



Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru

Ekonomski izazovi

**Časopis Departmana za ekonomske nauke
Internacionalnog – Univerziteta u Novom Pazaru**

Godina 2, Broj 4

Novi Pazar, novembar 2013. godine

Ekonomski izazovi

Časopis departmana za ekonomske nauke
Internacionalnog - Univerziteta u Novom Pazaru

Izdavač: **Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru**

Za izdavača: **Mevlud Dudić**, rektor

Redakcija: **Bećir Kalač**, glavni i odgovorni urednik
Suad Bećirović, zamjenik glavnog i odgovornog urednika
Enis Ujkanović, sekretar redakcije
Azra Čatović, tehnički urednik

Uređivački odbor: **Radmilo Todosijević**, Univerzitet u Novom Sadu
Mehmed Meta, Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru
Halid Kurtović, Univerzitet u Zenici
Milenko Popović, Univerzitet Mediteran
Esad Ahmetagić, Univerzitet u Novom Sadu
Pece Nedanovski, University "Ss. Cyril and Methodius"-
Škopje
Šemsudin Plojović, Internacionalni - Univerzitet u Novom
Pazaru
Miro Blečić, Univerzitet Mediteran
Petar Bojović, Univerzitet Metropolitan
Senad Bušatlić, Internacionalni Univerzitet u Sarajevu
Adisa Delić, Univerzitet u Tuzli
Daniel Tomić, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Izdavački savjet: **Zeki Parlak**, Internacionalni Univerzitet u Sarajevu
Elma Elfić, Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru
Tibor Petres, University of Szeged
Amela Lukač-Zoranić, Internacionalni - Univerzitet u Novom
Pazaru
Darko Lacmanović, Univerzitet Mediteran
Čamil Sukić, Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru
Ljiljana Arsić, Univerzitet u Prištini
Muamer Nicević, Internacionalni - Univerzitet u Novom
Pazaru
Nada Živanović, Univerzitet Union u Beogradu
Sefer Mededović, Internacionalni - Univerzitet u Novom
Pazaru
Dušica Karić, Alfa Univerzitet u Beogradu
Fehim Husković, Internacionalni - Univerzitet u Novom
Pazaru
Gordana Paovic-Jeknić, Univerzitet Crne Gore
Selma Novalija, Univerzitet u Tuzli

Lektor: **Jelena Lekić**, Univerzitet u Novom Pazaru

Korice: **Dženan Hajrović**, Univerzitet u Novom Pazaru

Tiraž: 300 primjeraka

Štampa: **GrafiColor**, Kraljevo

ISSN: 2217-8821

Adresa redakcije: Univerzitet u Novom Pazaru
Ul. Dimitrija Tucovića bb
36300 Novi Pazar
Telefon: +381 20 316 634
E-mail: ekonomski.izazovi@uninp.edu.rs

Sajt časopisa: <http://ei.uninp.edu.rs/>

Bibliografska baza:

- Repozitorijum NBS
- Kobson - Spisak časopisa iz Srbije dostupnih u elektronskoj formi
- Central and Eastern European Online Library (CEEOL)
- University Library of Regensburg

Ekonomski izazovi
Časopis Departmana za ekonomske nauke
Internacionalnog – Univerziteta u Novom Pazaru

Sadržaj / Contents

NAUČNI ČLANCI / *SCIENTIFIC ARTICLES*

▪ FINANSIJE

- ANALIZA MOGUĆNOSTI OSNIVANJA ISLAMSKE BANKE U
SJEVERNOM SANDŽAKU 1-14
*ANALYZING THE POSSIBILITY OF ESTABLISHING AN ISLAMIC
BANK IN THE NORTH OF SANDZAK*
Suad Bećirović, prof. dr, Admir Dudić, dipl. ecc.

▪ MENADŽMENT SPORTA

- MOGUĆNOSTI TRANZICIJSKOG POTENCIJALA BH SPORTA KAO
I NJEGOVOG USPJEŠNIJEG POVEZIVANJA SA UKUPNOM
BOSANSKOHERCEGOVAČKOM TURISTIČKOM PONUDOM 15-36
*POSSIBILITIES OF THE TRANSITIONAL POTENTIAL OF BOSNIAN
SPORTS AND ITS MORE SUCCESSFUL COMBINATION WITH THE
BOSNIAN TOURIST OFFER*
Besim Redžepagić, dr, Šemsudin Plojović, prof. dr, Enis Ujkanović, doc.
dr

STRUČNI ČLANCI / *PROFESSIONAL ARTICLES*

▪ OBNOVLJIVE ENERGIJE

- EKONOMSKI POTENCIJAL SOLARNE ENERGIJE U REPUBLICI
HRVATSKOJ..... 39-61
*ECONOMIC POTENTIAL OF SOLAR ENERGY IN THE REPUBLIC OF
CROATIA*
Daniel Tomić, doc. dr, Marija Kučko, mag. oec.

▪ MENADŽMENT I ORGANIZACIJA

- STRATEGIJSKA KONTROLA I REVIZIJA BIZNISA U MALIM I
SREDNJIM PREDUZEĆIMA 62-73
*STRATEGIC CONTROL AND BUSINESS AUDITING IN SMALL AND
MEDIUM ENTERPRISES*
Bećir Kalač, prof. dr, Azra Čatović, dipl. ecc., Senadin Plojović, MSc
- ORGANIZACIJA I MENADŽMENT U ISTORIJSKOM KONTEKSTU 74-84
ORGANISATION AND MANAGEMENT IN A HISTORICAL CONTEXT
Mehmed Meta, prof. dr, Elma Elfić, doc. dr, Dženis Bajramović, dipl. ecc.
- PREDUZETNIŠTVO U MALOM BIZNISU 85-96
ENTREPRENEURSHIP IN SMALL BUSINESS
Senad Adrović, MSc

▪ **RAČUNOVODSTVO I REVIZIJA**

ANALIZA BILANSA USPJEHA I NJEN ZNAČAJ ZA EFIKASNO
UPRAVLJANJE PREDUZEĆEM..... 97-111

*ANALYSIS OF INCOME STATEMENT AND ITS RELEVANCE TO
EFFECTIVE MANAGEMENT OF A COMPANY*

Nedžad Hodžić, dr, Ninoslav Gregović, dr

OBAVEZA SASTAVLJANJA KONSOLIDOVANIH FINANSIJSKIH
IZVEŠTAJA..... 112-123

*THE OBLIGATION TO PREPARE CONSOLIDATED FINANCIAL
STATEMENTS*

Marija Nikodijević

▪ **TURIZAM**

GORA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA..... 124-131

GORA AS A TOURIST DESTINATION

Šerif Aga, MSc

STRATEŠKI PRAVCI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U
ROŽAJAMA..... 132-150

*STRATEGIC DIRECTIONS OF THE DEVELOPMENT OF RURAL
TOURISM IN ROZAJE*

Nedžad Kalač

▪ **PRAVO**

EKONOMSKA ŠPIJUNAŽA U SVETLU NOVOG MEĐUNARODNOG
EKONOMSKOG PORETKA..... 151-163

*ECONOMIC ESPIONAGE IN THE LIGHT OF THE NEW
INTERNATIONAL ECONOMIC ORDER*

Rejhan R. Kurtović, mr, Ilija Zindović, prof. dr, Dušan Novaković, prof. dr

▪ **POSLOVNI JEZIK I KULTURA**

OBIM PROMJENA I UČESTALOSTI POJAVE ANGLICIZAMA U
ODREĐENOM VREMENSKOM RASPONU U UDŽBENICIMA
EKONOMIJE..... 164-170

*SCOPE OF CHANGES AND FREQUENCY OF OCCURRENCE OF
ANGLICISMS IN A CERTAIN TIME FRAME IN TEXTBOOKS OF
ECONOMICS*

Jelena Lekić, doc. dr

TEHNIČKO UPUTSTVO ZA FORMATIRANJE RADOVA..... 171

NAUČNI ČLANCI

SCIENTIFIC ARTICLES

ANALIZA MOGUĆNOSTI OSNIVANJA ISLAMSKE BANKE U SJEVERNOM SANDŽAKU

Suad Bećirović, prof. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
s.becirovic@uinp.edu.rs

Admir Dudić, dipl. ecc.

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
admir01@live.com

Apstrakt

Islamsko bankarstvo je od svojih prvih koraka šezdesetih godina prošlog vijeka postalo globalni fenomen. Ali u bivšim jugoslovenskim republikama postoji samo jedna islamska banka - "Bosna Bank International (BBI)", koja djeluje u Bosni i Hercegovini, dok u Srbiji ne postoji nijedna islamska banka, niti je trenutno u planu osnivanje takve banke. Da bi se provjerila spremnost stanovništva za prihvatanje takve banke, izvršeno je jedno pilot istraživanje o stepenu prihvatanja islamskog bankarstva na nivou Novog Pazaru, jer se radi o gradu sa većinskim stanovništvom islamske vjeroispovijesti. Ovo istraživanje se skoncentrisalo na mogućnosti mobilizacije štednje, povjerenje u finansijske institucije i spremnost finansiranja putem islamske banke.

Cljučne riječi: Islamsko bankarstvo, islamske finansije, anketa islamsko bankarstvo, prihvatanje islamskog bankarstva, Sandžak

ANALYZING THE POSSIBILITY OF ESTABLISHING AN ISLAMIC BANK IN THE NORTH OF SANDZAK

Abstract

Since its start in the 1960s, Islamic banking has become a global phenomenon. At the moment, there is only one active Islamic bank in the former Yugoslav republics - "Bosna Bank International (BBI)", which is active in Bosnia and Herzegovina, whereas there is no Islamic Bank in Serbia and no one is planned to be established in the near future. In order to examine the acceptability of Islamic banking to local citizens, a pilot research has been conducted in the town Novi Pazar, which has a majority Muslim population. This research concentrated on the possibility of mobilizing funds, trust in financial institutions and readiness to use an Islamic bank for finance.

Keywords: Islamic banking, Islamic finance, survey Islamic banking, acceptance of Islamic banking, Sandzak

JEL codes: G21

UVOD

Islamsko bankarstvo se nalazi u stalnom usponu zadnjih četrdeset godina. U sve većem broju zemalja - islamskim i neislamskim - otvaraju se islamske banke. Zato smo se odlučili da sprovedemo jedno istraživanje u kojoj mjeri bi koncept islamskog bankarstva bio prihvatljiv u Sandžaku. Jedan od razloga zašto smo odabrali Sandžak jeste taj što su u Sandžaku većina stanovnika islamske vjeroispovijesti. Obzirom na to da je muslimanima zabranjena kamata, a sve banke koje trenutno posluju u Sandžaku koriste kamatu, poslovanje ovih finansijskih institucija nije prihvatljiv sa islamskog aspekta. Znači da bi se zadovoljila finansijska i investiciona potreba muslimana-vjernika mora postojati jedna finansijska institucija koja će poslovati u dozvoljenim okvirima u skladu sa islamskom pravom. Ali, pošto takva institucija trenutno ne postoji, svi oni koji izbjegavaju kamatu vjerovatno neće ostaviti svoju ušteđevinu u klasične banke, pa je i time privreda uskraćena za bitan finansijski potencijal. Također, pojedinci koji ne žele da finansiraju svoje investicije, odnosno potrošnju, kamatnim kreditima imaju problem nabaviti novac na *halal* (sa islamskog aspekta dozvoljen) način.

Islamsko bankarstvo nastoji rješavati ove dileme, pa zato želimo sa ovim istraživanjem analizirati da li su stanovnici Sandžaka spremni prihvatiti islamsko bankarstvo odnosno kakva očekivanja imaju od ovog koncepta.

EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

HIPOTEZE I DIZAJN ANKETNOG UPITNIKA

Da bi provjerili prihvatljivost islamskog bankarstva za stanovnike Sandžaka, želimo analizirati stavove u pogledu glavnih izazova kod osnivanja islamskih banaka. Bećirović & Dudić [2] su spomenuli nekoliko glavnih izazova kod osnivanja islamskih banaka:

- izazovi kod mobilizacije štednje;
- izazovi kod mobilizacije sredstava;
- izazov ljudskih resursa;
- izazovi kod primjene partnerskih instrumenata;
- izazovi kod primjene dužničkih instrumenata;
- izazov ekonomskog potencijala i
- izazov institucionalnog okvira.

Kod ovog empirijskog istraživanja koncentrisati smo se na analizu ponašanja kod finansijskih transakcija građana Sandžaka. Zato želimo analizirati u kojoj mjeri bi pojedinci bili spremni da ostave novac na štedni račun kod islamske banke, spremnost traženja novca od islamske banke, generalno povjerenje u finansijske institucije i spremnost da drugo lice upravlja štednjom pojedinca.

Na osnovu teorijskih istraživanja vezano za islamske banke kao i saznanja iz oblasti bihevioralnih finansija, želimo provjeriti sljedeće hipoteze:

1. H1: Većina ispitanika je načelno spremna da saraduje sa jednom islamskom bankom

2. H2: Pojedinci izbjegavaju koristiti štedne račune sa mogućnost gubitkom
3. H3: Većina ispitanika izbjegava finansijske transakcije sa postojećim bankama
4. H4: Pojedinci će prihvatiti da drugo lice investira štednju samo uz uslov strogog slijeđenja pravila (ograničenja autonomije)
5. H5: Pojedinci su spremni da traže novac od islamskih banaka
 - a. H5a: Pojedinci preferiraju dužničke nad partnerskim instrumenata za finansiranje svojih potreba.

Obzirom da je većina stanovnika Novog Pazara islamske vjeroispovijesti, pretpostavlja se da ne postoji principijelna odbojnost da se saraduje sa jednom islamskom bankom.

Druga hipoteza se odnosi na odbojnost prema riziku od strane štediša. Generalna pretpostavka jeste da pojedinci ne žele lako da izgube svoju uštedevinu, koju su često godinama sa mukom zarađivali. Tako da se da pretpostaviti, da će biti stepen prihvatanja tzv. investicionih računa ("mudareba-računi"), gdje se dobit banke dijeli između banke i štediša, vjerovatno niska.

Treća hipoteza se odnosi na činjenicu da većina ljudi nema alternativu za ulaganje i finansiranje u skladu sa islamskim načelima. Zato se pretpostavlja da većina pojedinaca izbjegava transakcije sa postojećim klasičnim bankama.

Četvrta hipoteza želi provjeriti spremnost pojedinca da se povjeri štednja drugom licu, odnosno organizaciji. Za ovaj čin je potreban visok stepen povjerenja zbog asimetričnosti informacija, tj. strah od negativne selekcije i moralnog hazarda. Ovaj strah je izraženije kod islamskih banaka, jer štediša kod investicionih računa ostvaruju samo prihod ukoliko banka ostvaruje profit.

S druge strane, spremnost korišćenje sredstava islamske banke, tj. zaduživanje ili zaključivanje partnerskog ugovora o korišćenju novca, će biti sigurno prihvatljivi, nego ostavljanje uštedevine kod islamske banke. Štaviše, pretpostavka je da pojedinci preferiraju dužničke finansijske instrumente nad partnerskim, jer ih je strah od moralnog hazarda poslovnog partnera i žele sačuvati svoju samostalnost. [2, str. 86, 87]

Za provjeru spomenutih hipoteza korišćen je anketni upitnik od 17 pitanja. Također, anketni upitnik imao je ugrađen određen broj kontrolnih pitanja da bi provjerili iskrenost i posvećenost anketnom upitniku.

