostupni u svakom trenutku; (g) Okupljanje sa najmilijima – ljudi su društvena bića, pa su za vreme izolacije morali da zadovolje ovu potrebu, a najčešće su se družili sa prijateljima i porodicom preko interneta, odnosno održavali video pozive na raznim platformama. Predviđa se da će ove platforme početi da se koriste za online prodaju proizvoda što će značajno promeniti ponašanje kupaca, odnosno donošenje odluka o kupovini; (h) Otkrivanje talenata – ljudi većinu vremena provode kod kuće, pa u slobodno vreme otkrivaju razne talente kao što su kuvanje, sviranje na instrumentima, slikanje i slično, i na osnovu ovih novootkrivenih talenata menjaju svoje ponašanje.

Pandemija je dovela do različitih poremećaja, kako u lancima snabdevanja, tako i u uverenjima sa kojima kupci donose odluke o kupovini, pa u uslovima neizvesnosti razvijaju nova i modifikuju postojeća uverenja o kupovini. Autori²⁹ su formulisali šest ključnih uverenja koja pomažu kupcima i usmeravaju njihovo ponašanje u pandemiji: (1) Povećanje društvenog uticaja – društveni uticaj ljudi (jednih na druge) podrazumeva želju pojedinca da bude prihvaćen od okoline i drugih pojedinaca, što utiče na njegovo ponašanje, jer se pojedinac ponaša u skladu sa svojim očekivanjima da bude prihvaćen. U kontekstu pandemije, ljudi traže uzore i vođstvo u drugima kako bi opravdali sopstvene izbore i ponašanja, ali i pratili ponašanje drugih ljudi. Primer za to je trend vežbanja kod kuće tokom pandemije. Kada su „influenseri“ počeli da dele snimke svojih vežbi kod kuće, veliki broj ljudi širom sveta pratio je njihovo ponašanje i počeo da vežba kod kuće. Ovaj oblik uticaja je posebno izražen tokom pandemije; (2) Potreba za stručnjacima – ljudi tokom pandemije očekuju da ih stručnjaci vode u teškim vremenima, kako u zdravstvu, tako i u drugim oblastima. Ljudi se tako često oslanjaju na mišljenja stručnjaka o tome šta da kupe i često donose odluke o kupovini na osnovu takvih saveta. Stručnjaci tako direktno utiču na donošenje odluka o kupovini, a organizacije takođe mogu kreirati strategije za uspešnu prodaju svojih proizvoda na osnovu ovih preporuka; (3) Pojava novih „heuristika“ – heuristika se odnosi na različite naučene načine i „prečice“ u rešavanju problema i donošenju odluka koje nam govore da smo doneli ispravnu odluku. Primer heuristike su „lokalni proizvodi“. Ova heuristika je postala značajna tokom pandemije jer ljudi nisu želeli da zavise od prodavnica pa

²⁹ Davies, S., Davies, S.: *How consumers make purchasing decisions during Covid-19*, 2020.

su se okrenuli lokalnim proizvođačima hrane i drugih proizvoda i često su tražili ovu frazu na internetu. Heuristika je uticala proces donošenja odluka kupaca, jer im je „ukazala“ da su doneli ispravnu odluku; (4) Moć besplatnog – većina ljudi je tokom pandemije doživela smanjenje prihoda, pa su tražili povoljnije cene proizvoda, pa ne čudi što su besplatni proizvodi i usluge poput besplatne dostave i promocija (gde kupovinom jednog proizvoda dobijate drugi besplatno) postali popularni. Takvi proizvodi i usluge značajno utiču na proces kupca donošenje odluke o kupovini, jer kupci neće propustiti takvu priliku; (5) Osećaj oskudice – tokom pandemije je došlo do oskudice ili nestašice pojedinih proizvoda. U takvim situacijama, kupci se plaše da sledeći put možda neće moći da kupe proizvod (jer neće biti dostupan), što utiče na njihovu odluku da kupe određene proizvode čim im se obezbedi mogućnost kupovine; (6) Važnost pogodnog trenutka – veliki broj pacijenata tokom pandemije naveo je ljude da žive „u trenutku“, pa im je postalo izuzetno važno da što pre dobiju proizvode i usluge ukoliko se odluče da ih kupe. Iz tog razloga na kupce i njihovu odluku o kupovini tokom pandemije značajno utiče usluga dostave kupljenog proizvoda istog ili sledećeg radnog dana, te će takve proizvode kupiti ranije, a prodavci koji nude ovu uslugu će prosperirati.

Sve navedene promene u ponašanju kupaca i promene u donošenju odlukama o kupovini zbunile su svet prodaje (proizvoda i usluga), posebno online prodaje, jer su prodavci morali da razumeju sve ove promene i da im se prilagode, odnosno osmisle načine da privuku kupce da kupuju u njihovoj online prodavnici. Sa pojavom mnogih novih online prodavnica i jeftinijih proizvoda koji menjaju proizvode koje su kupci kupili pre pandemije, organizacije moraju da imaju odgovarajuću strategiju da ubede kupce da nastave da kupuju kod njih, kao i da istovremeno privlače nove kupce. Formulirane su tri strategije koje organizacije mogu primeniti kako bi se prilagodile promenama u ponašanju kupaca i odlučivanju, te nastavile sa uspešnom prodajom: (1) Optimizacija višekanalne strategije pretraživanja i kupovine, (2) Optimizacija digitalnog sadržaja za konverziju kupaca i (3) Optimizacija trgovinskog asortimana i strategije cena.

(1) **Optimizacija višekanalne strategije pretraživanja i kupovine** proizvoda uključuje prilagođavanje vašeg kanala prodaje na mreži i fizičke prodavnice. Sa pojavom virusa, kupci su počeli intenzivno da traže informacije o proizvodima kako bi što bolje prošli prilikom kupovine. Kupci zahtevaju jednostavno poređenje cena i karakteristika različitih proizvoda, tako da trgovci na malo moraju da prilagode svoje online prodavnice i uvedu digitalne pomoćnike kako bi im to omogućili.

(2) Pored toga, neophodno je povezati fizičku i online prodavnicu kako bi kupci mogli lako da koriste ova dva kanala na najbolji način, jer će kupiti proizvod ranije ako znaju da ga mogu pronaći i preuzeti u lokalnoj fizičkoj prodavnici ili proveriti dostupnost proizvod na mreži. **Optimizacija digitalnog sadržaja za konverziju kupaca** uključuje prilagođavanje online prodavnice za maksimalnu konverziju kupaca. Da bi to postigli, trgovci na malo moraju da znaju koja vrsta sadržaja najviše privlači kupce i podstiče ih na kupovinu, i to treba da primene u svojoj strategiji.

(3) **Optimizacija asortimana prodavnice i strategije cena** odnosi se na određivanje koji će se proizvodi prodavati u online prodavnici i po kojoj ceni. Ovo je ključno za privlačenje novih i zadržavanje postojećih kupaca. Potrebno je istražiti šta kupci trenutno najviše kupuju, a šta bi mogli da kupuju u budućnosti, jer nije bitno kolika je cena proizvoda ako je

to za kupce irelevantno. Optimalna kombinacija odgovarajućih proizvoda i njihovih cena će biti uspešna.³⁰

Leskovar³¹ sprovodi kvantitativno istraživanje u svrhu prikupljanja primarnih podataka pomoću anketnog upitnika kao instrumenta istraživanja, na teritoriji republike Hrvatske tokom 2021. godine. U upitniku su korišćene različite vrste pitanja, pre svega pitanja sa jednim izborom, afirmativna pitanja (gde ispitanici biraju između da i ne), pitanja sa više odgovora (gde je bilo moguće dopuniti ispitanike) i pitanja sa Likertovom skalom, gde su ispitanici mogli u se u potpunosti slažu ili da se uopšte ne slažu sa tvrdnjom, uz dodatnu opciju koju korisnici biraju ako ne žele da odgovore na određeno pitanje. Upitnik potrošača se sastojao od 22 pitanja. Prikupljeno je 299 odgovora.