FORMIRANJE UZORKA

Istraživanje je sprovedeno na teritoriji grada Novog Pazara. Grad Novi Pazar je izabran zato što se radi o ekonomskom centru regije Sandžak, po ekonomskoj snazi i po broju stanovnika. Naime 42,1% ukupnog broja stanovnika sjevernog Sandžaka živi u Novom Pazaru, prema zvaničnom popisu iz 2011. godine.

Tabela 1. Broj stanovnika u sjevero-sandžačkim gradovima

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srbije

Mjesto	Stanovnici	% udio	kum. %
Novi Pazar	100.410	42,1%	42,1%
Prijepolje	37.059	15,5%	57,6%
Tutin	31.155	13,0%	70,6%
Priboj	27.133	11,4%	82,0%
Sjenica	26.392	11,1%	93,0%
Nova Varoš	16.638	7,0%	100,0%
UKUPNO	238.787	100,0%	

Uzorak ispitanika formiran je slučajno u cilju da što sličnije odlikava populaciju Novog Pazara.

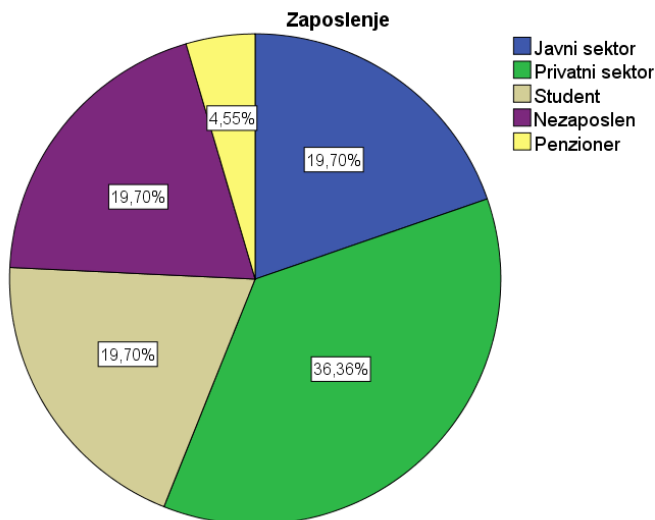
Tabela 2. Poređenje uzorka i populacije prema starosnoj strukturi ispitanika

Starost	Uzorak	Populacija	Razlika
Do 29 godina	48,5%	47,7%	0,8%
30-39 godina	22,7%	14,4%	8,3%
40-49 godina	16,7%	12,7%	3,9%
>=50 godina	12,1%	25,2%	-13,0%
UKUPNO	100%	100%	

Rezultati slučajnog uzorka pokazuju da je grupa ispitanika, prema starosnoj strukturi, reprezentativna za mlađu kategoriju ispitanika. Za starosne grupe od 30-39 godina, odnosno 40-49 godina, uzorak je veći od stvarnog udijela ove grupacije u populaciji. Prije svega grupa od 30-39 godina je previše sadržana. Starije osobe, u ovom slučaju osobe od 50 i više godina, nisu dovoljno sadržane u uzorku, što se može smatrati kao nedostatkom. Za veću reprezentativnost trebalo je smanjiti udio grupe od 30-39 godina i povećati udio grupe od preko 50 godina u uzorku.

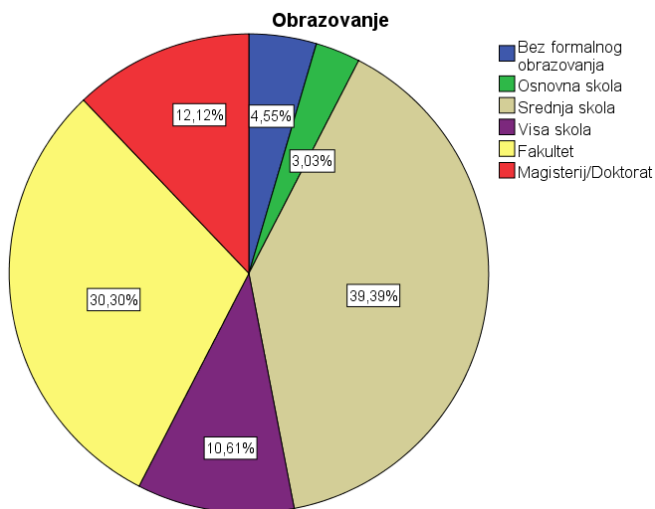
Starosna struktura ispitanika utiče i na strukturu zaposlenja. Obzirom da je broj starijih osoba nizak u uzorku, tako je i broj penzionera dosta nizak sa 4,55%. Najveći broj ispitanika je zaposlen u privatnom sektoru, dok je učešće zaposlenika u javnom sektoru i broj studenata izjednačen. Ovdje, sa aspekta reprezentativnosti, je trebao udio penzionera i zaposlenika da bude veći, a udio studenata manji.

Slika 1. Struktura ispitanika prema zaposlenju



Što se tiče obrazovne strukture, 47% ispitanika posjeduju srednje ili niže obrazovanje, dok 53% ispitanika imaju više ili visoko obrazovanje. Gledajući na obrazovnu strukturu populacije Novog Pazara, gdje dominira srednje ili niže obrazovanje, procenat ove grupe bi trebao da bude veći. Međutim, tokom sprovođenja anketnog upitnika uočeno je da ova kategorija izbjegava ispunjavanje upitnika, iako je pružena stručna pomoć kroz objašnjenja od strane autora.

Slika 2. Struktura ispitanika prema obrazovanju



Svi ovi pokazatelji žele da provjere osnovne hipoteze za jedno početno istraživanje koje će se proširiti na ostale gradove u Sandžaku. Tako da visok udio

visokoobrazovanog stanovništva neće umanjiti vrijednost istraživanja, jer je ova grupa, u normalnom slučaju, spremnija da prihvati jedan novi koncept kao što je islamsko bankarstvo.

Kao što smo malo prije istakli, anketni upitnik je imao određen broj kontrolnih pitanja. 77% ispitanika dalo je koncizne odgovore na kontrolna pitanja, dok su ostali dali protivrječne odgovore na ova kontrolna pitanja. Tako da može tvrditi da u ispitanici iskreno i skoncentrisani odgovorili na pitanja.

Za lakšu analizu, svi mogući odgovori su šifrirani prema tome da li ukazuju na prihvatanju ili neprihvatanju islamskih banaka. Broj "1" označava neprihvatanja, dok broj "2" označava prihvatanje koncepta islamskog bankarstva. Na taj način možemo izvršiti lakšu statističku analizu dobijenih odgovora, jer su sva pitanja bila zatvorenog tipa i mogu se jasno klasifikovati da li idu u korist i protiv islamskog bankarstva.

ANALIZA REZULTATA UPITNIKA

Da bi dobili što objektivnije podatke od strane ispitanika sama pitanja bili su indirektnog tipa. Izbjegavali smo direktna pitanja tipa: "*Da li ste za islamske banke?*", jer smo pretpostavili da će većina ispitanika potvrdno odgovoriti na ovakva direktna pitanja bez dubljeg razmišljanja. Radi statističke analize postojalo je samo jedno pitanje koje se moglo klasifikovati kao direktno pitanje, gdje su ispitanici trebali da odgovore na sljedeće pitanje:

U koju od sljedećih banaka bi ostavili Vaš novac:

- a) *Švajcarska Međunarodna Banka*
- b) *Evropska Komercijalna Banka*
- c) *Nacionalna Banka Srbije*
- d) *Islamska Banka Nur*

Želimo napomenuti da su sva četiri primjeri hipotetični primjeri. Ključ ovdje je bio prefiks koji je odredio "brend" jedne banke. Prve tri alternative ukazuju na nepovjerenje prema islamskoj banci, dok četvrti odgovor označava prihvatanje.

Oko 70% ispitanika izabralo je hipotetičnu "Islamsku banku Nur". S druge strane, 24% izabrali švajcarsku banku, što ukazuje na dobar imidž švajcarskih banaka.

Ali sada želimo da uporedimo odgovore vezano za banku i potvrdne odgovore vezane za islamsku banku. Za svakog ispitanika se analiziralo da li je u većini slučajeva odgovorio za ili protiv islamskog bankarstva, na osnovu kodiranja odgovora. Ukoliko je u većini slučajeva (obzirom da je upitnik imao 17 pitanja, znači kod 9 ili više pitanja) odgovorio u prilog islamskog bankarstva, može se smatrati da ispitanik generalno podržava koncept islamskog bankarstva.

Kada sada uporedimo odgovore od izabranoj banci i o podršci islamskom bankarstvu, da se primijetiti da otprilike dvije trećine onih ispitanika, koji bi izabrali ne-islamsku banku, praktikuju finansijsko ponašanje koje ne odgovara islamskom bankarstvu. Ali, ipak, jedna trećina iz ove grupe ima pozitivno mišljenje o islamskom bankarstvu, tj. koristila bi finansijske instrumente islamske banke. Također, otprilike jedna trećina, koja bi izabrala hipotetičnu islamsku banku, po

svojem očekivanjima o finansijama ne bi izabrali islamsku banku. Znači, vjerovatno bi se brzo razočarali u koncept islamskog bankarstva.

Za provjeru naše prve hipoteze je bitno, da ukupno oko 58% ispitanika prihvata koncept islamskog bankarstva mjereno indirektnim pitanjima, što potvrđuje našu prvu hipotezu.

Slika 3. Preferencija ispitanika prema određenoj hipotetičnoj banci

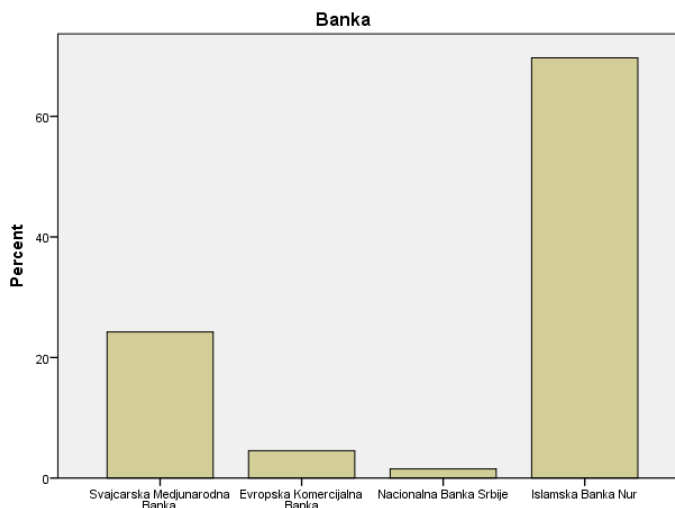


Tabela 3. Unakrsna tabela za varijable "Izabrana Banka" i "Većina odgovora ZA"

		Većina odgovora ZA		Ukupno
		1	2	
Odabrana Banka	1	19,7%	10,6%	30,3%
Banka	2	22,7%	47,0%	69,7%
Ukupno		42,4%	57,6%	100%

Sa statističkog aspekta, koeficijent korelacije između varijabli "izabrana banka" i "većina odgovora ZA (islamsko bankarstvo)" iznosi samo 0,301, znači ne postoji povezanost između njih. Ovo pokazuje da prihvatanje hipotetične islamske banke nije od presudnog značaja za prihvatanje koncepta islamskog bankarstva, što implicira da ne postoji veliko znanje o islamskom bankarstvu.

Također, želimo istraživati da li opšti pokazatelji o strukturi ispitanika (starost, obrazovanje i zaposlenost) utiču na naklonjenost prema islamskom bankarstvu. Stepenn korelacije je izuzetno nizak, kao što pokazuje *tabela 4*, tako da ove varijable ne utiču na odluku o prihvatanju islamskog bankarstva.

Tabela 4. Stepen korelacije između prihvatanje islamskog bankarstva i starosti, obrazovanja i zaposlenosti

Kriterije	Korelacija
Starost * Većina ZA	0,247
Obrazovanje * Većina ZA	0,205
Zaposlenost * Većina ZA	-0,138

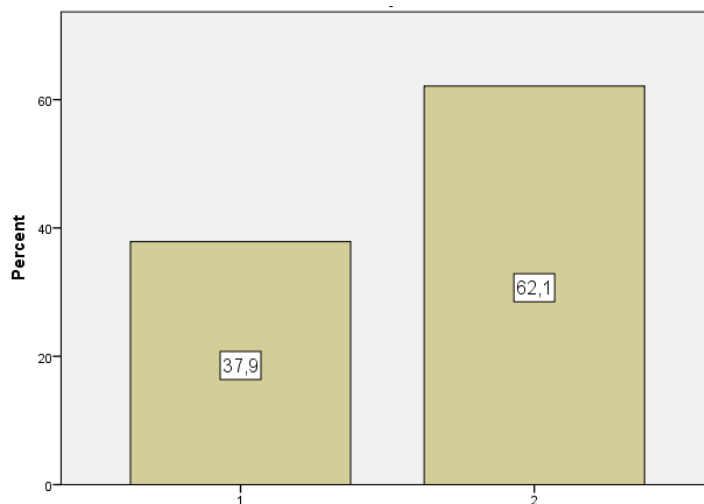
Sada želimo provjeriti hipotezu koja se odnosi na mobilizaciju štednje. Druga hipoteza glasi: "Pojedinci izbjegavaju koristiti štedne račune sa mogućnost gubitkom."

Na odluku o otvaranju računa kod islamske banke utiče prije svega:

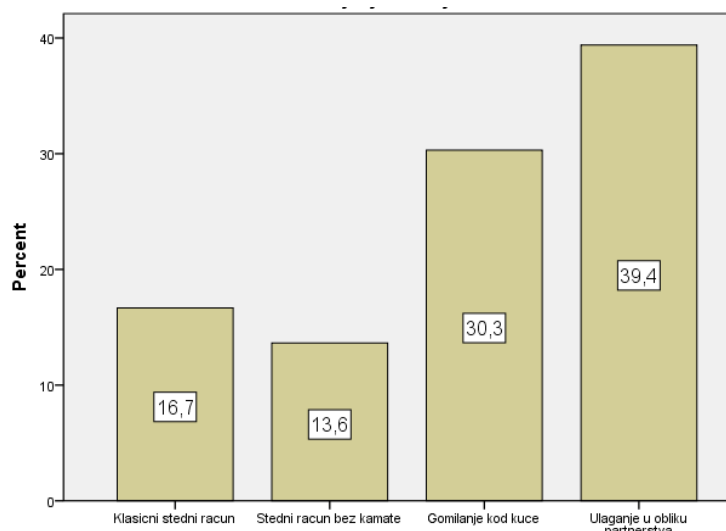
- šerijatski aspekt poslovanja i
- spremnost preuzimanja rizika.

Anketa je pokazala da 62,1% ispitanika putem indirektnih i direktnih pitanja ističe da im je islamski aspekt poslovanja bitan. Na osnovu ovog stava većina ispitanika će izbjegavati ostavljanje novca na štednim računima kod banka, odnosno ovaj vid štednje nije atraktivan za većinu ispitanika.

Slika 4. Da li je islamski aspekt poslovanja bitan za ispitanike?



Ovo postaje još jasnije kada se analiziraju konkretni odgovori gdje su pojedinci spremni da ostave svoju uštedevinu. Samo 16,7% ispitanika je spremna ostaviti svoju uštedevinu na klasičnim računima. Dodatnih 13,6% je spremna kooperirati sa klasičnim bankama, ali ne uzima kamata zbog vjerske zabrane. Čak 30,3% ispitanika nije spremna saradivati sa postojećim finansijskim institucijama i zato gomila svoju uštedevinu van finansijskih institucija. Ipak 39,4% ispitanika je spremna uložiti svoju uštedevinu u oblik partnerstva, što je pozitivno sa aspekta prihvatanja islamskog bankarstva. Pored ove grupe, ispitanici koji su izabrali drugi i treći odgovor su potencijalni klijenti islamske banke. Mada vjerovatno ova grupa nije spremna preuzeti visok rizik.