S jedne strane, rezultati koji se odnose se na pretragu proizvoda putem interneta pre pandemije od strane ispitanika pokazuju da je pre pandemije: (a) 37 ispitanika ili 35,24% pretraživalo proizvode putem interneta nekoliko puta mesečno; (b) dok je 35 ispitanika to činilo nekoliko puta nedeljno; (c) 18 ispitanika je izjavilo da je tražilo proizvode nekoliko puta godišnje; (d) dok je samo 7 ispitanika to činilo na dnevnom nivou.

S druge strane, nakon izbijanja pandemije: (a) Čak 44 ispitanika je tražilo proizvode na mreži nekoliko puta nedeljno tokom pandemije u poređenju sa 35 ispitanika pre pandemije; (b) Pretraga tokom pandemije na mesečnom nivou se nije promenila u odnosu na period pre nje i tako još 37 ispitanika proizvodi traži nekoliko puta mesečno; (c) Primetna razlika je vidljiva u godišnjoj pretrazi jer su pretrage na tom nivou smanjene sa 18 ispitanika pre pandemije na 9 ispitanika tokom nje; (d) Tokom pandemije, dnevne pretrage proizvoda su takođe porasle, sa 7 na 12, a troje je reklo da nikada nisu tražili proizvode na mreži.

Sledeći rezultati vezani su za odgovore na pitanja vezana za kupovinu proizvoda preko interneta pre pandemije: (a) Većina ispitanika pre pandemije nekoliko puta godišnje kupovala proizvode preko interneta. U istraživanju je takvih ispitanika bilo čak 58 ili 55,24%; (b) Slede ispitanici koji su nekoliko puta mesečno kupovali proizvode preko interneta, a njih je 26, odnosno 24,76%; (c) Nekoliko puta nedeljno, 5 ispitanika je kupovalo proizvode preko interneta pre pandemije; (d) dok je samo jedan ispitanik to činio dnevno; (e) 15 ljudi je izjavilo da nikada nisu kupovali proizvode pre pandemije, odnosno da su proizvode počeli da kupuju tokom pandemije.

Ovi podaci se mogu uporediti sa onima u koji prikazuje rezultate kupovine proizvoda na mreži tokom pandemije: (a) Evidentno je kako preko pandemija je nekoliko puta godišnje smanjila broj onih koji proizvode preko interneta kupuju sa 58 na 49 ispitanika; (b) Značajno se povećao broj ispitanika koji proizvode kupuju online nekoliko puta mesečno, pa je tokom pandemije 46 ispitanika kupovalo nekoliko puta mesečno u odnosu na 26 ispitanika pre pandemije; (c) Broj ispitanika koji kupuju online nekoliko puta nedeljno porastao je na 6 tokom pandemije u odnosu na 5 ranije; (d) Dok tokom pandemije nijedan ispitanik ne kupuje proizvode na dnevnom nivou; (d) Četiri osobe su rekle da nikada nisu kupili proizvode na mreži tokom pandemije.

Najzanimljiviji rezultati Leskovarovog istraživanja vezani su za pitanja i odgovore ispitanika u vezi sa količinom novca potrošenog na online i tradicionalnu kupovinu pre i tokom izbijanja pandemije. Odgovori ispitanika na pitanje koliko su novca u proseku potrošili

³⁰ Skim: *How to optimize eCommerce strategies amidst disrupted consumer behavior*, 2020.

³¹ Leskovar, M.: *Utjecaj Covid-19 pandemije na online prodaju iz perspektive potrošača i prodavača*, 2021.

prilikom pojedinačne kupovine u fizičkoj prodavnici pre pandemije pokazuju da: (a) Većina ispitanika, njih 37 (35,24%), prilikom pojedinačne kupovine u fizičkoj prodavnici potrošilo u proseku između 101 i 200 kuna (1.573 RSD – 3.115 RSD); (b) dok je 24 ispitanika (22,86%) potrošilo u prosjeku od 201 do 300 kuna (3.131 RSD – 4.673 RSD) tokom jedne kupovine; (c) Očekivano, povećanjem iznosa pojedinačnih kupovina smanjuje se broj ispitanika koji tvrde da toliko troše, tako da je 13 (12,38%) ispitanika prilikom fizičke kupovine potrošilo između 301 i 500 kuna (4.689 RSD – 7.789 RSD); (d) samo devet ispitanika (8,57%) tvrde da su potrošili više od 501 kune (7.803 RSD), (e) dok četiri osobe ne znaju ili ne žele reći koliko su potrošile; (f) S druge strane, samo troje ispitanika (2,86%) potrošilo je manje od 50 kuna (778 RSD) prilikom fizičke kupovine; (g) jedna osoba je izjavila da ne kupuje proizvode preko Interneta.

Odgovori ispitanika na pitanje koliko su novca u proseku potrošili prilikom pojedinačne kupovine u online prodavnici tokom pandemije pokazuju kako većina ispitanika troši tokom pojedinačne kupovine na mreži tokom perioda pandemije: (a) 201 i 300 kuna (3.100 RSD – 4.674 RSD), a takvih je 29 (27,62%); (b) Sledi podjednak broj ispitanika koji troše od 101 do 200 kuna (1.574 RSD – 3.117 RSD), 24 ispitanika, 22,86%; i (c) Od 301 do 500 kuna (4.691 RSD – 7.793 RSD) prilikom pojedinačne kupovine putem interneta, 24 ispitanika (22,86%), što zajedno čini 48 ispitanika ili 45,72%; (d) U toku pandemije čak 12 ispitanika potroši u proseku više od 501 kune (7.809 RSD) u jednoj online kupovini; (e) Deset ispitanika (9,52%) navelo je da troše između 51 i 100 kuna (794 RSD – 1.558 RSD) kupujući putem interneta; (f) Dok samo dvoje ljudi troše manje od 50 kuna (779 RSD); (g) Jedna osoba je izjavila da ne kupuje proizvode preko interneta; (h) dok tri osobe ne žele da kažu ili ne znaju koliko potroše prilikom jedne kupovine.

Na osnovu prethodna dva seta podataka može se zaključiti da je: (a) potrošnja tokom pandemije porasla jer je: pre pandemije samo 46 ispitanika (43,81%) trošilo više od 201 kune (3.131 RSD) po kupovini, dok je tokom pandemije to je uradilo čak 65 ispitanika ili 61,90%; (b) razlika najuočljivija u rasponu potrošnje od 301 do 500 kuna (7.793 RSD), gde je broj ispitanika koji toliko troše povećan za 11 osoba ili 45,83%. Mogući razlog za to bilo je zatvaranje fizičkih radnji, zbog čega su kupci imali više sredstva jer ih nisu potrošili u fizičkoj prodavnici pa su odlučili da potroše više tokom online kupovine.

Leskovar sprovodi statističku analizu putem hi – kvadrat testa. Rezultati hi – kvadrat testa za hipotezu da je Covid uticao na iznos novca potrošen prilikom online kupovine je 95%, što znači da je granična vrednost 0,05. p - vrednost u obavljenom testu je 0,001, što je manje od 0,05, što znači da je rezultat statistički značajan, pa se ova hipoteza u Leskovarovom istraživanju prihvata. Drugim rečima, varijable pojave pandemije i iznos novca potrošen tokom jedne online kupovine su međusobno zavisni, tako da postoji značajna razlika između iznosa potrošenog tokom online kupovine pre pandemije i tokom pandemije.

5. ZAKLJUČAK

Digitalizacija je dovela do bržeg i lakšeg povezivanja ljudi i do veće dostupnosti roba i usluga. Kupovina proizvoda putem interneta (online) je posledica digitalizacije koja donosi koristi za kupce i prodavce. Covid-19 je promenio način na koji se radi u uči. Prelazak svakodnevnih aktivnosti na „online“ aktivnosti je uticao na ponašanje potrošača pri kupovini. S

jedne strane, posledice bilo koje krize, pa i pandemije Covid-19, mogu biti teške. S druge strane, globalne krize su pokretači velikih promena, prilika za učenje i napretka u različitim pravcima.