Slika 5. Izbor ispitanika za gdje su spremni ostavljati svoju ušteđevinu

Procenat iz prethodnih pitanja ukazuje da postoji spremnost ostavljanja novca uz rizik, tj. mogućnost gubitka dijela i potpunog gubitka uloga. Ali detaljnija pitanja iz oblasti investiranja pokazuju da postoji velik stepen odbojnost od rizika. Čak 95,0% onih ispitanika, koji su spremni da ostave novac u islamsku banku, nisu spremni preuzeti rizik. Ovo nije posebnost za ovu grupu ispitanika, nego i 93,9% svih ispitanika nisu spremni preuzeti rizik kod investicija, tj. uvijek biraju alternativu sa minimalnim rizikom.

Provjera spremnosti za rizik urađena prema klasičnim pitanjima iz bihevioralnih finansija, kao što je: "*Pretpostavimo da možete da investirate Vaš novac na dva načina od kojeg morate da birate jedan:*

- a) *investirati tako da će te najvjerovatnije dobiti 5.000 eura, ali postoji rizik da neće dobiti ništa*
- b) *investirati tako da ćete uzeti sigurnih 2.500 eura bez rizika"*

78,8% ukupnih ispitanika biralo je alternativu "b", što potvrđuju i prethodna istraživanja da ispitanici biraju alternative sa minimalnim rizikom.

Ovim je i potvrđena druga hipoteza. Potvrda druge hipoteze vodi do posljedice da islamske banke moraju nuditi štedne račune sa minimalnom vjerovatnoćom gubitka, tj. investiranje u projekte koje omogućavaju relativno sigurnu dobit (npr. iznajmljivanje nekretnina i sl.). Da se pretpostavi da određeni broj klijenata će čak pozajmiti novac islamskoj banci bez prava na udio u dobiti, ali i bez mogućnost gubitka uloga.

Ovo pokazuje i donja tabela, gdje su 80,8% onih ispitanika, koji su odabrali opciju "partnerstvo" kao oblik ostavljanje štednje, zaokružili da žele "sigurne" prihode sa minimalnim rizikom. S druge strane, oni koji su zaokružili opciju "gomilanje" su već spremnije preuzeti rizik, što ukazuje na činjenicu da trenutno ne vide adekvatnu investicionu alternativu za svoju ušteđevinu.

Tabela 5. Unakrsna tabela između varijabli "Ostavljanje uštedevine" i "Preuzimanje rizika"

		Štednja		Ukupno
		1	2	
Ostavljanje štednje	Klasični štedni račun	15,2%	1,5%	16,7%
	Štedni račun bez kamate	12,1%	1,5%	13,6%
	Gomilanje kod kuće	19,7%	10,6%	30,3%
	Ulaganje u obliku partnerstva	31,8%	7,6%	39,4%
Ukupno		78,8%	21,2%	100,0%

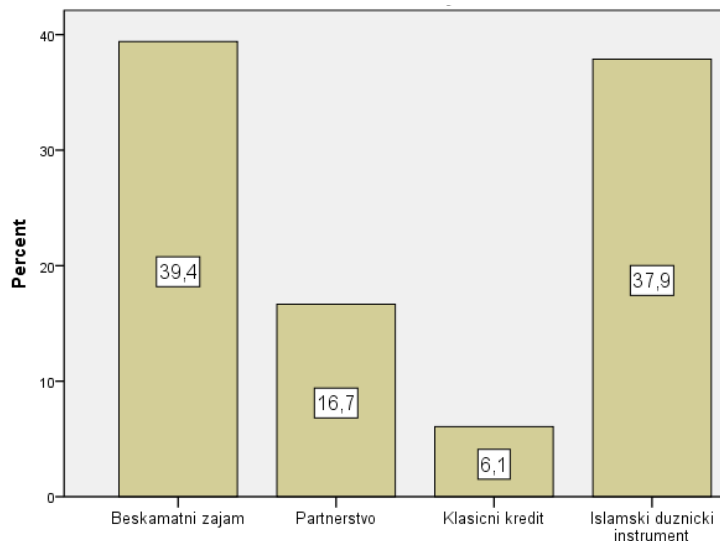
Visok stepen gomilanja novca implicira da većina ispitanika izbjegava korišćenje transakcija sa postojećim bankama. Naprimjer, na pitanje da li pojedinci preferiraju isplatu svoje zarade na tekući račun ili gotovinski, samo 53% ispitanika izabralo je prvu opciju, što ukazuje na činjenicu da veliki broj ispitanika izbjegava čak posjedovanje tekućeg računa. Također, čak 74,2% ispitanika vrši svoje plaćanje gotovinski, a ne putem bezgotovinskih instrumenata plaćanja. Na osnovu ovih odgovora ne možemo potvrditi treću hipotezu, ali postoji opreznost kod korišćenja pojedinih instrumenata postojećih banaka, koja se ne odnosi samo na šerijatski aspekt poslovanja. Ovaj odgovor pokazuje da postoji nepovjerenje prema ovim modernim načinima plaćanja. Tako da se da zaključiti da su pojedinci spremni koristiti tekući račun za prijem novca i eventualno korišćenje običnih naloga za plaćanje (nalog za uplatu, isplatu i prenos). Ali platne kartice kao i štedni računi klasičnih banaka nisu popularni.

Četvrta hipoteza se odnosi na autonomnost banke, gdje će se investirati prikupljeni novac. Ovim pitanjima želeli smo provjeriti da li je ispitanicima bitno gdje će se uložiti prikupljeni novac. Po ovoj grupi pitanja, 68,2% svih ispitanika je dala odgovore da im je bitno da druga strana radi po određenim pravilima. Za buduće islamske banke bitno će biti da transparentno ukazuju gdje i kako se ulaže prikupljena štednja. Prije svega poslovanje u skladu sa islamskim načelima mora se istaknuti i objasniti budućim štedišama.

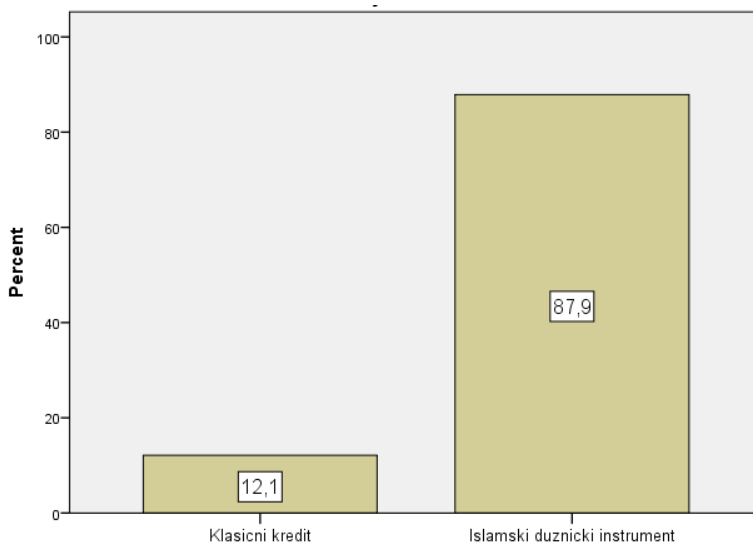
Peta hipoteza želi provjeriti spremnost pojedinca da potraže sredstva od islamske banke. 54,6% ispitanika je spremno koristiti islamske finansijske instrumente, što potvrđuje četvrtu hipotezu. Ali ovdje je bitna raspodjela, tj. koji instrumenti se najviše traže. Većina ispitanika preferira beskamatni zajam. Često postoji pogrešno shvatanje kod pojedinaca da islamsko bankarstvo predstavlja način dobijanja beskamatnog zajma. Ovo pitanje jasno pokazuje da ispitanici izbjegavaju finansijske institucije kod pribavljanja novca, što ukazuje na manjak povjerenja. Međutim, da se pretpostavi da bi određeni broj ispitanika iz ove grupe prihvatila islamske finansijske instrumente. Većina ispitanika želi da pozajmi novac kod prijatelja, naravno ukoliko je to moguće i normalno bez kamate. Na drugom mjestu se nalazi opcija islamskog dužničkog finansiranja, prije svega kupovine fizičkog predmeta na odloženo plaćanje ili lizinga. Tek na trećem mjestu je partnerstvo. Ovaj grafikon potvrđuje pomoćnu hipotezu da pojedinci izbjegavaju partnerstvo i preferiraju

dužničke instrumente. Ovo istraživanje potvrđuje ponašanje korisnika sredstva iz drugih zemalja koji često izbegavaju partnerstvo nego koriste islamske dužničke instrumente.

Slika 6. Koji način finansiranja preferiraju ispitanici?



Slika 7. Da li ispitanici preferiraju klasično ili islamsko dužničko finansiranje



Zanimljivo je istaknuti jasan odgovor ispitanika povodom kredita od banaka: samo 12,1% ispitanika je birala opciju "Klasični krediti", dok 87,9% jednu ponuđeni alternativu iz oblasti islamskog dužničkog finansiranja, iako je opis druge opcije dosta nejasna za neupućene u instrumente islamskog bankarstva. Ovakav odgovor je znak velikog tržišnog potencijala za islamske banke. Mada ovdje treba također istaknuti da nije samo bitan dizajn jednog finansijskog instrumenta, nego i iznos

finansijskih troškova. Ukoliko su islamski finansijski instrumenti znatno skuplji od klasičnih kredita, tada se islamske banke, naravno, ne mogu nadati velikoj potražnji.

ZAKLJUČAK

Na osnovu našeg pilot istraživanja možemo zaključiti određene smjernice o finansijskom ponašanju pojedinaca na području sjevernog Sandžaka. Kod formiranja uzorka, istraživači su se suočili izazovom formiranjem reprezentativne grupe. Glavni je izazov bio ubijediti osobe iznad pedeset godina da učestvuju u istraživanju. Zato je udio ove grupe relativno mali, dok je udio grupe od 30-39 godina veći nego što je u ukupnoj populaciji. Također, udio ispitanika sa nižim ili srednjem obrazovanju je trebao biti veći. Ali, ovdje je, također, bio glavni izazov ubijediti pojedince da učestvuju u istraživanju. Za buduća istraživanja će biti neophodna klasifikacija ispitanika prema polu i mjestu boravka da bi se dobili još precizniji podaci. Istraživanje je pokazalo da treba pojedina pitanja iz anketnog upitnika modifikovati zbog lakšeg razumijevanja, s jedne strane, i preciznosti dobijanja iskrenijih odgovora od strane ispitanika.

Uprkos ovih izazova, može se tvrditi da se radi o prvom istraživanju o stepenu prihvatanja islamskog bankarstva u Sandžaku. Istraživanje nam daje informaciju da postoji veliko interesovanje o islamskom bankarstvu, jer je većina ispitanika načelno spremna da saraduje sa jednom bankom, koja posluje prema islamskim načelima. Ovaj veliki tržišni potencijal nastaje zbog činjenice jer većina pojedinaca izbjegava koristiti klasične štedne račune, koji se nude od strane banaka, zbog izbjegavanje kamate. Zato, većina ispitanika svodi kontakt sa postojećim bankama na nivo posjedovanje tekućeg računa i vršenje platnog prometa klasičnim nalogima. Međutim, veliki tržišni potencijal ne znači da će svaka islamska banka imati automatski veliki broj klijenata. Ispitanici su istakli da im je islamski dozvoljen način poslovanja banke od izuzetne važnosti. Tako da će svaka buduća islamska banka morati da objasni svoj način rada potencijalnim klijentima. Ovo istraživanje je pokazalo da je stepen znanja o islamskom bankarstvu dosta nizak.

Drugi izazov buduće islamske banke jeste što većina ispitanika izbjegava štedne račune sa mogućnost gubitkom. Ovdje će biti neophodno da islamska banka nudi finansijske proizvode (odnosno štedne račune) po uzoru na investicione fondove. Znači za svaku ciljnu grupu nude se račune koji sadrže određeni nivo rizika. Na taj način se i islamskoj banci diktira na koji način može investirati prikupljenu štednju. Obzirom da većina ispitanika izbjegava rizik, islamska banka će morati investirati, prije svega, putem islamski dužničkih instrumenata da bi smanjila rizik gubitka. Ovom načinu investiranja ide u prilog činjenica da većina ispitanika preferira finansiranje putem ovih dužničkih ugovora, umjesto partnerskih ugovora. Tako da se da pretpostaviti da će primjena partnerskih ugovora biti smanjena na minimum. Partnerski ugovori bi se vjerovatno primijenili prije svega kod investiranja u poznate kompanije (naprimjer kupovina akcija), jer je ovdje poslovni rizik niži, ili kada se nude posebni računi, odnosno fondovi, za investitori koji su spremni preuzeti velik rizik zbog mogućeg velikog profita.

BIBLIOGRAFIJA

1. Ahmad, N., Haron, S., Perception of Malaysian Corporate Customers towards Islamic Banking Products & Services, *International Journal of Islamic Financial Services*, 3 (4)
2. Bećirović, S. & Dudić, A. (2013) Izazovi kod osnivanja islamskih banaka, *Ekonomski izazovi*, 3, str. 78-96.
3. Bećirović, S., Plojović, Š., & Ujkanović, E. (2012) Uticaj investicija sa fiksnim prihodom na razvoj preduzetništva, *Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici*, 27, str. 187-199.
4. Dudić, A. (2012) Islamsko bankarstvo - Novi koncept bankarstva, *Ekonomski izazovi*, 2, str. 101-110.
5. El Gamal, M. A. (2007) *Incoherence of Contract-Based Islamic Financial Jurisprudence in the Age of Financial Engineering*, članak dostupan na: <http://www.ruf.rice.edu/~elgamal/files/incoherence.pdf>
6. El Naggari, A. (1981) *Zinslose Sparkassen – Ein Entwicklungsprojekt im Nil-Delta*, Köln: Al-Kitab Verlag.
7. Haron, S., Yamirudeng, K., Islamic Banking in Thailand: Prospects and Challenges, *International Journal of Islamic Financial Services*, 5 (2)
8. Iqbal, M., Ahmad, A. & Khan, T. (1998) *Challenges Facing Islamic Banking*. Jeddah: Islamic Research and Training Institute.
9. Kahf, M., Khan, T. (1988) *Principles of Islamic Finance: a Survey*. Jeddah: Islamic Research and Training Institute.
10. Mehra, R. & Prescott, E. C. (1985) The equity premium – a puzzle, *Journal of Monetary Economics*, 15, pp. 145-161.
11. Obaidullah, M. (2005) *Islamic Financial Services*. Jeddah: Islamic Economics Research Centre.
12. Othman, A., Owen, L., Adopting and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House, *International Journal of Islamic Financial Services*, 3 (1)
13. Plojović, Š. (2008) *Statistika*. Novi Pazar: Univerzitet u Novom Pazaru.
14. Republički zavod za Statistiku (2012) *Opštine i regioni u Republici Srbiji, 2012*. Beograd: Republički zavod za Statistiku.
15. Usmani, M. T. (2003) *Uvod u islamske finansije*. Živnice: Selsebil.