Relevantna su istraživanja iz tri oblasti: (1) uticaj Covid-19 pandemije na učestalost online kupovine, (2) Uticaj Covid-19 pandemije na preference proizvoda prilikom online kupovine, (3) Uticaj Covid-19 pandemije na iznos novca potrošen prilikom online kupovine.

U vezi sa uticajem Covid-19 pandemije na učestalost online kupovine empirijski nalazi potvrđuju stav o pomeranju orijentacije kupaca ka online kanalima kupovine. Učestalost online kupovine tokom Covid pandemije je značajno povećana u odnosu na period pre izbijanja pandemije.

U vezi sa uticajem Covid-19 pandemije na preference proizvoda prilikom online kupovine, pandemija je podstakla potrošače da pređu na digitalni način kupovine ali je uticala i na promenu ponašanja prilikom kupovine. Kupci su, favorizovali online trgovine sa velikim izborom proizvoda. Primetan je rast kupovine u kategoriji hrana i pića - više potrošača se okrenulo kupovini namirnica na mreži. Prioritetne kupovine na mreži su u kategorijama odeće, obuće, pribora, igračaka i dečije opreme.

U vezi sa uticajem Covid-19 pandemije na iznos novca potrošen prilikom online kupovine, mesečni izdaci za internet kupovni po kupcu su značajno smanjeni. Potrošači u zemljama u razvoju i u razvijenim zemljama odložili su velike kupovine, a potrošači u zemljama u razvoju fokusirani su na svakodnevne potrepštine. S jedne strane, potrošnja (izdvajanje za kupovinu) se ipak smanjuje, iako, s druge strane, online prodaja raste, što znači da su ljudi spremniji da više kupuju online, ali da za to imaju manje sredstava nego pre pandemije. U vezi sa gubicima online trgovine, najviše su pogođeni sektori turizma i putovanja, koji su u online udelu potrošnje kupaca pali za 75%.

Tri fenomena su postala česta u ponašanju kupaca širom sveta: (1) panična kupovina, (2) impulsivna kupovina, i (3) mentalitet stada. Formulirane su tri strategije koje organizacije mogu primeniti kako bi se prilagodile promenama u ponašanju kupaca: (1) Optimizacija višekanalne strategije pretraživanja i kupovine, (2) Optimizacija digitalnog sadržaja za konverziju kupaca i (3) Optimizacija trgovinskog asortimana i strategije cena.

LITERATURA

- Abou Jeb, S., Choura, A.: *The Impact of Covid-19 on the Change of Customer Buying Behavior*, Master Thesis, Jönköping: Jönköping University, 2021.
- Armstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., Buchwitz, L. A., Gaudet, D.: *Marketing: An Introduction*, Sixth Canadian Edition, Pearson Education Canada, 2017.
- Barton, L.: *Crisis in Organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos*, South-Western Publishing Company, Cincinnati, OH, 1993, str. 2.
- Cavallo, A., Mishra, P., Spilimbergo, A.: *E-commerce During Covid: Stylized Facts from 47 Economies*, IMF Working Papers No. 2022/019, 2022.
- Choudhury, S.: *Impact of Covid-19 - Creating a Panic Buying*, 2020.
- Davies, S., Davies, S.: *How consumers make purchasing decisions during Covid-19*, Think With Google - Consumer Insights, 2020.

- Gu, S, Slusarczyk, B, Hajizada, S, Kovalyova, I, Sakhbieva, A.: *Impact of the Covid-19 Pandemic on Online Consumer Purchasing Behavior*, J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res. 16, 2021, str. 2263–2281.
- Hagberg, J, Sundstrom, M., Egels-Zandén, N.: *The digitalization of retailing: an exploratory framework*, Int. Journal of Retail & Distribution Mgmt, 44(7), 2016, p.694
- Hall, C. M., Prayag, G., Fieger, P., Dyason, D.: *Beyond panic buying: Consumption displacement and Covid-19*, Journal of Service Management, 2020.
- Hamblin, R. L.: *Leadership and Crisis*, Sociometry 21, 1958, str.322.
- Kagermann, H., Winter, J.: *The Second Wave of Digitalisation*, ResearchGate, 2018.
- Laguna, L., Fiszman, S., Puerta, P., Chaya, C., Tárrega, A.: *The impact of Covid-19 lockdown on food priorities - Results from a preliminary study using social media and an online survey with Spanish consumers*, Food Quality and Preference, 2020.
- Leskovar, M.: *Utjecaj Covid-19 pandemije na online prodaju iz perspektive potrošača i prodavača*, Diplomski r., Fakultet organiz. i informatike, Zagreb, 2021.
- Loxton, M., Truskett, R., Scarf, B., Sindone, L., Baldry, G., Zhao, Y.: *Consumer Behaviour during Crises: Preliminary Research on How Coronavirus Has Manifested Consumer Panic Buying, Herd Mentality, Changing Discretionary Spending and the Role of the Media in Influencing Behaviour*, Journal of Risk and Financial Management. 13, 2020.
- Matz, M.: *Online VS. Offline shopping, impact of Covid-19 on the digitalization process in Austria*, Bachelor Thesis, Beč, 2021.
- Sheth, J.: *Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?*, Journal of Business Research, 117, 2020, str.280-283.
- Skim: *How to optimize eCommerce strategies amidst disrupted consumer behavior*, 2020.
- Stojkovic, R.: *Crisis in Ecobnomic Theory and Practice*, Serbian Journal of Engineering Management, 2(1), 2017, str.54-60.
- Topolko Herceg, K.: *Impact of Covid-19 pandemic on online consumer behavior in Croatia*, CroDiM-Inter. Journal of Marketing Science DiM, 4(1), 2021, str.131–140.
- UNCTAD: *Trade and Development Report 2020 Update. The coronavirus shock: a story of another global crisis foretold and what policymakers should be doing about it*, Geneve, UNCTAD, 2020.
- UNCTAD and NetComm Suisse eCommerce Association, *Covid-19 has changed online shopping forever*, survey shows, UNCTAD, 2020.
- Verhoef, P., Kannan, P. K., Inman, J.: *From Multi-Channel Retailing to Omni-Channel Retailing*, Journal of Retailing 91, 2015.
- Verma, M., Naveen, B.R., *Covid-19 Impact on Buying Behaviour*, The Journal for Decision Makers, 2021.

Sanin Hamzagić
Aleksandar Đokić
Aleksandar Jovičić

004.738.5:339"2019/2022"
DOI: 10.5937/MegRev2203475H
Primljen 25.11.22.
Odobren 19.01.2023.
Pregledni naučni članak

ONLINE PURCHASING DURING THE COVIDPANDEMIC

Summary: *Internet-based („online”) purchasing during the Covid-19 pandemic is presented. The effect of the pandemic on „online” purchasing is presented from three perspectives: (1) the effect of pandemic on the frequency of „online” purchasing, (2) the effect of pandemic on purchasing preferences for product categories, (3) the effect of pandemic on the amount spent on „online” purchases. In conclusion, Covid-19 pandemic has had a significant impact on consumer behavior in regards to online purchasing.*