RESUME

Islamic banking has been growing continuously during the last forty years. We can find Islamic banks in more and more countries - with and without a majority Muslim population. Therefore, this research had the goal to analyse whether an Islamic bank can be established in the north of Sandzak region. One of the reasons why Sandzak has been chosen is that this region has a majority Muslim population. Thus, it was expected that Islamic banking will be attractive to them, because interest is forbidden for Muslims.

The research has shown that there is keen interest about Islamic banking, because the majority of polled individuals are ready to cooperate with an Islamic bank. This great market potential exists because the majority of the population avoid

transactions with standard banks. This was most evident by the fact that only a small number of polled individuals was prepared to put their savings in a standard savings account. The current contact between standard banks and polled individuals is only on the level of current accounts for payment transactions and to a limited degree on savings account, but without taking interest by the customer.

Moreover, the research has revealed that is very important that an Islamic bank operates according to Islamic norms. So it will be indispensable by any future investors to explain in detail the concept of Islamic banking. This is also necessary, because we found out that the knowledge about Islamic banking is very low.

Another challenge for a future Islamic bank will be that the risk averseness of savers. The absolute majority of polled individuals is not willing to accept the possibility of losing their savings. Therefore, an Islamic bank has to offer financial products like investment funds do, i.e. for every type of investor a different fund. Because majority of investors are not willing to take high risks, a future Islamic bank will concentrate on Islamic debt-based financial contracts, which contain a lower risk level than partnership contracts. Thus, the use of partnership contracts by Islamic banks will be relatively low. This fact is evident by almost all present Islamic banks today. The exception would be special funds (or accounts) which would be offered to investors, willing to take high risks for high profits.

MOGUĆNOSTI TRANZICIJSKOG POTENCIJALA BH SPORTA KAO I NJEGOVOG USPJEŠNIJEG POVEZIVANJA SA UKUPNOM BOSANSKOHERCEGOVAČKOM TURISTIČKOM PONUDOM

Besim Redžepagić, dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
besim.redzepagic@yahoo.com

Šemsudin Plojović, prof. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
s.plojovic@uninp.edu.rs

Enis Ujkanović, doc. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
e.ujkanovic@uninp.edu.rs

Apstrakt

Karakteristike postsocijalističkih zemalja, pa i zemalja bivše Jugoslavije je da su imali i dalje imaju izuzetne sportske potencijale ali se ti potencijali ne smatraju dovoljno materijaliziranim, odnosno ne prepoznaju u svojstvu potencijalnih faktora razvoja njihovih vlastitih ekonomija i samoodrživog razvoja koncepta sporta.

Bosna i Hercegovina kao i ostale zemlje u tranziciji, zahvaljujući atraktivnosti sporta, šansu za razvoj vlastite ekonomije pronalazi u povezivanju sporta sa drugim društveno komplementarnim djelatnostima (turizam, ugostiteljstvo, kultura, obrazovanje, trgovina, ekološki zdrava hrana i sl.) i na taj način povećava nivo zainteresovanosti za potencijalna ulaganja. Upravo se na ovim tezama i zasniva istraživanje autora koji su pokušali istražiti faktore koji utiču na razvoj tranzicijskog potencijala BH sporta i njegovog povezivanja sa turističkom ponudom.

Ključne riječi: sportski proizvod, tržište, turizam, menadžment u sportu

POSSIBILITIES OF THE TRANSITIONAL POTENTIAL OF BOSNIAN SPORTS AND ITS MORE SUCCESSFUL COMBINATION WITH THE BOSNIAN TOURIST OFFER

Abstract

Characteristics of post-socialist countries, including the countries of the former Yugoslavia, are that they had, and still have, an exceptional sporting potential, but these resources are not sufficiently materialized, i.e. they are not being recognized as a potential factor for the

development of the respective economic system, and a sustainable development of the concept of sports.

Bosnia and Herzegovina, as other countries in transition, due to the attractiveness of sports, see a chance for the development of their own economy by linking sports with other socially complementary activities (tourism, hospitality, culture, education, trade, healthy food, etc.) and so want to increase the level of interest for potential investments. In this research, the authors tried to explore the factors that influence the development of the transition potential of Bosnian sports and its connection with its tourist offer.

Keywords: sports product, market, tourism, sports management

JEL codes: L83

UVOD

Ovaj rad predstavlja naučno objektiviziranu analizu sportskog tržišta Kantona Sarajevo u procesima tranzicije bosanskohercegovačkog društva zasnovanom na konceptu savremenog marketinga. Provedeno istraživanje imalo je fazni karakter i uključivalo je propitivanje zastupljenosti sportskih proizvoda koje na tržištu sporta nude domaće i inostrane sportske organizacije kao i konzumiranje sportskog proizvoda u obliku sportsko rekreacijskih sadržaja.

Cilj i svrha istraživanja odnosila se na analizu zastupljenosti sportskih proizvoda (osnovni i komplementarni sportski proizvodi) koji se na ovom tržištu sporta nude, a čiji sportovi prema dosadašnjim istraživanjima imaju visok nivo marketinškog i poduzetničkog potencijala, te je na osnovu toga izvršena procjena tranzicijskog potencijala sportskog tržišta kroz ciljne segmente sportskih potrošača (građana) koji konzumiraju sportske proizvode. Samo prikupljanje podataka se odvijalo u dvije faze koje su vezane za sportsku i opću javnost kao izvore informacija u kontekstu marketinške analize ciljne javnosti. Istraživanjem su obuhvaćene varijable koje su se ticale tranzicijskih mogućnosti BH sporta kao i potencijala sportskog tržišta Kantona Sarajevo, te su na osnovu toga procijenjeni kvaliteti pojedinih BH sportova, njihova atraktivnost i praćenje putem TV-a. Važan segment analize odnosio se na demografske faktore koji doprinose boljoj percepciji sportskog proizvoda od strane potencijalnih korisnika (broj stanovnika, pol, starosna dob, obrazovna struktura, zaposlenost, mjesečna plata itd.).

Rezultati istraživanja nesumnjivo upućuju na to da se povećanjem ekonomskih ulaganja u sportsku djelatnost povećava i potražnja za sportskim proizvodima na tržištu Kantona Sarajevo i na taj način snaže njegovi ukupni tranzicijski potencijali. Također je zaključeno da je tranzicijski potencijal BH sporta uslovljen transferom savremenih znanja o sportu putem povećanja nivo edukacije sportskih menadžera. Ono što se u daljnjim analizama pokazalo bitnim za tranzicijski potencijal BH sporta jeste i potreba opće javnosti za kvalitetnim sportskim proizvodima bilo da se oni nude izravno na sportskim terenima ili putem televizije.

U tom smislu utvrđeno je da razvojni potencijali sportskog tržišta Kantona Sarajevo zavisi od veće zastupljenosti vrhunskog sporta.

PREDMET ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja baziran je na analizi tržišta Kantona Sarajevo i to svih njegovih devet općina (Stari grad, Centar, Novo Sarajevo, Novi grad, Ilidža, Hadžići, Trnovo, Vogošća i Ilijaš) koja se odnosi na ciljne skupine opšte i sportske javnosti. Uži kontekst predmetnog istraživanja zasnovan je na procjeni ekonomskih potencijala sportske djelatnosti u okviru tranzicijskih mogućnosti bosanskohercegovačkog društva. U tom smislu analizirani su odnosi između ponuđenog sportskog proizvoda s jedne strane i konzumiranja takvih proizvoda sa druge strane, bez obzira da li se takvi proizvodi nude u formi domaćih, internacionalnih ili individualno rekreativnih sportskih sadržaja. Plojović Š. iznosi zanimljivo stajalište po kojem bi sportski klub u idealnim uslovima trebao da bude organizovan kao akcionarsko društvo kojim bi upravljali akcionari. Ovakvo stajalište obrazlaže „vjekovnom“ ekonomskom praksom koja upućuje na zaključak da se društvena imovina koristi kao svoja, a čuva kao tuđa i da je najprofitabilniji oblik organizovanja kapitala akcionarsko društvo. Na taj način bi menadžment sportskog kluba imao zadatak da klub ostvaruje prihode od svog poslovanja, a prihodi bi se uglavnom ostvarivali putem: članarina, sponzorstava, iznajmljivanja sportskih objekata, transfera igrača i sl. [5]

PROBLEM ISTRAŽIVANJA

Problem istraživanja odnosi se na procjenu aktuelnih tranzicijskih potencijala sportskih proizvoda zastupljenih na cjelokupnom području Kantona Sarajevo u dijelu ciljnih segmenta opšte i sportske javnosti čiji stavovi i mišljenja imaju veoma važnu ulogu između ponuđene kvalitete sportskog proizvoda i ostvarenog profita na sportskom tržištu.

Nadalje, razrada problema posebno je usmjerena na istraživanje segmenta sportske javnosti u kontekstu efikasnog upravljanja procesima marketinga unutar sportskih organizacija Kantona Sarajevo. Poseban problem ovog istraživanja odnosio se pitanje plasman osnovnog, komplementarnog i jednostavno integriranog sportskog proizvoda na sportskom tržištu te provođenju vlastitih aktivnosti, kojima se obezbjeđuje funkcionisanje sporta kao biznisa. S tim u vezi propitivani su stavovi i mišljenja koja se odnosili na unaprijeđenja bosanskohercegovačkog sporta u budućnosti.

CILJ I ZADACI ISTRAŽIVANJA

Na osnovu definiranog predmeta i problema istraživanja, ekstrahovani su ciljevi istraživanja.

Generalni cilj istraživanja je utvrđivanje povezanosti i uticaja sportskih proizvoda na sportskom tržištu Kantona Sarajevo koji mogu poslužiti kao indikatori procjene ukupnog tranzicijskog potencijala bosanskohercegovačke sportske djelatnosti na osnovu kojih se podiže nivo ekonomskih ulaganja, snaži privredna djelatnost i povećava ukupni nivo društvenog kapitala.

Na osnovu metodološko teoretskih, ali i primijenjeno znanstvenih iskustava istraživanjem su većim dijelom objektivizirane mogućnosti sportske djelatnosti koje u tranzicionim uslovima po svojoj funkciji predstavljaju značajan alokator resursa ali i mogući generator ukupnog društvenog kapitala.

Polazeći od ciljeva postavljeni su osnovni zadaci:

- Istraživanje sportskog tržišta sa stanovišta primjene marketinških tehnika u domenu “sporta kao biznisa”.
- Istraživanje zastupljenosti sportskih proizvoda na sportskom tržištu Kantona Sarajevo

OSNOVNE HIPOTEZE

Istraživanja u ovom radu zasnovana su na slijedećim hipotezama:

Generalna hipoteza:

HG. Mogućnosti tranzicijskog potencijala BH sporta kao i njegovog uspješnijeg povezivanja sa ukupnom bosanskohercegovačkom turističkom ponudom (složeno integrirani sportski proizvod) uvjetovana je povećanjem ekonomskih ulaganja u sportsku djelatnost iz budžeta javne vlasti, inoviranim zakonskim rješenjima, te vlastitim marketinškim aktivnostima sportskih organizacija.

METODOLOGIJA RADA

Istraživanje provedeno u sklopu ovog rada za cilj je imalo opis pojava koje se tiču tranzicijskih procesa u BH sportu, te stanja koje se odnosi na pojedine sportove izdvojene kao interesantne na tržištu od strane sportske i opće javnosti.

Također, nastojalo se ispitati kakvi su to faktori koji uslovljavaju sam tržišni potencijal i otkriti modele predikcije samog tržišnog potencijala BH sporta, a na osnovu tih faktora koji su identificirani kao bitni od strane sportske i opće javnosti prepoznati mogući razvoj BH sporta u budućnosti.

Sadržajno istraživanje je imalo dvije faze i to:

1. Prva faza, sadržavala je deskriptivnu analizu sa svim relevantnim statističkim parametrima, pri čemu su identificirani oblici konzumiranja domaćeg osnovnog i komplementarnog sportskog proizvoda od strane aktivnih i pasivnih potrošača na području devet općina Kantona Sarajevo. Zatim je izvršena analiza i procjena konzumiranja rekreativnih sadržaja od strane aktivnih potrošača takođe na svih devet općina Kantona Sarajevo, procjena TV gledanosti. Ključ prve faze istraživanja bila je identifikacija tranzicijskog potencijala BH sporta i mogućnosti povezivanja sa ukupnom bosanskohercegovačkom turističkom ponudom.
2. U drugoj fazi istraživanja izvršena je analiza sportske javnosti sa aspekta predloženih strategija unaprijeđenja BH sporta u budućnosti, te je procijenjen poslovni uspjeh, struktura i način ostvarivanja zarade analiziranih sportskih organizacija, koji su poslužili u svrhu procjene ukupnog poboljšanja BH sporta u budućnosti.

INSTRUMENTI ISTRAŽIVANJA

Osnovni instrumenti prikupljanja podataka jesu anketni upitnici, zapravo dvije forme anketnih upitnika od kojih je jedan namijenjen za prikupljanje podataka na ispitanicima i uposlenicima sportskih organizacija koji predstavljaju tzv. sportsku javnost a drugi je namijenjen za prikupljanje podataka na ispitanicima koji predstavljaju tzv. opću javnost.

METODOLOŠKI POSTUPAK ANALIZE STAVOVA SPORTSKE JAVNOSTI KOJI DETERMINIRAJU HIPOTEZU HG

Nezavisne varijable ili prediktori su indikatori percipiranih ekonomskih ulaganja od strane sportske javnosti u odnosu na realnu finansijsku podršku, zakonodavstvo te sistemska uređenja od strane javne vlasti bosanskohercegovačkog društva.

Kao zavisne varijable (indikatori) tranzicijskog potencijala BH sporta navedeni su stavovi percipirani od strane sportske javnosti (sportskih organizacija) koji se odnose na sljedeće:

1. Percepcija nogometa kao kvalitetnog sporta (FKS) (*predstavlja binarnu varijablu sa vrijednostima 0 što znači da sport nije naveden kao kvalitetan i 1 što znači da je sport naveden kao kvalitetan*),
2. Percepcija borilačkih sportovova kao kvalitetnog sporta (BSKS), (*predstavlja binarnu varijablu sa vrijednostima 0 što znači da sport nije naveden kao kvalitetan i 1 što znači da je sport naveden kao kvalitetan*),
3. Percepcija sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta (SOKS) (*predstavlja binarnu varijablu sa vrijednostima 0 što znači da sport nije naveden kao kvalitetan i 1 što znači da je sport naveden kao kvalitetan*),
4. Percepcija košarke kao kvalitetnog sporta (KKS) (*predstavlja binarnu varijablu sa vrijednostima 0 što znači da sport nije naveden kao kvalitetan i 1 što znači da je sport naveden kao kvalitetan*),
5. Percepcija mogućeg doprinosa BH društvu kroz jačanje kvaliteta sporta (*predstavlja binarnu varijablu sa vrijednostima 0 što znači da nije navedeno da sport kroz kvalitet predstavlja doprinos društvu 1 što znači da jeste navedeno da sport kroz kvalitet predstavlja doprinos društvu*),
6. Razvoj i popularizacija BH sporta kao percipirani cilj sportskih organizacija (*binarna varijabla koja ima vrijednosti 0, što znači da nije navedeno kao cilj i 1 što znači da je navedeno kao cilj sportske organizacije*).

Svaka varijabla koja se odnosi na ekonomski doprinos i ciljeve sportskih organizacija predstavlja rezultat kvalitativne analize odgovora uposlenika i menadžera sportskih organizacija obuhvaćenih ovim istraživanjem.

Kao prediktorske varijable ili nezavisne varijable u modelima predikcije komponenti tranzicijskog potencijala bosnskohercegovačkog sporta uzete su:

1. Zakonske promjene (ZP)
2. Finansijska ulaganja javne vlasti (FU)
3. Ulaganja u trenažne procese i edukaciju (UTPE)
4. Ulaganja u omladinski pogon i školstvo (UOPŠ)

5. Ukupan budžet za sportsku sezonu (UBSZ),
6. Prihodi od članarina (PČ),
7. Prihodi od budžetskih sredstava (PBS),
8. Prihodi od donacija (PD),
9. Prihodi od sponzorstva (PS),
10. Prihodi od iznajmljivanja prostora (PIP),
11. Prihodi od igara na sreću (PIS)
12. Ostale vrste prihoda (OVP);
13. Pol uposlenika i menadžera sportskih organizacija
14. Iskustvo menadžera u radu u sportskim organizacijama
15. Radna etika i motivacija (REM),
16. Stručno znanje u sportu (SZUS),
17. Menadžerske i organizacijske sposobnosti (MOS)

U postupku daljnje analize dat je prikaz rezultata korelacijskih i regresijskih vrijednosti koje se tiču povezanosti nezavisnih varijabli mogućnosti ekonomskog ulaganja u BH sport i stručnog osposobljavanja menadžera sporta, kao i varijabli mogućih sistemskih promjena od strane domaćih vlasti.

Za dokazivanje hipoteze HG, potrebne analize su provedene na temelju prethodno utvrđenih indikatora, (ukupno 6), a svaki od njih pojedinačno uključuje: korelacijsku analizu, regresijsku logističku analizu sa tri tabele koje uključuju postupak testiranja modela predikcije u cijelosti (prve dvije tabele pseudo korelacija i omnibus test) i tabelu značajnih elemenata modela predikcije (treća tabela regresijskih koeficijenata).

INDIKATORI KOJI DETERMINIRAJU HIPOTEZU HG

PRVI INDIKATOR-PERCEPCIJA NOGOMETA KAO KVALITETNOG SPORTA

Tabela 1. Ispitivanje povezanosti varijabli ekonomskog i stručnog ulaganja u BiH sport, sa aspekta percepcije nogometa kao kvalitetnog sporta

Set	Prediktor	Koeficijent korelacije	Razina značajnosti p	
Ekonomsko ulaganje, stručno ulaganje i sistemske promjene od strane vlasti	ZP	-0,007	0,959	
	FU	0,290	0,039 *	
	UTPE	-0,172	0,227	
	UOPŠ	-0,159	0,265	
	UBSZ	-0,120	0,401	
Prihodi	PČ	-0,039	0,787	
	PBS	-0,131	0,361	
	PD	0,156	0,275	
	PS	-0,091	0,526	
	PIP	-0,063	0,659	
	PIS	-0,074	0,605	
	OVP	-0,119	0,404	
	Socio-demografske karakteristike	Pol	-0,035	0,806
		Iskustvo	0,055	0,700
	Profesionalno ponašanje	REM	-0,159	0,265

SZUS	0,182	0,200
MOS	-0,277	0,049 *

* korelacija je statistički značajna na nivou manjem od 5%

Kako se vidi iz tabele, jedan je indikator ekonomskog ulaganja povezan sa percepcijom Nogometa kako kvalitetnog sporta i to indikator pod nazivom Finansijsko ulaganje od sredstava javnih vlasti (FU). U prosjeku, ako se u Nogomet više finansijski ulaže, onda je veća i percepcija njegovog kvaliteta. S druge strane, varijabla Menadžerske i organizacijske sposobnosti (MOS), značajno ali negativnog koreliraju sa Nogometom kao percipiranim kvalitetnim sportom.

To znači, ako sportska javnost smatra da su ove sposobnosti najbitnije za razvijanje sporta, u manjoj mjeri će percipirati nogomet kao kvalitetan sport. Jedno od razloga za ovakav odnos varijabli jeste vjerovatno i veći kritički otklon u procjeni kvaliteta sporta kod onih menadžera koji smatraju da su menadžerske i organizacijske sposobnosti bitne za razvitak nogometa. Dakle, kod te kategorije sportske javnosti postoje stroži standardi za ocjenu kvaliteta nogometa.

Ostale varijable ekonomskih ulaganja, socio-demografske karakteristike ispitanika, te izvori finansijskog ulaganja nisu značajno povezani sa percepcijom nogometa kao kvalitetnog sporta.

U narednom dijelu je dat prikaz rezultata logističke regresijske analize u kojoj je izolovan jedan značajan model predikcije percepcije nogometa kao kvalitetnog sporta. Model uključuje samo varijablu Finansijska ulaganja, jer ostale varijable, pa i Menadžerske i organizacijske sposobnosti, ne doprinose značajno mogućnostima predikcije modela.

Tabela 2. Vrijednosti pseudokorelacijskih koeficijenata determinacije u izolovanom modelu predikcije percepcije kvaliteta nogometa

Model	-2 Log likelihood	Coxov & Snellov R ²	Nagelkerkeov R ²
1	37,039	0,071	0,129

Prema vrijednostima pseudokorelacijskih¹ koeficijenata determinacije², može se zaključiti da izolovani model može objasniti između 7,1 i 12,9 % varijacija ili razlika u odgovorima koji se tiču percepcije Nogometa kao kvalitetnog sporta.

¹ Pseudokorelacijski koeficijenti su tako nazvani jer ne predstavljaju koeficijent prave multiple korelacije, nego njenu procjenu pod pretpostavkom kakva bi bila ta korelacija da je kriterijska ili zavisna varijabla kontinualna. U logističkoj regresiji, uzimaju se u obzir dva takva koeficijenta, od kojih jedan predstavlja blaži kriterij ili gornju vrijednost korelacije (Nagelkerkeov), a drugi predstavlja strožiji kriterij ili donju procijenjenu vrijednost korelacije (Coxov i Snellov). tj. kvadrata korelacije.

² Koeficijent determinacije je kvadrat koeficijenta korelacije i on predstavlja proporciju varijanse koja je zajednička nezavisnim varijablama, s jedne, i zavisnoj varijabli s druge strane. Dakle, o je proporcija zajedničke varijanse nezavisnih varijabli i zavisne varijable (ova proporcija pomnožena sa 100 daje procent).

Tabela 3. Omnibus test značajnosti izolovanog modela predikcije percepcije kvaliteta nogometa

Model		Hi-kvadrat	Stupanj slobode	Razina značajnosti p
1	Korak	3,756	1	0,05 *
	Blok	3,756	1	0,05 *
	Model	3,756	1	0,05 *

* Hi-kvadrat je statistički značajan na nivou manjem od 5%

Iz tabele omnibus³ testova se vidi da je model predikcije u cijelosti statistički značajan i to na nivou manjem od 5% i na osnovu modela koji uključuje prediktorsku varijablu Finansijska ulaganja (FU), precizno se predviđa kakvu percepciju nogometa kao kvalitetnog sporta ima sportska javnost.

Tabela 4. Vrijednosti i značajnost regresijskih koeficijenata prediktora uključenog u model predikcije percepcije kvaliteta nogometa (NK)

Model	Prediktor	B	St. pogreška B	Wald	Stupanj slobode	p	Exp(B)
1	Konstantna vrijednost	-2,457	0,602	16,677	1	0,000 **	0,086
	FU	1,646	0,850	3,746	1	0,05 *	5,185

* regresijski koeficijent je statistički značajan na nivou manjem od 5%

** regresijski koeficijent je statistički značajan na nivou manjem od 1%

Iz tabele 4 je uočljivo da model uključuje samo konstantu i prediktor Finansijska ulaganja. Vrijednosti regresijskog koeficijenta⁴ i koeficijenta vjerovatnoće⁵ su pozitivni. Prema tim vrijednostima, ako sportska javnost smatra da je finansijsko ulaganje u sport potrebno za razvoj samog sporta, vjerovatnost da će ista ta javnost percipirati nogomet kao kvalitetan sport veća je za oko 5 puta.

Iako model, ne uključuje ostale navedene nezavisne varijable i indikatore, a budući da je izolovan jedan indikator bitan za predikciju percepcije kvaliteta nogometa, rezultati analize ukazuju da je potvrđena hipoteza HG koja glasi Mogućnosti tranzicijskog potencijala BH sporta kao i njegovog uspješnijeg povezivanja sa ukupnom bosanskohercegovačkom turističkom ponudom (komplementarni sportski

³ Omnibus testa nam govori o performansima modela u cijelosti (kad kažemo u cijelosti onda se misli na sve zajedno što on sadrži, dakle, na sve sadržane prediktore i konstantnu vrijednost a ne na same pojedinačne prediktore). Izražava se kroz Hi-kvadrat test i njegovu značajnost. Ako je značajnost manja od 5% ($p < 0,05$) onda je šansa da je model slučajno dobijen u distribuciji modela tako mala, da se sam model može proglasiti značajno boljim u odnosu na nasumično poagađanje.

⁴ Regresijski koeficijent je dio korelacije između jednog prediktora i zavisne varijable, kada se isključe ili parcijaliziraju svi ostali prediktore. Predstavlja vrijednost na osnovu koje se vidi za koliko se jedinica mijenja vrijednost kriterija ako se vrijednost prediktora promijeni za 1. U grafičkom smislu, na dijagramu se predstavlja kao nagib pravca regresije (pravac koji se dobija plotiranjem vrijednosti nezavisne varijable sa vrijednostima zavisne varijable).

⁵ Koeficijent ili količnik vjerovatnoće nam govori o tome za koliko se promijeni šansa ili vjerovatnoća pripadnosti jednoj od kategorija zavisne varijable (to je najčešće referentna kategorija sa vrijednosti 1) ako se vrijednost prediktora promijeni za 1. Ako je ovaj koeficijent veći od 1, onda označava koliko puta se povećava vjerovatnoća, a ako je manji od 1, onda nam govori za koliko se smanjuje ta vjerovatnoća.

proizvod) uvjetovana je povećanjem ekonomskih ulaganja u sportsku djelatnost iz budžeta javne vlasti.

DRUGI INDIKATOR-PERCEPCIJA BORILAČKIH SPORTOVA KAO KVALITETNOG SPORTA

U narednom dijelu rada su dati prikazi korelacijskih i regresijskih analiza koji se tiču povezanosti varijabli ekonomskog i stručnog ulaganja u BH sport, te varijabli sistemskih promjena od strane domaćih vlasti sa percepcijom Borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova (BSKS) ali ovaj put sa zavisnom varijablom percepcije Borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova.

Tabela 5. Ispitivanje povezanosti varijabli ekonomskog i stručnog ulaganja u BH sport, sa aspekta percepcije Borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova (BSKS)

Set	Prediktor	Koeficijent korelacije	Razina značajnosti p
Ekonomsko ulaganje. stručno ulaganje i sistemske promjene od strane vlasti	ZP	0,278	0,048 *
	FU	-0,259	0,067
	UTPE	0,460	0,001 **
	UOPŠ	-0,118	0,411
Prihodi	UBSZ	0,120	0,401
	PČ	0,208	0,142
	PBS	0,142	0,322
	PD	-0,147	0,302
	PS	-0,018	0,901
	PIP	0,220	0,121
	PIS	-0,032	0,821
	OVP	-0,061	0,669
	Socio-demografske karakteristike	Pol	-0,054
Iskustvo		0,257	0,069
Profesionalno ponašanje	REM	0,010	0,944
	SZUS	0,005	0,970
	MOS	0,012	0,933

* korelacija je statistički značajna na nivou manjem od 5%

** korelacija je statistički značajna na nivou manjem od 1%

Kako se vidi iz korelacijske matrice samo su dva prediktora u značajnoj korelaciji sa percepcijom Borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova (BSKS dalje u tekstu). To su prediktori Zakonske promjene i Ulaganje u trenažne procese i edukaciju (UTPE dalje u tekstu). Obje korelacije su pozitivne i statistički značajne (prva na nivou manjem od 5% a druga na nivou manjem o 1%). To znači, ako sportska javnost

smatra da su Zakonske promjene i ulaganja u kvalitet treninga i edukaciju putevi za poboljšanje sporta generalno, u prosjeku će više i percipirati borilačke sportove kao kvalitetne. U narednom dijelu je urađena analiza modela predikcije vrijednosti opisane percepcije borilačkih sportova od strane sportske javnosti.

Regresijskom analizom su izolovana čak tri modela. Treći model uključuje, pored varijabli UZP i UTPE, i socio-demografsku varijablu Iskustvo rada u sportskoj organizaciji. Iako ova varijabla Iskustva ne korelira značajno sa percepcijom borilačkih sportova, nalaz analize ukazuje na njeno supresorsko⁶ djelovanje u smislu da ona značajno doprinosi predikciji zavisne varijable kada je u kombinaciji sa navedenim varijablama UZP i UTPE.

Tabela 6. Vrijednosti pseudokorelacijskih koeficijenata determinacije u modelu predikcije percepcije Borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova (BSKS)

Model	-2 Log likelihood	Coxov & Snellov R ²	Nagelkerkeov R ²
1	50,315	0,172	0,249
2	38,353	0,345	0,499
3	31,526	0,427	0,618

Kako se vidi jasno iz tabele omnibus testa, prvi model koji uključuje samo prediktor Zakonske promjene može objasniti između 17,2 i 24,9 % varijacija ili razlika u percepciji borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova. Drugi model, koji pored navedenog prediktora UZP uključuje i Ulaganje u trenažne procese i edukaciju objašnjava između 34,5 i 49,9 % varijacija u percepciji borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova. Pored UZP i UTPE, treći model uključuje i varijablu Iskustva rada u sp. organizacijama i može objasniti između 42,7 i čak 61,8 % varijacija u percepciji borilačkih sportova.

Tabela 7. Omnibus test značajnosti izolovanog modela predikcije vrijednosti percepcije Borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova (BSKS)

Model		Hi-kvadrat	Stupanj slobode	Razina značajnosti p
1	Korak	9,630	1	0,002 **
	Blok	9,630	1	0,002 **
	Model	9,630	1	0,002 **
2	Korak	11,962	1	0,001 **
	Blok	21,591	2	0,000 **
	Model	21,591	2	0,000 **
3	Korak	6,827	1	0,009 **
	Blok	28,419	3	0,000 **
	Model	28,419	3	0,000 **

** Hi-kvadrat je statistički značajan na nivou manjem od 1%

⁶ Supresor varijabla ili varijabla sa supresorskim djelovanjem je svaka ona nezavisna varijabla koja nije povezana sa zavisnom varijablom, ali koja kad se kombinuje sa ostalim zavisnim varijablama postaje strukturom kombinacije na osnovu koje se ostvaruje značajno predviđanje vrijednosti zavisne varijable te na taj način doprinosi predikcijskoj moći izolovanog modela.

Kako se vidi iz gornje tabele, svi su Hi-kvadrati statistički značajni na nivoima manjim o 1%, te se može zaključiti da sva tri modela predikcije statistički značajno bolje ostvaruju predikciju odgovora sportske javnosti koja se tiče percepcije borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova u odnosu na slučajno generirano ili nasumično pogađanje.