Key words: *online purchasing, Covid-19 pandemic*

JEL classification: O33, D91, E21, F14

SPISAK RECENZENATA / LIST OF REVIEWERS

Prof. dr BABIĆ Blagoje – Srbija
Prof. dr BALTEZAREVIĆ Vesna – Srbija
Prof. dr BALTEZAREVIĆ Radoslav – Srbija
Prof. dr BAZIĆ Miljojko – Srbija
Dr BOGIĆEVIĆ Jasmina, vanredni profesor – Srbija
Prof. dr BOŠKOVIĆ Jelena – Srbija
Prof. dr BOŽOVIĆ Jelena – Srbija
Prof. dr CVETKOVSKI Tatjana – Srbija
Prof. dr CVIJANOVIĆ Drago – Srbija
Prof. dr CVIJANOVIĆ Janko – Srbija
Prof. dr ČALOVIĆ Dragan
Prof. dr DAMJANOVIĆ Mijat – Srbija
Prof. dr DAVIDOV Vladimir – Rusija
Prof. dr DE MONSERAT LJAJRO Marija – Argentina
Prof. dr DUGALIĆ Veroljub – Srbija
Prof. dr ĐURĐEVIĆ Dragan – Srbija
Prof. dr ĐORĐIĆ Dejana – Srbija
Doc. dr ĐURIĆ Zlata – Srbija
Prof. dr ETINSKI Rodoljub – Srbija
Doc. dr GAVRILOVIĆ Ana – Srbija
Prof. dr GRBIĆ Vladimir – Srbija
Prof. dr GRUJIĆ Biljana – Srbija
Prof. dr ILIĆ Radan – Srbija
Prof. dr ISAKOVIĆ Smiljka – Srbija
Prof. dr IVANOVIĆ M. Olja – Srbija
Prof. dr JAKŠIĆ Dejan – Srbija
Prof. dr JEROTIJEVIĆ Zoran – Srbija
Prof. dr JOVANOVIĆ Tomislav – Srbija
Doc. dr JOVIČIĆ Aleksandar – Srbija
Doc. dr JOVIĆ Vojislav – Srbija
Akademik KAMBOVSKI Vlado – Makedonija
Prof. dr KOMARISOV Vladimir S. – Rusija
Dr LABOVIĆ Dragana, vanredni profesor – Srbija
Prof. dr LAĐEVAC Ivona – Srbija
Prof. dr LAKIĆ Danijela – Srbija
Msc LAZAREVIĆ Aleksandra – Srbija

Prof. dr LAZAREVIĆ Žarko – Slovenija
Prof. dr LENGHARTOVA Jana – Slovačka
Prof. dr LESAKOVA Dagmar – Slovačka
Prof. dr LJUBOJEVIĆ Ratko – Srbija
Dr LJUMOVIĆ Isidora, viši naučni saradnik – Srbija
Doc. dr MANDARIĆ Marija – Srbija
Prof. dr MILANOVIĆ R. Milan – Srbija
Dr MILIĆEVIĆ Snežana, vanredni profesor – Srbija
Prof. dr MILISAVLJEVIĆ Momčilo – Srbija
Prof. dr MILIVOJEVIĆ Tatjana – Srbija
Prof. dr MILOVANOVIĆ Goran – Srbija
Prof. dr MILJKOVIĆ D. Strahinja – Srbija
Prof. dr MILJKOVIĆ Dejan – Srbija
Doc. dr MITROVIĆ Ranka – Srbija
Prof. dr NIKODIJEVIĆ Dragan – Srbija
Doc. dr NIKOLIĆ Marija – Srbija
Doc. dr NOVAKOVIĆ Dragana – Srbija
Prof. dr NOVAKOVIĆ Ivan – Srbija
Akademik OČIĆ Časlav – Srbija
Prof. dr OZGERCIN Kevin V. – SAD
Prof. dr PAP Norbert – Mađarska
Prof. dr PARK Sung-Đo – Nemačka
Prof. dr PAUNKOVIĆ Džejn – Srbija
Prof. dr PAVLOVIĆ Milivoje – Srbija
Prof. dr PAVLOVIĆ Radica – Srbija
Prof. dr PAVLOVIĆ Vladan – Srbija
Prof. dr PERIŠIĆ Saša – Srbija
Doc. dr PETROVIĆ Daliborka – Srbija
Prof. dr PETROVIĆ Marko – Srbija
Doc. dr POPOV Dejan – Srbija
Prof. dr POPOVIĆ Blaženka – Srbija
Prof. dr PRVULOVIĆ Vladimir – Srbija
Dr RABRENOVIĆ Mihajlo, vanredni profesor – Srbija
Dr RADIČEVIĆ-DRAGIĆEVIĆ Tatjana, vanredni profesor – Srbija
Prof. dr RADOSAVLJEVIĆ Ivan – Srbija
Doc. dr RADOŠEVIĆ Igor – Srbija
Doc. dr RADOVIĆ-STOJANOVIĆ Jelena – Srbija
Prof. dr RAKAS Smilja – Srbija

OSNOVNE INFORMACIJE O ČASOPISU I UPUTSTVO ZA AUTORE

I. OSNOVNE INFORMACIJE O ČASOPISU

1. Opšte. – „Megatrend revija“ je naučno glasilo Megatrend univerziteta (Megatrend University).

Časopis je, prema klasifikaciji CEON visoko pozicioniran kao vodeći nacionalni naučni časopis u Republici Srbiji (M51) i prema klasifikaciji Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije (M51).

„Megatrend revija“ izlazi od 2004. godine, na srpskom i engleskom jeziku. Otvorena je za sve kvalitetne radove i autore iz čitavog sveta. Ima međunarodnu redakciju i međunarodni izdavački savet. Putem razmene i na druge načine, stiže do čitalaca i van granica Srbije.

Časopis „Megatrend revija“ je interdisciplinarni časopis iz oblasti društvenih nauka, u kojem se objavljuju radovi iz sledećih tematskih oblasti:

- Ekonomija
- Pravo
- Politika i bezbednost
- Menadžment i marketing
- Međunarodni odnosi
- Javne politike
- Informaciono društvo

2. Recenzije. - Svaki rad se recenzira od strane dva recenzenta. Radovi su podložni proveru na plagijatu.

Rad koji dobije pozitivnu recenziju oba recenzenta objavljuje se u skladu sa standardnom kategorizacijom radova u naučnim časopisima kao: originalni naučni rad, pregledni naučni članak, stručni članak, saopštenje ili osvrt, prikaz knjige i prevod.

O kategorizaciji rada odlučuju recenzenti i glavni urednik, s tim da se u slučaju sumnje prihvata rešenje koje je povoljnije za autora (ako je jedan recenzent kategorisao rad na jedan, a drugi recenzent na drugi način, prihvatiće se viša kategorizacija).

U slučaju da jedan recenzent predloži da se rad objavi, a drugi da se ne objavi, rad se daje na recenziju trećem recenzentu i njegova odluka je konačna.

3. Anonimnost autora i recenzenata. - Redakcija se strogo drži pravila o međusobnoj anonimnosti autora i recenzenata. Drugim rečima, recenzenti ne znaju ko je i odakle je autor rada, kao što ni autor ne zna imena recenzenata. Pored ostalog, autor koji nije zadovoljan načinom na koji su recenzenti vrednovali njegov rad, ima pravo da dobije na uvid recenzije, ali bez imena recenzenata.

II. ORIGINALNOST RADA I BORBA PROTIV PLAGIJATA

Molimo autore da imaju u vidu sledeće.

1. Pisana potvrda o tome da je rad originalan. - Prilikom dostavljanja rukopisa autor je dužan da u pisanom obliku potvrdi da je njegov rad originalan, tj. da već nije negde drugde objavljen. Radovi koji budu poslani bez pisane potvrde autora o tome da je reč o originalnom delu, neće biti uzimani u obzir.

2. Rad koji je već negde prethodno objavljen. - Ako iz nekog razloga kandiduje rad koji je već negde objavljen (u inostranstvu, na stranom jeziku), autor je dužan da precizno navede gde je rad objavljen (u kom časopisu, kom broju, na kojim stranama) i da priloži pisanu saglasnost redakcije časopisa u kome je rad prvobitno objavljen. Ukoliko su ispunjeni ovi uslovi, a Redakcija „Megatrend revije“ (dalje: „Revija“) zaključi da je rad iz nekog razloga posebno interesantan i da ga treba objaviti, rad će biti objavljen, s tim što će biti naznačeno gde je prvi put objavljen i da se štampa uz odobrenje.