Tabela 8. Vrijednosti i značajnost regresijskih koeficijenata prediktora uključenih u model predikcije percepcije Borilačkih sportova kao kvalitetnih sportova (BSKS)

Model	Prediktor	B	St. pogreška B	Wald	Stupanj slobode	p	Exp(B)
1	UTPE	2,575	0,906	8,081	1	0,004 **	13,125
	Konstanta	-1,476	0,392	14,184	1	0,000 **	0,229
2	UZP	3,162	1,142	7,664	1	0,006 **	23,625
	UTPE	4,394	1,305	11,335	1	0,001 **	81,000
3	Konstanta	-3,296	1,018	10,475	1	0,001 **	0,037
	UZP	4,699	1,675	7,872	1	0,005 **	109,882
	UTPE	5,470	1,767	9,581	1	0,002 **	237,532
	Iskustvo	1,799	0,833	4,665	1	0,031 *	6,046
	Konstanta	-5,488	1,763	9,687	1	0,002 **	0,004

* regresijski koeficijent je statistički značajan na nivou manjem od 5%

** regresijski koeficijent je statistički značajan na nivou manjem od 1%

Kako se vidi iz gornje tabele, regresijski koeficijent i koeficijent vjerovatnoće varijable UZP je statistički značajan i pozitivan. Dakle, ako sportska javnost smatra da je ulaganje u zakonske promjene faktor napretka sporta u BiH, vjerovatnoća da će ista javnost percipirati borilačke sportove kao kvalitetne raste 13,125 puta u prvom modelu, 23,625 puta u drugom, a čak 109,882 puta u trećem modelu predikcije. Isto tako, regresijski koeficijent i koeficijent vjerovatnoće prediktora Ulaganja u trenažne procese i edukaciju su pozitivni. U prvom modelu, ako sportska javnost smatra da su ulaganja u trenažne procese i edukaciju put za poboljšanje sporta u BiH, vjerovatnost da će percipirati borilačke kao kvalitetne sportove raste čak 81 put u drugom modelu a u trećem modelu 237 puta. U trećem modelu izolovan je još jedan značajan regresijski koeficijent koji se odnosi na prediktor Iskustva rada u sportskim organizacijama. U skladu sa vrijednostima u tabeli, može se zaključiti da vjerovatnoća percepcije borilačkih sportova kao kvalitetnih raste 6 puta ako sportska javnost smatra da je Iskustvo rada u sportskim organizacijama faktor poboljšanja ili unapređenja sporta.

Iako nisu svi prediktori uključeni u modele predikcije i iako nisu pokazali značajne korelacije sa zavisnom varijablom, izolovani modeli predikcije koji su značajni a koji uključuju prediktore UZP, UTPE i Iskustvo, ukazuju da postoje indikatori na osnovu kojih se predviđa percepcija borilačkih sportova kao kvalitetnih i samim time predviđa vrijednost jednog aspekta tranzicijskog potencijala sporta u BiH. Na

taj način se može zaključiti da nalaz ovih analiza govori u prilog postavljenoj hipotezi HG.

TREĆI INDIKATOR-PERCEPCIJA SJEDUĆE ODBOJKE KAO KVALITETNOG SPORTA

U narednom dijelu je dat prikaz korelacijskih i regresijskih analiza koje se tiču povezanosti indikatora ekonomskog i stručnog ulaganja u BiH sport, te varijabli sistemskih promjena od strane domaćih vlasti sa zavisnom varijablom Percepcija Sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta (SOKS) koja je indikator tranzicijskog potencijala BiH sporta.

Tabela 9. Ispitivanje povezanosti varijabli ekonomskog i stručnog ulaganja u BiH sport, sa aspekta percepcije sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta

Set	Prediktor	Koeficijent korelacije	Razina značajnosti p
Ekonomsko ulaganje. stručno ulaganje i sistemske promjene od strane vlasti	ZP	-0,028	0,844
	FU	-0,171	0,231
	UTPE	-0,126	0,379
	UOPŠ	0,308	0,028 *
Prihodi	UBSZ	0,108	0,450
	PČ	-0,035	0,805
	PBS	-0,113	0,428
	PD	-0,102	0,475
	PS	0,379	0,006 **
	PIP	-0,046	0,747
	PIS	-0,009	0,951
	OVP	0,106	0,459
	Socio-demografske karakteristike	Pol	0,056
Iskustvo		-0,136	0,342
Profesionalno ponašanje	REM	0,096	0,505
	SUS	-0,215	0,129
	MOS	0,152	0,288

* korelacija je statistički značajna na nivou manjem od 5%

** korelacija je statistički značajna na nivou manjem od 1%

Iz korelacijske tabele je uočljivo da od varijabli ekonomskog i stručnog ulaganja te sistemskih promjena, samo varijabla Ulaganje u školstvo i omladinski pogon statistički značajno i pozitivno korelira sa percepcijom sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta (korelacija je značajna na nivou manjem od 5%). U prosjeku, ako sportska javnost smatra da je ulaganje u školstvo i omladinski pogon faktor razvoja BiH sporta, veća je šansa da će percipirati sjedeću odbojku kao kvalitetan sport. Od izvora prihoda sportske organizacije, samo varijabla, Prihodi od sponzorstva značajno i pozitivno korelira sa percepcijom sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta (korelacija je pozitivna i značajna na nivou manjem od 1%). U prosjeku, ako sportska organizacija najveći profit percipira kroz prihode od sponzorstva, veća je

šansa da će percipirati sjedeću odbojku kao kvalitetan sport. Ostale varijable ulaganja, sistemskih prijemina, kao i socio-demografske karakteristike uposlenika i profesionalno ponašanje ne koreliraju statistički značajno sa percepcijom sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta.

Tabela 10. Vrijednosti pseudokorelacijskih koeficijenata determinacije u modelu predikcije percepcije Sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta (BSKS)

Model	-2 Log likelihood	Coxov & Snellov R ²	Nagelkerkeov R ²
1	24,337	0,070	0,166

Na osnovu pseudokorelacijskih koeficijenata determinacije, može se zaključiti da izolovani model predikcije dijeli između 7 i 16,6% varijacija u percepciji sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta.

Tabela 11. Omnibus test značajnosti izolovanog modela predikcije percepcije Sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta (BSKS)

Model		Hi-kvadrat	Stupanj slobode	Razina značajnosti p
1	Korak	3,705	1	0,050 *
	Blok	3,705	1	0,050 *
	Model	3,705	1	0,050 *

* Hi-kvadrat je statistički značajan na nivou manjem od 5%

Kako se vodi iz tabele, Hi-kvadrat je statistički značajan na nivou od 5%, te se može zaključiti da utvrđeni model predikcije ostvaruje značajno bolju predikciju percepcije sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta u odnosu na slučajno generirano pogađanje.

Tabela 12. Vrijednosti i značajnost regresijskih koeficijenata prediktora uključenih u model predikcije percepcije Sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta (BSKS)

Model	Prediktor	B	St. pogreška B	Wald	Stupanj slobode	p	Exp(B)
1	PS	-2,863	0,623	21,112	1	0,000 **	0,050
	Konstanta	0,000	0,000	3,072	1	0,080	1,000

** regresijski koeficijent je statistički značajan na nivou manjem od 1%

Iz tabele se jasno vidi da je u strukturi modela samo jedna prediktorka varijabla i to Prihodi od sponzorstva, čiji je regresijski koeficijent negativan i statistički značajan na nivou manjem od 1%. U prosjeku, ako neka sportska organizacija ima veće prihode od sponzorstva, šansa da će percipirati odbojku kao kvalitetan sporta opada za 0,05. Budući da je utvrđen model predikcije percepcije odbojke kao kvalitetnog sporta od strane sportske javnosti, a kao jedne od komponente tranzicijskog potencijala sporta u BiH, može se zaključiti da ovakav nalaz govori u prilog postavljenoj hipotezi HG.

ČETVRTI INDIKATOR-PERCEPCIJA KOŠARKE KAO KVALITETNOG SPORTA

U narednim dijelovima je dat prikaz korelacijskih i regresijskih analiza koje se tiču povezanosti nezavisnih varijabli i indikatora ekonomskog i stručnog ulaganja u BiH sport, te varijabli sistemskih promjena od strane domaćih vlasti sa zavisnom varijablom percepcije Košarke kao kvalitetnog sporta (KKS).

Tabela 13. Ispitivanje povezanosti varijabli ekonomskog i stručnog ulaganja u BiH sport, sa aspekta percepcije košarke kao kvalitetnog sporta

Set	Prediktor	Koeficijent korelacije	Razina značajnosti p
Ekonomsko ulaganje. stručno ulaganje i sistemske promjene od strane vlasti	UZP	0,022	0,881
	FU	0,045	0,754
	UTPE	-0,108	0,451
	UOPŠ	-0,100	0,486
Prihodi	UBSZ	0,193	0,174
	PČ	-0,052	0,718
	PBS	0,334	0,017 *
	PD	-0,012	0,934
	PS	0,132	0,357
	PIP	-0,040	0,782
	PIS	-0,046	0,746
	OVP	0,159	0,266
	Socio-demografske karakteristike	Pol	0,103
Iskustvo		-0,089	0,533
Profesionalno ponašanje	REM	-0,100	0,486
	SUS	-0,185	0,195
	MOS	0,255	0,071

* korelacija je statistički značajna na nivou manjem od 5%

Kako se iz gornje tabele može vidjeti, samo je jedna varijabla indikatora ekonomskog ulaganja u značajnoj korelaciji sa percepcijom košarke kao kvalitetnog sporta i to je varijabla Prihodi od budžetskih sredstava (korelacija je statistički značajna na nivou manjem od 5%). U prosjeku, ako sportska javnost smatra da su prihodi od sredstava budžeta javnih vlasti glavni faktor poticaja razvoja BiH sporta, veća je šansa da će sportske organizacije gledati na košarku kao na kvalitetan sport. Ostale varijable koje se odnose na ekonomska i stručna ulaganja, sistemske promjene, ostale vrste prihoda u sportskih organizacijama, te profesionalno ponašanje i socio-demografske karakteristike uposlenika sportskih organizacija ne koreliraju značajno sa percepcijom košarke kao kvalitetnog sporta. Daljim regresijskim analizama je utvrđeno da postoji jedan značajan model predikcije percepcije košarke kao kvalitetnog sporta i taj model u svojoj strukturi ima samo jedan prediktor i to upravo onaj koji pozitivno korelira sa tom percepcijom. Taj prediktor jeste upravo varijabla Prihod od sredstava budžeta javnih vlasti (PBS dalje u tekstu).

Tabela 14. Vrijednosti pseudokorelacijskih koeficijenata determinacije u modelu predikcije percepcije košarke kao kvalitetnog sporta

Model	-2 Log likelihood	Coxov & Snellov R ²	Nagelkerkeov R ²
1	19,752	0,058	0,162

Prema vrijednostima pseudokorelacijskih koeficijenata korelacije, može se jasno vidjeti da izolovani model predikcije može objasniti između 5,8 i 16,2% varijacija u odgovorima koji se odnose na percepciju košarke kao kvalitetnog sporta.

Tabela 15. Omnibus test značajnosti izolovanog modela predikcije percepcije košarke kao kvalitetnog sporta

Model		Hi-kvadrat	Stupanj slobode	Razina značajnosti p
1	Korak	3,067	1	0,080
	Blok	3,067	1	0,080
	Model	3,067	1	0,080

Iz gornje tabele se vidi da model u cijelosti nije značajan, odnosno da ne doprinosi značajno modelu predikcije u objašnjenju varijacija u zavisnoj varijabli, iako sama prediktorska varijabla značajno korelira sa kriterijem. Ipak, i ova je vjerovatnost slučajnog pojavljivanja parametra iako je mala, nije na nivou manjem od 5%, najvjerovatnije zbog prisutne konstantne vrijednosti.

Tabela 16. Vrijednosti i značajnost regresijskih koeficijenata prediktora uključenih u model predikcije percepcije košarke kao kvalitetnog sporta

Model	Prediktor	B	St. pogreška B	Wald	Stupanj slobode	p	Exp(B)
1	PBS	0,000	0,000	3,596	1	0,058	1,000
	Konstanta	-3,306	0,772	18,328	1	0,000 **	0,037

** regresijski koeficijent je statistički značajan na nivou manjem od 1%

Kako se vidi, regresijski koeficijenti koji se odnose na prediktorsku varijablu PBS su pozitivni ali su granične značajnosti. Ipak, iako se s ovim rezultatima analize ne može zaključiti sama promjena vjerovatnoće, ono što se može zaključiti da prema modelu predikcije uzetom u cijelosti (prediktor i konstantna vrijednost zajedno) sportska javnost percipira košarku kao kvalitetan sport samo onda ako smatra da su javna budžetka sredstva glavni faktor poticaja razvoja BiH sporta. I ovaj nalaz analize više ide u prilog potvrdi postavljene hipoteze HG.

PETI INDIKATOR-PERCEPCIJA MOGUĆEG DOPRINOSA BH DRUŠTVU KROZ JAČANJE KVALITETA SPORTA

Ovdje se regresijskim i korelacijskim analizama nastojalo ispitati postoji li značajna povezanost varijabli ekonomskog i stručnog ulaganja u BiH sport, varijabli

sistemskih promjena od strane domaćih vlasti, vrste prihoda u sportskim organizacijama te socio-demografskih karakteristika uposlenika sportskih organizacija i njihovo profesionalno ponašanje sa zavisnom ili kriterijskom varijablom percepcije doprinosa od kvalitete sporta (DKS) kao ekonomskog doprinosa BiH sporta. Rezultati analize su prikazani u narednim tabelama.

Tabela 17. Povezanost percipiranih mogućnosti ekonomskog ulaganja i stručnog osposobljavanja unutar BH sporta sa percepcijom mogućeg doprinosa BH društvu kroz jačanje kvaliteta sporta

Set	Prediktor	Koeficijent korelacije	Razina značajnosti p
Ekonomsko ulaganje, stručno ulaganje i sistemske promjene od strane vlasti	UZP	-0,299	0,033 *
	FU	0,083	0,561
	UTPE	-0,058	0,685
	UOPŠ	0,114	0,424
	UBSZ	0,154	0,282
	PČ	-0,001	0,997
	PBS	0,005	0,973
Prihodi	PD	-0,001	0,996
	PS	0,291	0,038 *
	PIP	-0,073	0,609
	PIS	-0,086	0,548
	OVP	0,218	0,125
Socio-demografske karakteristike	Pol	0,190	0,181
	Iskustvo	-0,098	0,492
Profesionalno ponašanje	REM	0,114	0,424
	SUS	-0,234	0,098
	MOS	0,163	0,252

* korelacijaje statistički značajna na nivou manjem od 5%

Na osnovu prikaza korelacionih koeficijenata u tabeli gore, može se vidjeti da samo jedna nezavisna varijabla iz grupacije varijabli pod nazivom „Ekonomsko ulaganje, stručno ulaganje i sistemske promjene od strane vlasti“ i jedna nezavisna varijabla iz grupacije vrste prihoda u sportskim organizacijama, značajno koreliraju sa zavisnom varijablom percepcije doprinosa od kvalitete sporta (DKS) kao ekonomskog doprinosa BiH sporta. Prvi prediktor UZP negativno koreliza sa zavisnom varijablom (korelacija je statistički značajna na nivou manjem od 5%). To znači, da ako sportska javnost smatra da Ulaganje u zakonske promjene nije put jačanja BiH sporta, veća je šansa da će ta ista javnost percipirati sam kvalitet sporta kao najveći doprinos koji sport javnosti pruža. S druge strane, ako sportska javnost smatra da Ulaganje u zakonske promjene jeste put jačanja sporta u BiH, onda je veća šansa da neće percipirati samo kvalitet sporta kao nešto što BiH sport može pružiti.