Ukoliko je, međutim, rad već negde objavljen, a predat je za objavljivanje u „Reviji“ bez informacije o tome, rad neće biti objavljen. Uz to, kao sankcija za nekorektan odnos, u prvom narednom broju „Revije“ u posebnoj rubrici biće objavljena informacija o tome da je odnosni autor na nekorektan način pokušao da ponovo objavi isti rad. Takođe, radovi istog autora neće se ubuduće objavljivati u „Reviji“

3. Plagijat. - U slučaju da redakcija „Revije“ sama ili posredstvom recenzentata otkrije da je rad koji je predat za objavljivanje plagijat, u prvom narednom broju „Revije“ u posebnoj rubrici biće objavljena informacija o tome da je odnosni autor predao rad koji je plagijat, i biće navedeno originalno delo iz kog je plagijat uzet. Takođe, radovi istog autora neće se ubuduće objavljivati u „Reviji“. Po potrebi, biće obavешteni autor čiji je rad prepisan odn. redakcija časopisa u kome je objavljen originalni rad.

III. UPUTSTVO ZA AUTORE

Radove treba pripremiti u skladu sa sledećim uputstvom:

1. Rukopis

Rukopis se predaje u elektronskom obliku (MS Word) u formatu Word 97-2003 Document.. Radovi na srpskom jeziku se dostavljaju u srpskoj latinici. Rad se šalje na e-mail adresu: megatrendrevija@megatrend.edu.rs

Uz rad se obavezno dostavlja i pisana izjava autora o tome da je rad originalno delo (potpisana i skenirana izjava).

Uslov da rad uđe u proceduru recenziranja jeste da u potpunosti zadovoljava tehničke kriterijume koji su propisani ovim uputstvom. Rad mora biti lektorisan, tj. mora da zadovoljava jezičke i pravopisne standarde srpskog odnosno engleskog jezika.

2. Broj autora

Prednost imaju članci koje je napisao samo jedan autor (autor pojedinac), ali redakcija sprovodi aktuelne propise (*Pravilnik o postupku i načinu vrednovanja, i kvantitativnom iskazivanju naučnoistraživačkih rezultata istraživača*, Službeni glasnik RS br. 24/2016 i 21/2017), po kojima se rad prihvata ako nema više od tri koautora.

3. Jezik

Tekst se predaje na srpskom ili engleskom jeziku. Ako bude prihvaćen, biće objavljen na jeziku na kome je predat.

Izuzetno, redakcija ima pravo da zbog posebno opravdanih razloga odluči da se tekst koji je predat na srpskom prevede i objavi na engleskom jeziku, ili obrnuto.

4. Obim

Članak treba da ima približno 30.000 slovnih znakova, računajući i beline (1 autorski tabak). On može da bude i nešto kraći odn. nešto duži, s tim da broj slovnih znakova sa belinama ne bude manji od 20.000 niti veći od 45.000.

Iz naročito opravdanih razloga (poseban društveni značaj teme, koautorstvo nekoliko međunarodno priznatih naučnika i sl.), redakcija izuzetno može dozvoliti i objavljivanje članka većeg obima, ali ne većeg od 2,5 autorska tabaka (75.000 slovnih znakova).

5. Tabele i formule

Tabele praviti isključivo alatom za tabele u programu MS Word. Tabele moraju da imaju naslove i biti numerisane arapskim ciframa.

Formule raditi uz pomoć editora formula u programu MS Word.

6. Grafički prilozi i fotografije

Grafički prilozi mogu se predati nacrtani na papiru ili u elektronskom obliku. Kada se crteži predaju u elektronskom obliku, to treba da je u nekom od sledećih formata: EPS, AI, CDR, TIF ili JPG. Ako autor ne zna ili koristi neki specifičan program, potrebno je da se dogovori o formatu zapisa sa tehničkim urednikom. **Ne treba crtati crteže u programu MS Word!**

Fotografije moraju biti jasne, kontrastne i neoštećene. Autoru se ne preporučuje da slike skenira sam, već da taj osetljivi posao prepusti redakciji.

Ako u verziju na papiru nisu uključeni crteži i fotografije, moraju se jasno obeležiti mesta gde treba da se nalaze. Oznake u tekstu moraju se poklapati sa onima na priloženim slikama (ili fajlovima).

Crteži i fotografije moraju da imaju potpise i da budu numerisani arapskim ciframa.

7. Organizacija rukopisa

Članak mora da sadrži sledeće elemente i to ovim redom:

1. Podatke o autoru. - Ime i prezime, zvanje (titula) autora, naziv institucije u kojoj je autor zaposlen (afilijacija); obavezno navesti e-mail adresu autora.

2. Naslov rada. - Naslov treba da je jasan i precizan.

3. Sažetak (apstrakt). - To je kratak informativni prikaz sadržaja članka, koji sadrži cilj istraživanja, metode, rezultate i zaključak. Treba da je na istom jeziku na kome je napisan i sam rad. U pogledu obima, treba da ima od 100 do 250 reči odn. 4 do 8 rečenica ili od jedne trećine do polovine štampane strane i da stoji između naslova rada i ključnih reči, nakon kojih sledi tekst članka.

4. Ključne reči. - Predstavljaju termine ili fraze koji najbolje opisuju sadržaj članka. Dozvoljeno je navesti do pet reči odn. fraza.

5. Tekst članka. - Centralni deo predstavlja tekst članka u kojem autor uz upotrebu odgovarajuće aparature obrađuje određeni naučni problem.

6. Popis korišćene literature. - Posle teksta članka, daje se popis korišćene literature i to abecednim redom po prezimenima autora.

Popis se daje prema Uputstvu za citiranje, s tim da se godina izdanja stavlja odmah iza imena autora odn. urednika. Na kraju navođenja članka ili rada u zborniku navode se stranice na kojima se nalazi citirani rad.

Primeri:

- Knjiga: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law*, London

- Poglavlje u knjizi više autora: Buchanan Allen (2010): "The Legitimacy of International Law", 79-96, in: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.): *The Philosophy of International Law*, Oxford

- Članak: Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law* 3/1971, 502-521

Radovi istog autora navode se hronološkim redom, a ako se navodi više radova istog autora objavljenih u istoj godini, uz godinu izdanja dodaju slova "a", "b", "c" itd.

Primeri:

- Cassese Antonio (1999a): "Ex iniuria ius oritur. Are We Mowing towards International Legitimation of Forcible Humanitarian Countermeasures in the World Community?", *European Journal of International Law*, 1/1999, 23-30

- Cassese Antonio (1999b): "A Follow-Up: Forcible Humanitarian Countermeasures and Opinio Necessitatis", *European Journal of International Law*, 4/1999, 791-799

7. Rezime (Summary). - Na samom kraju daje se rezime tj. sažetak rada, koji može biti isti kao i sažetak (apstrakt), ali može biti i nešto većeg obima, ali ne više od 1 strane. Ako je rad pisan na srpskom jeziku, obavezno se dostavlja rezime na engleskom jeziku.

8. Nivoi naslova. - Zavisno od konkretnog teksta naslovi imaju različite nivoe, s tim da se koristi sledeći metod:

1. Prvi nivo naslova

(sredina, regular, bold, arapski brojevi)

1.1. Drugi nivo naslova

(sredina, italik, arapski brojevi)

1.1.1. Treći nivo naslova

(iznad početka pasusa, italik, arapski brojevi)

Za slučaj da ipak nešto nije jasno, autorima se savetuje da pogledaju prethodne brojeve „Megatrend revije“ ili da se obrate direktno sekretaru ili tehničkom uredniku časopisa.

Redakcija zadržava pravo da, u zavisnosti od specifičnosti teksta, a u cilju njegove bolje preglednosti, uredi naslove na nešto drugačiji način, ostajući u osnovnim okvirima izložene deobe naslova.

9. Citiranje. - Korišćenu literaturu citirati prema niže izloženom uputstvu za citiranje.

10. Adresa redakcije. - Radovi se šalju u elektronskoj formi na sledeću e-mail adresu: megatrendrevija@megatrend.edu.rs

Redakcija „Megatrend revije / Megatrend Review“
Megatrend univerzitet
Bulevar maršala Tolbuhina 8
11070 Beograd

Telefon redakcije: 011/220 31 50.

IV. UPUTSTVO ZA CITIRANJE

1. Opšta pravila

1. Ime autora. - Navodi se prvo prezime, pa ime autora. Ako postoji srednje slovo, ono se navodi između prezimena i imena.

Primer: Shaw N. Malcolm

2. Više autora. - Ako postoji više autora rada, razdvajaju se zapetama.

Primer: Simma Bruno, Alston Philip

Ako je više od 3 autora rada, navodi se prezime i ime samo prvog autora i dodaje se kurzivom (italikom) et al. (od *et alia*).

Primer: Henkin Louis et. al. (1993): *International Law: cases and Materials*, St. Paul. Minn.

3. Strane. - Kada se navodi određena strana (knjige, članka), ona se navodi samo brojem bez ikakvih dodataka (s., str., p., pp., стр., S., i sl.).

Primer: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law*, London, 9.

4. Fusnote. - Kada se navodi fusnota, iza broja strane piše se skraćena „fn“ i onda navodi broj citirane fusnote.

Primer: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law*, London, 9, fn 2.

5. Ponovno citiranje istog rada. - Kada se rad koji je već citiran ponovo navodi, to se vrši tako što se navodi prezime i ime autora, pa iza toga, razdvojeno zapetom, stranica koja se citira. Sve bez korišćenja op. cit., nav. delo i slično.

Primer: Akehurst Michael, 15.

Ako je navedeno nekoliko radova istog autora, navodi se prezime i ime autora, u zagradi godina u kojoj je odnosni rad objavljen i strana.

Primer: Akehurst Michael (1984), 15.

Ako je navedeno nekoliko radova istog autora objavljenih u istoj godini, radovi se u spisku korišćene literature (koji se obavezno daje na kraju rada) iza godine publikovanja dopunski obeležavaju latiničnim slovima „a“, „b“, „c“ itd. i tako navode kod citiranja u fusnotama.

Primer: Akehurst Michael (1984a), 15.

6. Ponovno citiranje prethodno citiranog rada. - Ako se citira podatak sa iste strane istog dela koje je citirano u prethodnoj fusnoti, koristi se samo latinična skraćena *Ibid.* (od *ibidem*), bez navođenja bilo kakvih drugih podataka.

Primer: *Ibid.*

Ako se citira podatak iz dela koje je citirano u prethodnoj fusnoti, ali sa različite strane, navodi se *Ibid*, a zatim zapeta i broj strane.

Primer: Ibid, 54.

7. Strana imena. - U radovima koji se predaju na srpskom jeziku, strana imena se transkribuju na srpski jezik, kako se izgovaraju, a prilikom prvog pominjanja u tekstu njihovo ime i prezime navode se u zagradi u izvornom obliku.

Primer: Tomas Hobs (Thomas Hobbes)

2. Knjige

1. Opšte. - Knjige se navode na sledeći način: 1) prezime autora, 2) njegovo ime, 3) godina izdanja (u zagradi), 4) dve tačke, 5) naziv knjige kurzivom (italikom), 6) mesto izdanja kurentom (obično), 7) strana (bez ikakvih dodataka), 8) fusnota koja se citira.

Ako se navodi i izdavač, piše se kurentom (obično) pre mesta izdanja.

Primer: Scott V. Shirley (2010): International Law in World Politics, Lynne Rienner Publishers Inc., Boulder – London, 71, fn 45.

2. Više izdanja. - Ako knjiga ima više izdanja može se (ne mora) navesti broj izdanja u superskriptu.

Primer: Scott V. Shirley (2010²): International Law in World Politics, Lynne Rienner Publishers Inc., Boulder - London (objašnjenje: 2010² - drugo izdanje, objavljeno 2010)

3. Urednici. - Ako knjiga ima jednog ili više urednika, prvo se navode prezimena i imena urednika, razdvojena zapetama, zatim naznaka „(ur.)“ odnosno „ed.“ ili (ako ih je više) „eds.“, pa godina izdanja u zagradi, dvotačka, naziv knjige kurzivom (italikom), i mesto.

Primer: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.) (2010): The Philosophy of International Law, Oxford.

Ako je broj urednika veći od tri, navode se podaci samo za prvog urednika, zatim se posle zapete navodi „et al.“ i posle toga se navodi „ur.“

Primer: Hamilton P. et al. (eds.) (1999): The Permanent Court of Arbitration: International Arbitration and Dispute Resolution, Kluwer International, The Hague-London-Boston.

4. Poglavlje u knjizi. - Poglavlje u knjizi koja ima urednika navodi se tako što se: 1) navode prezime i ime autora, 2) godina izdanja u zagradi, 3) dve tačke, 4) naziv poglavlja kurentom (pod navodnicama), 5) zapeta, 6) brojevi strana koje se citiraju, 7) „u“ odn. „in“, 8) prezime i ime urednika, 9) „(ur.)“ odn. „(eds.)“, 10) naziv knjige u kojoj je citirano delo, kurzivom (italikom) i 11) mesto izdanja.

Primer: Buchanan Allen (2010): “The Legitimacy of International Law”, 79-96, in: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.): The Philosophy of International Law, Oxford.

3. Članci

1. Opšte. - Članci se navode na sledeći način: 1) prezime autora, 2) ime autora, 3) godina izdanja, 4) dve tačke, 5) naziv članka kurentom (obično) pod navodnicama, 6) naziv časopisa (zbornika i sl.) kurzivom (italikom), 7) broj i godište spojeni kosom crtom, 8) broj strane (bez ikakvih dodataka), 9) broj citirane fusnote.

Primer: Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law* 3/1971, 502, fn 1.

2. Skraćenica naziva časopisa. - Ako je naziv časopisa (zbornika i sl.) dug, prilikom prvog citiranja u zagradi sa navodi skraćenica pod kojom će se časopis (zbornik i sl.) nadalje pojavljivati.

Primer: Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law (AJIL)* 3/1971, 502-521.

4. Propisi

1. Opšte. - Propisi se navode na sledeći način: 1) naziv propisa se navodi u kurentu (obično), 2) kurzivom (italikom) navodi se glasilo u kojem je propis objavljen, 3) na kraju se navodi broj i godina glasila u kojem je propis objavljen.

Primer: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije, *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007.

2. Ponovno pominjanje propisa. - Ako se propis pominje kasnije, prilikom njegovog prvog pominjanja navodi se u zagradi njegov skraćeni naziv, s tim da se ispred skraćenog naziva stavlja objašnjenje „u daljem tekstu“.

Primer: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije (u daljem tekstu: Zakon o službama bezbednosti), *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007.

3. Izmene i dopune. - Ako je propis naknadno menjan i dopunjavan, navode se jedan za drugim brojevi i godine glasila u kojima su objavljeni izvorni tekst odn. izmene i dopune.

Primer: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije, *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007, 72/2012.

4. Članovi, stavovi i tačke propisa. - Članovi, stavovi, tačke (alineje) itd. propisa navode se kroz kosu crtu, tako što se prvo navodi broj člana, zatim stava, pa alineje itd.

Primer: Konvencija UN o pravu mora (1982) čl. 1/1/5/a/i.

5. Tekstovi sa interneta

Citiranje tekstova sa interneta treba da sadrži: 1) ime autora citiranog teksta (ako je reč o autorskom tekstu), 2) naziv citiranog teksta pod navodnicima, 3) podatke o tome gde je tekst objavljen (ako je objavljen u papirnoj verziji), 4) internet stranicu, 5) datum pristupa stranici.