Drugi prediktor koji značajno korelira sa Percepcijom kvalitete BiH sporta kao najvećeg doprinosa jeste Prihodi od sponzorstva (PS). Korelacija je pozitivna i značajna na nivou manjem od 5%. U prosjeku, ako sportska javnost smatra da su prihodi od sponzorstva faktor razvoja sporta u BiH, veća je šansa da će sportska javnost smatrati da je sam kvalitet sporta ujedno i najveći doprinos koji sport

javnosti i državi može ružiti. Na osnovu ovih korelacijskih obrazaca urađena je logistička regresijska analiza i uz pomoć te analize je izolovan samo jedan statistički značajan model predikcije iako su dva prediktora korelirala sa zavisnom varijablom. Taj model predikcije uključuje samo varijablu Ulaganje u zakonske promjene kao prediktorsku varijablu.

Tabela 18. Vrijednosti pseudokorelacijskih koeficijenata determinacije u modelu predikcije doprinosa BH društvu kroz jačanje kvaliteta sporta

Model	-2 Log likelihood	Coxov & Snellov R ²	Nagelkerkeov R ²
1	40,488	0,129	0,213

Izolovani model predikcije, a kako se vidi iz tabele pseudokorelacijskih koeficijenata determinacije, objašnjava između 12,9 i 21,3% varijacija u percepciji da je sam kvalitet ono što najviše BiH sport može da pruži.

Tabela 19. Omnibus test značajnosti izolovanog modela predikcije doprinosa BH društvu kroz jačanje kvaliteta sporta

Model		Hi-kvadrat	Stupanj slobode	Razina značajnosti p
1	Korak	7,044	1	0,008 **
	Blok	7,044	1	0,008 **
	Model	7,044	1	0,008 **

** Hi-kvadrat je statistički značajan na nivou manjem od 1%

Budući da je Hi-kvadrat statistički značajan na nivou manjem od 1%, može se zaključiti da model u cijelosti (a to je prediktor UZP zajedno sa konstantnom vrijednošću) ostvaruje značajno bolju predikciju u odnosu na slučajno generirano pogađanje.

Tabela 20. Vrijednosti i značajnost regresijskih koeficijenata prediktora uključenih u model predikcije doprinosa BH društvu kroz jačanje kvaliteta sporta

Model	Prediktor	B	St. pogreška B	Wald	Stupanj slobode	p	Exp(B)
1	UZP	-20,104	10377,780	0,000	1	0,998	0,000
	Konstanta	-1,099	0,385	8,147	1	0,004 **	0,333

Kako se vidi, regresijski koeficijent je negativan budući da sama varijabla Ulaganje u zakonske promjene negativno korelira sa percepcijom kvaliteta sporta kao doprinosa od strane BiH sporta. Iako je model u cijelosti značajan, kao i korelacija koja je već opisana, sam regresijski koeficijent nije značajan samo iz razloga što se za ovaj prediktor veže jako velika pogreška uzorka zbog koje je jako širok procijenjeni raspon vrijednosti koeficijenta vjerovatnoće (zbog čega Waldov statistik i sam koeficijent vjerovatnoće teže nultoj vrijednosti). Tako se može samo zaključiti da je ulaganje u zakonske promjene povezano sa manjom vjerovatnoćom

percepcije kvaliteta kao doprinosa od strane BiH sporta, ali ostaje napoznanica kolike su vrijednosti same vjerovatnoće i njene promjene. Ipak, prediktor UZP zajedno sa konstantnom vrijednosti koja je gore navedena čini strukturu modela koji u cijelosti ostvaruje značajno bolje predikcije zavisne varijable percepcije kvaliteta kao doprinosa od strane BiH sporta u poređenju sa base-line predikcijom. Na taj način (iako nisu utvrđeni modeli koji sadrže i ostale prediktore) nalaz ove analize više govori u prilog potvrdi hipoteze HG.

ŠESTI INDIKATOR-RAZVOJ I POPULARIZACIJA BH SPORTA KAO PERCIPIRANI CILJ SPORTSKIH ORGANIZACIJA

U ovom dijelu rada je korelacijskim i regresijskim analizama analizirana povezanost nezavisnih varijabli ekonomskog i stručnog ulaganja u BiH sport, varijabli sistemskih promjena od strane domaćih vlasti, vrste prihoda u sportskim organizacijama te socio-demografskih karakteristika uposlenika sportskih organizacija i njihovog profesionalnog ponašanja sa zavisnom arijablom Razvoj i popularizacija sporta (RPSP) kao cilj sportskih organizacija u BiH. Rezultati analiza su prikazani u narednim tabelama.

Tabela 21. Povezanost percipiranih mogućnosti ekonomskog ulaganja i stručnog osposobljavanja unutar BH sporta sa razvojem i popularizacijom BH sporta

Set	Prediktor	Koeficijent korelacije	Razina značajnosti p
Ekonomsko ulaganje, stručno ulaganje i sistemске promjene od strane vlasti	ZP	-0,180	0,206
	FU	-0,032	0,821
	UTPE	0,119	0,406
	UOPŠ	-0,233	0,099
	UBSZ	0,169	0,235
	PC	-0,040	0,782
	PBS	0,317	0,023 *
Prihodi	PD	-0,130	0,363
	PS	0,074	0,608
	PIP	-0,054	0,707
	PIS	-0,109	0,448
	OVP	0,195	0,171
	Pol	0,319	0,022 *
Socio-demografske karakteristike	Iskustvo	-0,111	0,437
	REM	0,028	0,844
Profesionalno ponašanje	SUS	-0,055	0,700
	MOS	0,056	0,694

Iz gornje korelacijske matrice se vidi da dva prediktora statistički značajno koreliraju sa zavisnom varijablom Razvoj i popularizacija sporta kao cilj sportskih organizacija u BiH (RPSP). Prvi prediktor je Prihod od budžetskih sredstava kao percipirani faktor doprinosa razvoju BiH sporta. Korelacija ovog prediktora sa zavisnom varijablom je pozitivna i statistički značajna na nivou manjem od 5%. U

prosjeku, ako sportska javnost smatra da su prihodi od sredstava budžeta vlasti glavni faktor napretka sporta u BiH, veća je šansa da će smatrati i da je Razvoj i popularizacija sporta glavni cilj sportskih organizacija i njihovog rada. Drugi prediktor sa značajnom korelacijom sa zavisnom varijablom jeste Pol uposlenika i menadžerke strukture sportskih organizacija, varijable koja dakle spada u klaster socio-demografskih karakteristika sportske javnosti. U prosjeku su žene uposlenici sklonije percipirati razvoj i popularizaciju sporta kao glavni cilj rada sportskih organizacija u odnosu na muškarce. Na osnovu ovih korelacijskih obrazaca, logističkom regresijskom analizom se nastojalo utvrditi postoji li model predikcije vrijednosti varijable razvoja i popularizacije sporta kao cilja sportskih organizacija. I izolovan je jedan značajan model predikcije u čijoj strukturi je varijabla Pol. Dakle, iako su dva prediktora značajno korelirala sa kriterijom, samo jedan prediktor jedovoljan za doprinos moći predikcije vrijednosti kriterija, dok drugi prediktor (Prihodi od budžetskih sredstava) ne doprinosi značajno mogućnostima modela.

Tabela 22. Vrijednosti pseudokorelacijskih koeficijenata determinacije u modelu predikcije razvoja i popularizacije BH sporta kao percipiranog cilja sportskih organizacija

Model	-2 Log likelihood	Coxov & Snellov R ²	Nagelkerkeov R ²
1	53,266	0,087	0,128

Prema vrijednostima koeficijenata determinacije iz tabele gore, može se zaključiti da izolovani model predikcije objašnjava između 8,7 i 12,8% varijacija u percepciji da je razvoj i popularizacija sporta glavni cilj sportskih organizacija.

Tabela 23. Omnibus test značajnosti izolovanog modela predikcije razvoja i popularizacije BH sporta kao percipiranog cilja sportskih organizacija

Model	Hi-kvadrat	Stupanj slobode	Razina značajnosti p
Korak	4,635	1	0,031 *
Blok	4,635	1	0,031 *
Model	4,635	1	0,031 *

* Hi-kvadrat je statistički značajan na nivou manjem od 5%

Hi-kvadrat u gornjoj tabeli je statistički značajan na nivou manjem od 5% te se može zaključiti da model predikcije (u cijelosti uzet) ostvaruje predikciju koja je značajno bolja od slučajno generiranog pogađanja.

Kao što se iz donje tabele vidi, u strukturi modela predikcije vrijednosti varijable percepcije razvoja i popularizacije sporta kao cilja sportskih organizacija, uvršten je samo jedan prediktor i to Pol. Regresijski koeficijent ovog prediktora je pozitivan i statistički značajan na nivou daleko manjem od 1%. Također, vrijednosti regresijskog koeficijenta varijable Pol i njenog koeficijenta vjerovatnoće su pozitivne. U prosjeku, a prema vrijednostima koeficijenata, kod žena usposlenih u sportskim organizacijama, 5,312 puta je veća vjerovatnost da će razvoj i popularizaciju sporta vidjeti kao primarni cilj sportskih organizacija u odnosu na muške uposlenike. Iako u modelu nisu uvrštene ostale prediktorske varijable te iako

nisu utvrđene značajne korelacije ostalih prediktora sa zavisnom varijablom, ipak je izolovan jedan model predikcije sa varijablom pola. U skladu sa navedenim, značajna povezanost pola kao socio-demografske varijable sa vrijednosti varijable razvoja i popularizacije sporta kao cilja sportskih organizacija, ukazuje da je pol povezan značajno sa jednom od komponenti tranzicijskog potencijala sporta u BiH. Tako ovakvi nalazi analize govore u prilog postavljenoj hipotezi HG.

Tabela 24. Vrijednosti i značajnost regresijskih koeficijenata prediktora uključenih u model predikcije razvoja i popularizacije BH sporta kao percipiranog cilja sportskih organizacija

Model	Prediktor	B	St. pogreška B	Wald	Stupanj slobode	p	Exp(B)
1	Konstantna vrijednost	1,670	0,777	4,615	1	0,032 *	5,312
	Pol	-1,447	0,393	13,558	1	0,000 **	0,235

* regresijski koeficijent je statistički značajan na nivou manjem od 5%

** regresijski koeficijent je statistički značajan na nivou manjem od 1%

ZAKLJUČAK

Provedenim analizama potvrđena je hipoteza HG koja glasi: Mogućnosti tranzicijskog potencijala BH sporta kao i njegovog uspješnijeg povezivanja sa ukupnom bosanskohercegovačkom turističkom ponudom (složeno integrirani sportski proizvod) uvjetovana je povećanjem ekonomskih ulaganja u sportsku djelatnost iz budžeta javne vlasti, inoviranim zakonskim rješenjima, te vlastitim marketinškim aktivnostima sportskih organizacija.

Ovakav zaključak izveden je na osnovu 6 testiranih indikatora (Percepcija nogometa kao kvalitetnog sporta, Percepcija borilačkih sportovova kao kvalitetnog sporta, Percepcija sjedeće odbojke kao kvalitetnog sporta, Percepcija košarke kao kvalitetnog sporta, Percepcija mogućeg doprinosa BH društvu kroz jačanje kvaliteta sporta i Razvoj i popularizacija BH sporta kao percipirani cilj sportskih organizacija) za koje je utvrđena statistička značajnost.

Indikatori kao takvi predočavaju značajne mogućnosti tranzicijskog potencijala BH sporta, koji su povezani sa ukupnom bosanskohercegovačkom turističkom ponudom (komplementarni sportski proizvod), s tim da je ukupni razvoj sporta uvjetovan povećanjem ekonomskih ulaganja u sportsku djelatnost iz budžeta javne vlasti.

Na osnovu dobijenih rezultata izolovani su pojedini sportove koji se u aktuelnim stavovima sportske javnosti smatraju posebnim indikatorima tranzicijskog potencijala BH sporta. Naime, u situacijama kada sportska javnost smatra da je finansijsko ulaganje u sport neophodno za razvoj samog sporta, vjerovatnost da će ta ista javnost percipirati nogomet kao kvalitetan sport, veća je za oko 5 puta. Razlozi su se mogu pronalaziti u aktuelnim uspjesima BH nogometne reprezentacije ali velikim publicitetom nogometa koj uživa na globalnom nivou. Nadalje, u situacijama kada sportska javnost smatra da su Zakonske promjene i ulaganja u kvalitet treninga i edukaciju kadra putevi za poboljšanje sporta generalno, tada će u

prosjeku više percipirati borilačke sportove kao kvalitetne. Razlozi se mogu pronalaziti u aktuelnim uspjesima BH takmičara u sportovima: judo, karate, K1, i td.

U situacijama kada sportska javnost smatra da je neophodno ekonomsko ulaganje, stručno usavršavanje kadra, sistemske promjene sporta, zatim ulaganje u školstvo i omladinski pogon tada će se u prosjeku više percipirati sjedeća odbojka kao kvalitetan sport. Razlozi, kontinuirani međunarodni uspjesi BH sjedeće odbojke.

Ako sportska javnost smatra da su prihodi od sredstava budžeta javnih vlasti glavni faktor poticaja razvoja BiH sporta, u prosjeku su veće šanse da će sportske organizacije gledati na košarku kao na kvalitetan sport.

U situacijama kada sportska javnost smatra da je ekonomsko ulaganje, stručno usavršavanje kadra i sistemske promjena sporta putem nadzora javne vlasti bitna i kada sportske organizacije ostvaruju zadovoljavajuće prihode za održivo funkcionisanje, tada je percepcija sportske javnosti značajno visoka u smislu da kvalitet sporta doprinosi ekonomskog razvoju Bosne i Hercegovine. To znači, da ako sportska javnost smatra da zakonske promjene ne predstavljaju put jačanja BH sporta, veća je vjerovatnoća da će ta ista javnost percipirati sam kvalitet sporta (vrhunski sportski rezultat) kao najveći doprinos koji sport pruža BH javnosti. S druge strane, ako sportska javnost smatra da su zakonske promjene put za jačanje sporta u BiH, onda su i veće šanse da oni neće percipirati samo kvalitet sporta kao nešto što BiH sport može pružiti, već da prihodi od sponzorstva mogu predstavljati značajan faktor razvoja sporta u BiH.

I na kraju ako sportska javnost smatra da su prihodi od sredstava budžeta javne vlasti glavni faktor napretka sporta u BiH, veća je šansa da će smatrati kako je Razvoj i popularizacija sporta glavni cilj samih sportskih organizacija i njihovog rada. Ono što je posebno interesantno je i to da je kod žena usposlenih u sportskim organizacijama, za oko 5 puta veća vjerovatnoća da će razvoj i popularizaciju sporta vidjeti kao primarni cilj sportskih organizacija u odnosu na muške uposlenike.

BIBLIOGRAFIJA

1. Andreff, W. (2001) The Correlation between Economic Underdevelopment and Sport. *European Sport Management Quarterly*, 1(4), str. 251-279.
2. Bartoluci, M. (2009) *Ekonomika i menadžment u sportu*. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu.
3. Beech, J. & Chadwick, S. (2004) *Sportski menadžment*. Zagreb: Mate.
4. Katwala S. (2000) *Democratizing Global Sport*, London: The Foreign Policy Centre.
5. Plojović Š. (2005) Managing the Reorganization in Sports Clubs, *Fizička kultura : spisanje na Sojuzot na pedagogite za fizička kultura na Makedonija*, 33 (2), str. 138-139.
6. Plojović Š. (2008) Statistic aspect on plainning process, *Fizička kultura : spisanje na Sojuzot na pedagogite za fizička kultura na Makedonija*, 36 (1), str. 103-105.
7. Šunje, A. (2002) *Top menadžer, vizionar i strateg*. Sarajevo: Tirada.
8. Šurbatović J. (2009) *Menadžment u sportu u zemljama u tranziciji*, Beograd.
9. Tomić, M. (2007) *Sportski menadžment*. Beograd: Data status.