Primer: Bradley A. Curtis, Gulati Mitu: "Withdrawing from International Custom", *The Yale Law Journal* 2/2010, 233-241, <http://yalelawjournal.org/images/pdfs/912.pdf> (18.11.2012).

GENERAL INFORMATION ON THE JOURNAL AND THE INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

I. GENERAL INFORMATION ON THE JOURNAL

1. General. – “Megatrend Review” is the scientific journal published by Megatrend University (Megatrend univerzitet).

According to the classification of CEON the journal is highly ranked amongst the leading national scientific journals in Serbia (M51) and by the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia (M51).

“Megatrend Review” journal has been published since 2004 in Serbian and English language. It is open to all high-quality papers and authors from around the world. It has an international Editorial Board and international Publishing Council. Through international exchange it reaches readers beyond the borders of Serbia.

“Megatrend Review” journal is a multidisciplinary journal in the fields of social sciences. Papers on following scientific fields are published:

- Economics
- Law
- Politics and Security
- Management and Marketing
- International Relations
- Public Policies
- Information Society

2. Reviews. – Each paper is reviewed by two reviewers. Paper that has received two positive reviews will be published according to standard categorization of the scientific journals: original scientific paper, review scientific article, expert article, preliminary report or overview, translation and book review.

The categorization of the paper is determined by the reviewers and Editor in chief. If there is any doubt regarding the categorisation, the given higher category will be applied.

In case that one of the reviewers suggests that the paper should be published and the other that it should not, the paper is going to be given to the third reviewer whose decision is final.

3. Anonymity of the authors and reviewers. – Editorial of the “Megatrend review” journal abides by the rule on mutual anonymity between authors and reviewers. Further, if the author is not satisfied with the reviews of the paper, he / she, has the right to receive the reviews.

II. PAPER ORIGINALITY AND FIGHTING AGAINST PLAGIARISM

We kindly ask the authors to take into consideration the following:

1. Written confirmation that the work is original. - When submitting a manuscript the author is required to confirm in writing that his/her paper is original and that it has not been published elsewhere. The paper that is sent without this written confirmation by the author, will not be accepted.

2. The paper that has previously been published elsewhere. - If for any reason the author submits the paper that has already been published elsewhere (abroad, in a foreign language), he/she is obliged to specify where the paper was published (the journal, issue and number, the number of pages) and enclose the written consent of the editorial board of the journal in which the paper was originally published. If these requirements are met, and editors conclude that the paper is for some reason of particular interest and should therefore be published, it will be published with indication where it was published first and that it is republished in "Megatrend Review" with permission.

However, if the paper has already been published elsewhere, and also submitted for publication in "Megatrend Review" with no information about previous publication, the paper will not be published. In addition, as a sanction for unfairness, in the next issue of "Megatrend Review" the information that a particular author has unfairly tried to re-publish the same paper will be published in a special section. Apart from that, the papers by the same author will not be published in "Megatrend Review" in the future.

3. Plagiarism. - Should the editors of "Megatrend Review" journal or through reviewers discover that the paper submitted for publication is plagiarism, in a special section of its next issue the information that a particular author has plagiarized a paper will be published, and the original paper from which the plagiarism is taken will be cited. In addition, the papers by the same author will not be published in "Megatrend Review" in the future. If necessary, the author whose paper has been copied or the editorial board of the journal that has published the original paper will be notified.

III. INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

The papers are to be prepared in accordance with the following instructions:

1. The Manuscript

The manuscript is submitted in electronic form (MS Word), in Word 97-2003 Document for. The papers written in Serbian language are submitted in Serbian Latin script. The papers are submitted to the following e-mail address: **megatrendrevija@megatrend.edu.rs**

The paper should be accompanied by the written Author's Statement of originality signed by the author (written, signed and scanned).

Precondition for the paper to be accepted for the reviewing procedure is that it fully satisfies technical criteria according to the instructions given here. Also, the paper must meet the criteria regarding the language (Serbian and English) and spelling. The paper has to be proofread before submission

2. Number of authors

As a rule, papers written only by one author are preferable for publication (an author as an individual). However, if considered justified, according to current Rules of Procedure, the Method of Evaluation and Quantitative Expression of Scientific Research Results of the Researchers (*Pravilnik o postupku, načinu vrednovanja i kvantitativnom iskazivanju naučnoistraživačkih rezultata istraživača*, Službeni glasnik RS no. 24/2016 and 21/2017), editors can decide to publish papers written by co-authors, but not more than three.

3. Language

The text is submitted in Serbian or English language. If accepted, it will be published in the language in which it was submitted.

Exceptionally, the editors will decide that the text submitted in Serbian language is to be translated and published in English, or vice versa.

4. Volume

The paper should approximately have 30,000 characters, including spaces (one author's sheet). Alternatively, it could be shorter or longer, the number of characters with spaces not being smaller than 20,000 nor bigger than 45,000.

Due to particularly justified reasons (the special social importance of the topic, the co-authorship of a number of internationally recognized scientists, etc.) the editorial board could exceptionally allow the publication of an article of a larger volume, but not larger than 2.5 author's sheets (75,000 characters).

5. Tables and Formulae

The tables should only be made by means of table tools in MS Word. The tables must have titles and be numbered in Arabic numerals.

The formulae should be written by means of the equation editor in MS Word.

6. Graphs, Figures and Photographs

Graphs and figures can be submitted drawn on paper or in electronic form. When the graphs and figures are submitted in electronic form, they should be in one of the following formats: EPS, AI, EPS, TIF or JPG. If the author uses these or uses a specific program, it is necessary to agree on the format with the technical editor. **Graphs and figures should not be made in MS Word!**

Photographs must be sharp, in good contrast and undamaged. The authors are not advised to scan the images themselves, but to leave this sensitive job to the editorial office.

If the version on the paper does not include graphs, figures and photographs, the spaces must be clearly marked where they should be inserted. The markings in the text must match the ones in the submitted photos (or files).

Graphs, figures and photographs must have the signatures and be numbered in Arabic numerals.

7. Organization of manuscript

The article must contain the following elements, in the following order:

1 Information about the author – Name and surname, title of the author, name of the institution where the author is employed (affiliation) and the author's e-mail address.

2. Title of the paper. – The title should be clear and precise.

3. Abstract. – This is a brief presentation of the article content, which contains the research goal, methods, results, and main conclusions. It should be in the same language in which the paper was written. In terms of volume, it should contain 100 to 250 words or 4 to 8 sentences, or a third to half of the printed page. It stands between the title and keywords, after which the text of the article follows.

4. Key words. – The terms or phrases which best describe the content of the article. It is allowed to write up to five words, i.e. phrases.

5. Text of the article. – The central part is the text of the article in which the author uses appropriate tools while processing the writing of a scientific paper.

6. List of used literature. – After the text of the article, the list of used literature is specified in alphabetical order by authors' last name.

The list is given according to the Citation instructions, with the year of publication coming right after the author's, i.e. editor's name. At the end of the information on an article or a paper in the collection of papers, the pages of the cited paper are given.

Examples:

- A book: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law*, London
- A chapter in the book by several authors: Buchanan Allen (2010): "The Legitimacy of International Law", 79-96, in: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.): *The Philosophy of International Law*, Oxford

- A paper: Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law* 3/1971, 502-521

The papers by the same author are specified in chronological order. If several papers have been written by the same author and published in the same year, the year of publication is accompanied by the letters "a", "b", "c" etc.

Examples:

- Cassese Antonio (1999a): "Ex iniuria ius oritur. Are We Mowing towards International Legitimation of Forcible Humanitarian Countermeasures in the World Community?", *European Journal of International Law*, 1/1999, 23-30

- Cassese Antonio (1999b): "A Follow-Up: Forcible Humanitarian Countermeasures and Opinio Necessitatis", *European Journal of International Law*, 4/1999, 791-799

7. Summary. – Summary is written at the very end of the text i.e. It can be the same as the abstract, but could also be wider in extent, yet no longer than one page. If the paper is written in Serbian language, the summary in English language should also be submitted.

8. The levels of the titles. - Depending on the text, the titles can have different levels. Therefore the following method is used for marking different title levels:

1. The First Level Title

(centre align, regular, bold, Arabic numerals)

1.1 The second level title

(centre align, italic, Arabic numerals)

1.1.1. The third level title

(Above the beginning of the paragraph, italic, Arabic numerals.)

To achieve complete clarity about the title levels, authors are advised to refer to the past issues of "Megatrend Review" journal available in PDF forms, under Archive, or contact the Editorial secretary via e-mail.

Depending on the specific characteristics of the text, and with the aim of achieving clarity of the paper's structure, the editorial office reserves the right to edit the titles in a slightly different way, leaving the original heading divisions.

9. Citations. – The used literature is to be cited according to the instructions for citations given below.

10. The address of the Editorial Board. – The papers are submitted via e-mail to the following address: **megatrendrevija@megatrend.edu.rs**

Editorial Board
Megatrend Review
Megatrend University / Megatrend univerzitet
Bulevar maršala Tolbuhina 8
11070 Belgrade, Serbia
Telephone: + 381 11 220-31-50

IV. INSTRUCTIONS FOR CITATIONS

1. General rules

1. Name of the author. - In writing author's name, surname is written before the first name. If there is the middle name/letter, it is written between surname and the first name.

Example: Shaw N. Malcolm

2. Several authors. – Names of the several authors are separated by commas.

Example: Simma Bruno, Alston Philip

If there are more than three authors, only the first author's surname and first name are specified, followed by the italicized et al. words (et alia).

Example: Henkin Louis *et. al.* (1993): *International Law: Cases and Materials*, St. Paul. Minn.

3. Pages. – When a particular page is specified (of the book or the paper), it s number is written without any additions (p., pg., p., page, etc.).

Example: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law*, London, 9.

4. Footnotes. – When a footnote is given, after the number of the page, the sign “fn” is written, followed by the number of the footnote.

Example: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law*, London, 9, fn 2.

5. The repeated citation of the same article. – When an article that has been cited before is recited, the author's surname and first name are specified, followed by the cited page, separated by a comma, without using *op. cit.* etc.

Example: Akehurst Michael, 15.

If several papers by the same author are specified, the author's surname and first name are stated, followed by the brackets with the year when the paper has been published and followed by the number of the page.

Example: Akehurst Michael (1984), 15.

When specifying several papers written by the same author, published in the same year, papers are specified in the literature list (which is always given at the end of the paper) by adding Latin letters “a”, “b”, “c”, etc to each paper. They are also stated as such when cited in footnotes.

Example: Akehurst Michael (1984a), 15.

6. Recitation of the previously cited article. - If a piece of data from the same page of the same paper cited in the previous footnote is cited again, only the Latin abbreviation *Ibid.* (from *ibidem*) is used without giving any other data.

Example: Ibid.

If a piece of data cited in the previous footnote is cited again, but from a different page, the Latin abbreviation *Ibid.* is used, followed by a comma and the number of the page.

Example: Ibid, 54.

7. Foreign names. – In papers submitted in Serbian language, foreign names are transcribed, i.e. written as they are pronounced in Serbian, and when first mentioned in the text, the author’s surname and first name are given in their original form within the brackets.

Example: Tomas Hobs (Thomas Hobbes)

2. Books

1. General. – The books are cited in the following way:

1) author’s surname, 2) author’s first name, 3) the year of publication in brackets, 4) colon, 5) title of the book in italics, 6) place of the publication in lowercase (ordinary letters), 7) number of the page (without any additions), 8) footnote which is being cited.

If the information on the publisher is given as well, it is written in lowercase (ordinary letters) before the place of the publication.

Example: Scott V. Shirley (2010): *International Law in World Politics*, Lynne Rienner Publishers Inc., Boulder – London, 71, fn 45.

2. Several editions. – If a book has several editions the number of the edition need/need not be specified in the superscript.

Example: Scott V. Shirley (2010²): *International Law in World Politics*, Lynne Rienner Publishers Inc., Boulder - London (explanation: 2010² - second edition, published 2010)

3. Editors. – If a book has one or more editors, the editors’ surnames and first names are given first, separated by commas, then the sign “ed”, or “eds” is

written if there are more of them, followed by the title of the book in italics, and finally the place and year of publication.

Example: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.) (2010): *The Philosophy of International Law*, Oxford.

If there are more than three editors, the data only for the first editor is given followed by a comma, then “et al.”, and finally “ed.”.

Example: Hamilton P. *et al.* (eds.) (1999): *The Permanent Court of Arbitration: International Arbitration and Dispute Resolution*, Kluwer International, The Hague-London-Boston.

4. Chapters in a book. – A chapter in a book with an editor is cited by giving the following: 1) authors surname and name, 2) year of publication in brackets, 3) colon, 4) title of the chapter in lowercase (under inverted commas), 5) comma 6) number of pages that are cited, 7) “in”, 8) editor’s surname and name, 9) “(eds.)”, 10) title of the book in which the cited text is in lowercase (in italics) and 11) place of publication.

Example: Buchanan Allen (2010): “The Legitimacy of International Law”, 79-96, in: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.): *The Philosophy of International Law*, Oxford.

3. Articles

1. General. – The articles are cited in the following way: 1) author’s surname, 2) author’s name, 3) year of publication in brackets, 4) colon, 5) title of the article in lowercase in ordinary letters under inverted commas, 6) title of the journal (book of proceedings, etc.) in italics, 7) issue and year separated by a slash, 8) number of the page (without any additions), 9) number of the cited footnote.

Example: Osakwe Chris (1971): “Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations”, *American Journal of International Law* 3/1971, 502, fn 1.

2. The abbreviation of the journal title. – If the title of the journal (collection of papers etc.) is a long one, when cited for the first time its abbreviation is given in brackets, which is later used when the same journal (book of proceedings, etc.) is cited again.

Example: Osakwe Chris (1971): “Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations”, *American Journal of International Law (AJIL)* 3/1971, 502-521.

4. Regulations

1. General. – Regulations are cited in the following way: 1) title of the regulation is given in lowercase (in general letters), 2) journal/magazine in which the regulation is published is given in italics, 3) number of the issue and the year in which the journal is published are given at the end.

Example: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije, *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007.

2. If the regulations are re-mentioned. – If a regulation is mentioned again later in the text, at the place where it appears for the first time its short title is given within the brackets, with the words “hereinafter referred to as” preceding it.

Example: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije (u daljem tekstu: Zakon o službama bezbednosti), *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007.

3. Amendments. – If a regulation has been changed and amended, one by one, the numbers of issues and year of the journals are given in the original text, i.e. amendments were published.

Example: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije, *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007, 72/2012.

4. Articles, paragraphs and items of regulations. – Articles, paragraphs and items of regulations are written separated by a slash, the number of the article comes first, followed by the number of the paragraph, and finally that of the item, etc.

Example: UN Convention on the Law of the Sea (1982) čl. 1/1/5/a/i.

5. The Internet texts

The citation of the text from the Internet should contain: 1) name of the author of the cited text (if it is the author’s text), 2) title of the cited text under inverted commas, 3) data on where the text was published (if it is published in a printed version), 4) internet page, 5) date of the access to the page.

Example: Bradley A. Curtis, Gulati Mitu: “Withdrawing from International Custom”, *The Yale Law Journal* 2/2010, 233-241, <http://yalelawjournal.org/images/pdfs/912.pdf> (18.11.2012).



UNIVERSITET
MEGATREND
JOHN NAISBITT UNIVERSITY

www.megatrend.edu.rs