10. Thoma J. E., Chalip L., (1996) *Sport Governance in the Global Community*. Morgantown: Fitness Information Technology.

RESUME

This paper presents an objective scientific analysis of the sports market of Sarajevo Canton in the process of transition of Bosnian society based on the concept of modern marketing. The conducted research had a phase character and included analysing the representation of sports products on the market that are offered by domestic and international sports organizations as well as the consumption of sports products in the form of sports and recreational facilities.

The aim and purpose of the research related to the analysis of the distribution of sporting goods (basic and complementary sports products) that are offered on the sports market, and whose sports, according to previous research, have had a high level of marketing and entrepreneurial potential. Based on that, we assessed the transition potential of the sports market by making target segments of sport consumers (citizens) who consume sports products.

Data collection was conducted in two phases that are related to sports and the general public as information sources in the context of a marketing analysis of the targeted public. The survey included variables that affect the Bosnian transition opportunities and potentials of sports market of Sarajevo Canton, and on the basis of the estimated quality of individual Bosnian sports, their attractiveness and monitoring via TV. An important segment of the analysis were demographic factors that contribute to a better perception of the sports product by potential customers (population, gender, age, educational structure, employment, monthly salary etc.).

The research results clearly indicate that an increase in investment in sports activity will increase the demand for sporting goods in Sarajevo Canton and thus reinforce its overall transition potentials. It was also concluded that the transition potential of Bosnian sport depends on the transfer of modern knowledge about sports by increasing the level of education of sports managers. Further analyzes have shown that there is a need of the general public for quality sports products whether they are offered directly on the sports field or on television.

In this regard, it was found that the development potential of sports markets of Sarajevo Canton depends on a greater representation of top-level sport.

STRUČNI ČLANCI

PROFESSIONAL ARTICLES

EKONOMSKI POTENCIJAL SOLARNE ENERGIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Daniel Tomić, doc. dr.

Odjel za ekonomiju i turizam 'Dr. Mijo Mirković', Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Pula, Hrvatska
dtomic@efpu.hr

Marija Kučko, mag. oec.

mkucko@efpu.hr

Apstrakt

U jazu globalne recesije i financijske krize u kojemu zemlje traže nova rješenja koja će ponovno zaposliti ljude i gospodarsku infrastrukturu, rast potražnje za energijom kao i cijena iste pokazuju robusnost sileći tako nositelje ekonomskih politika prema istraživanjima i upotrebi novih potencijalnih izvora energije koji će biti ne samo odgovor na povećanu potrošnju, već i relevantan faktor i/ili indikator gospodarskog rasta i razvoja. Budući da 'održivi' gospodarski razvoj nije moguć bez primjene različitih oblika energije, danas posebice one koja proizlazi iz obnovljivih izvora, stvara se široki ekonomsko-energetski prostor za unapređenje gospodarskog života svake zemlje. Republika Hrvatska ima veliki potencijal ulaganja u obnovljive izvore energije, a najnovijim ekonomskim instrumentima i uređenjima regulatornog okvira preuzetog od strane Europske Unije, postepeno počinje stvarati pogodnu investicijsku klimu za ulaganje u obnovljive izvore energije. Proizlazeći iz pozitivističke objektivnosti, svrha ovog rada je, analitičkom sintezom uokvirenom kroz obradu statističkih podataka, dati uvid u temeljne odrednice i značajke energetskog sektora Republike Hrvatske te dati pregled zakonskog okvira i regulative koja se odnosi na područje obnovljivih izvora (posebice solarne energije) s ciljem jasnog shvaćanja procedure stjecanja statusa povlaštenog proizvođača energije kako bi u konačnici analizirali isplativost ulaganja u male solarne elektrane.

Ključne riječi: ekonomski potencijal, energetski sektor, solarne elektrane, analiza isplativosti, Hrvatska

ECONOMIC POTENTIAL OF SOLAR ENERGY IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Abstract

In the time of global recession and financial crisis, in which countries are looking for new solutions that will re-employ workforce and economic infrastructure, increasing demand for energy and raising prices show robustness in such a manner forcing policy makers towards new sources of energy that will not only represent a response to an increased energy consumption, but also be a relevant factor and/or indicator of economic

growth and development. Since 'sustainable' economic development nowadays is not possible without the use of various energy, especially one which comes from renewable sources, it creates a new economic-energy gap which fulfilment can improve economic life of any country. Croatia has a great investment potential in the field of renewable energy, and latest economic instruments and regulatory framework arrangement taken from the European Union, have gradually begun to create a favourable investment climate within renewable energy potential. Emerging from a positivist objectivity, the goal of this paper is to provide, by analytical synthesis framed in statistical data analysis, an insight into the basic concepts and features of Croatian energy sector as well as to provide an overview of investment potentials, legal framework and regulation in the area of renewable energy sources (especially solar energy) in order to understand the procedure of acquiring the status of eligible producer and analyze profitability of investment in a small solar power plant.

Keywords: economic potential, energy sector, solar power plants, profitability analysis, Croatia

JEL codes: O13, Q42

UVOD

Energetski sektor, bez ikakve sumnje, može biti pokretač održivog gospodarskog rasta i razvoja. U jazu globalne recesije i financijske krize u kojemu zemlje traže nova rješenja koja će ponovno zaposliti ljude i gospodarsku infrastrukturu, trend rasta potražnja za energijom kao i cijene iste pokazuju robusnost prema promjenama sileći tako nositelje ekonomskih politika prema istraživanjima i upotrebi novih potencijalnih izvora energije koji će biti ne samo odgovor na povećanu potrošnju, već i relevantan faktor i/ili indikator gospodarskog i društvenog razvoja. Nadalje, mnogi autori sugeriraju kako uključivanje obnovljivih izvora energije u 'energetski miks' može pomoći zemlji u iskoraku prema budućem rastu potrošnje energije kao i povezanom makro-ekonomskom rastu smanjujući pritom uništavanje okoliša te pretjerano iskorištavanje konvencionalnih izvora energije. S druge strane, razvoj projekata koji promoviraju obnovljive izvore energije izvrstan su put prema privlačenju investitora i mikro-ekonomskom razvitku malih postrojenja koja proizvode energiju primarno za domaći industrijski sektor te kućanstva, ali pritom imaju mogućnost izvoza energije na strana tržišta. U Hrvatskoj je u posljednjem desetljeću došlo do smanjenja gradnje elektrana te do zastoja pripremnih radova za gradnju istih. S druge strane, potrošnja električne energije neprekidno raste, a glavna postojecih termoelektrana u Hrvatskoj približava se kraju svog radnog vijeka. Raspoloživost uvozne električne energije upitna je jer se viškovi energije u europskim zemljama smanjuju. Usporedno sa smanjenjem viškova raste cijena uvezene energije. Budući da je raspoloživost električne energije preduvjet za ukupni gospodarski razvoj i standard stanovništva, postojeće stanje izaziva zabrinutost svih stručnjaka koji se bave energetikom. Republika Hrvatska (RH) ima veliki potencijal ulaganja u obnovljive izvore energije, a najnovijim

ekonomskim instrumentima i uređenjima regulatornog okvira preuzetog od strane Europske unije (EU), postepeno počinje stvarati pogodnu investicijsku klimu za ulaganje u obnovljive izvore energije.

Svrha ovog rada je istraživačkom prvenstveno analitičkom i sintetičkom te povijesnom metodom uokvirenom kroz obradu statističkih podataka dati uvid u temeljne odrednice i značajke energetskeg sektora RH te ispitati isplativost ulaganja u male solarne elektrane.

OBNOVLJIVI IZVORI ENERGIJE I GOSPODARSKI RAZVOJ

Česti ekonomski šokovi i povećana volatilnost, posebice cijena energenata, stavlja fokus makroekonomskog menadžmenta na ulogu energije u gospodarskom rastu i razvoju. Značajni napredak u konvencionalnoj proizvodnji energije (ukapljeni plin i sl.) kao i u proizvodnji temeljenoj na obnovljivim izvorima energije (solarni sustavi, hidroelektrane, vjetrenjače i sl.) stvara osnovu za novo zapošljavanje te poticanje razvoja. Neovisno o prirodnom bogatstvu energijom mnoge zemlje se okreću obnovljivim izvorima energije i 'zelenim tehnologijama' kao izvoru konstruktivnih investicija [19].

VEZA IZMEĐU ENERGETSKOG SEKTORA I GOSPODARSKOG RASTA/RAZVOJA

Potrošnja različitih vidova energije izravno utječe na gospodarski i društveni razvoj budući da energetskeg sektor kao infrastrukturna djelatnost predstavlja temelj proizvodnim i uslužnim djelatnostima. Potrošnja energije predstavlja ulaznu vrijednost u gotovo svim gospodarskim djelatnostima te je njegova dostupnost i raspoloživost preduvjet svih suvremenih aktivnosti [4]. Cijena energije je faktor koji utječe na gospodarstvo budući da se očituje kroz cijene roba i usluga, stopu inflacije, bilancu plaćanja i općenito na mikro i makro ekonomske varijable. Povećanje cijena energenata dovodi do niza efekata kao što su preraspodjela dohotka od zemalja uvoznica do izvoznica energenata, inflacije, povećanja troškova proizvodnje, smanjenje potražnje te smanjenje investicija u zemljama uvoznicama. Time dolazi do smanjenja prihoda od prikupljanja poreza, povećanje proračunskog deficita, povećanje kamatnih stopa te stvaranje efekta ekonomske nesigurnosti [8]. Povećanje cijena energenata vodi pritiscima za povećanje plaća što dalje dovodi do još veće nezaposlenosti, što je izraženije u uvjetima neočekivanog povećanja cijena dok u uvjetima smanjenja cijena energenata raste kupovna moć, ali ovaj efekt ne dovodi do smanjenja plaća. Također, brojna su istraživanja pokazala da rast cijena energenata usporava ekonomsku aktivnost više no što ju pad cijena potiče [3].

S rastućom zabrinutošću prema devastirajućim posljedicama na okoliš koje proizlaze iz emisije plina iz fosilnih goriva, visokim i veoma volatilnim cijenama energije, negativnom geopolitičkom klimom koja kritizira proizvodnju

fosilnih goriva, upravo su se obnovljivi izvori energije ponudili kao, ne zamjenska, već dodatna komponenta u strukturi svjetske energetske potrošnje, odnosno tzv. *energetskom miksu* [1]. Osim što ima širok pozitivan utjecaj na okoliš, obnovljiva energija može ponuditi diverzificiranost u iskorištavanju različitih izvora energije, ali i osigurati energetske sigurnost, odnosno dugoročnu dostatnost energetske ponude. Istovremeno se može koristiti u promoviranju regionalnog razvoja time da je razvoj iste moguć u manje razvijenim područjima koji nemaju pristup konvencionalnih izvorima energije, što smanjuje ekonomske, ali i oportunitetne troškove. Makroekonomski gledano, utjecaj energije iz obnovljivih izvora je gotovo neograničen. Prema nekim pokazateljima, ova vrsta energije postići će najveće stope rasta u svjetskoj proizvodnji energije⁷ [1].

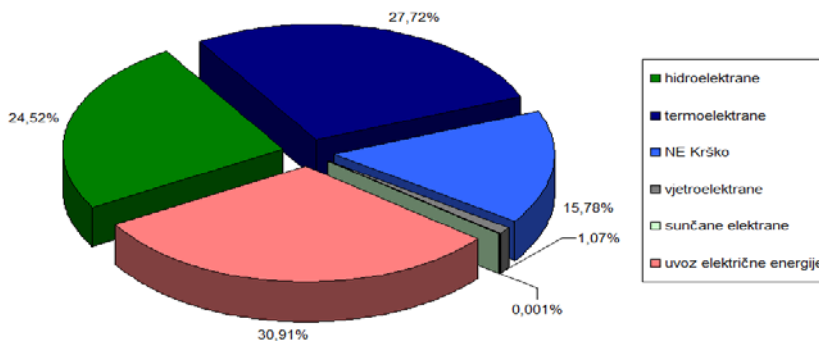
S mikroekonomskog stajališta, promocija stabilne investicijske klime mogla bi omogućiti razvoj energetskog sektora temeljenog na obnovljivim izvorima. Energetski sektor je u pravilu kapitalno intenzivniji u odnosu na ostale industrije. Infrastrukturni razvoj zahtijeva dugoročno planiranje i neizvjesne operativne horizonte [19]. Ukoliko regulatorni okviri mogu osigurati stabilne tržišne uvjete i regulacije oko prava vlasništva i izvršavanja ugovornih stavki, tada se može stvoriti i temelj za privlačenje investicija prema energetskoj infrastrukturi. Da bi se investitori zanimali za ovakvo ulaganje, potrebno je osigurati poticajne pogodnosti te adekvatnu stopu povrata na investicije. Ukoliko ne postoje poticaji i/ili definirana otkupna cijena energije, to može obeshrabriti investitore na ulaganje. Ovim pitanje bavi se i naše istraživanje. Pitanje cijena dovelo nas je do dodatne kompleksnosti. Kako dati pravi cjenovni signal potencijalnim investorima. Ukoliko se s državom može sklopiti ugovor o otkupu energije koja dolazi iz obnovljivih izvora po možda povoljnijim uvjetima i u dužem vremenskom razdoblju, to može stvoriti dodatni poticaj investorima prema ulaganjima. U ovom slučaju država može regulirati cijene i razinu kvalitete usluge, kako bi investitor imao adekvatnu povrata u skladu s rizikom djelatnosti. [4]. Svakako jedan od mogućih pristupa razvoju energetskog sektora temeljenog na obnovljivim izvorima, posebice u malim zemljama u razvoju kao što je RH, jest javno-privatno partnerstvo. Tržišna 'mimikrija' države u okviru privatnog sektora putem javno-privatnog partnerstva mogla bi potaknut nove valove privatnih investicija, zapošljavanje nove radne snage, ulaganja u istraživanje i razvoj, razvoj javne infrastrukture, razvoj pratećih financijskih instrumenata te u konačnici i povećanje energetske ponude. Upravo ćemo u sljedećem dijelu analizirati pozadinu i potencijal hrvatskog energetskog sektora kako bi stvorili obrazac za promatranje ulaganja u solarnu energiju kao jednu od najčišćih oblika ekstrakcije energije.

⁷ Primjerice na svjetskoj razini proizvodnja električne energije iz obnovljivih izvora povećavat će se za 3% godišnje dok će se potrošnja električne energije ukupno povećavati za oko 2,6% godišnje u razdoblju 2007-2035. Nadalje, hidroelektrane i vjetrenjače činit će 54%, odnosno 26% udjela u ukupnoj proizvodnji električne iz obnovljivih izvora.

STANJE I ZNAČAJKE HRVATSKOG ENERGETSKOG SEKTORA

Hrvatski energetski sustav sastoji se od elektroenergetskog, plinskog, naftnog i toplinskog sustava. Poduzeća Industrija nafte (INA) i Hrvatska elektroprivreda (HEP), kao dominantan dio hrvatskog energetskog sektora 1990 - 1993/94 transformirani su iz društvenih u javna poduzeća u državnom vlasništvu odnosno u društva kapitala, uz daljnji proces institucionalne transformacije vlasničke strukture s naglaskom na privatizaciju odnosno mješovite oblike. Hrvatski elektroenergetski sustav (EES) čine proizvodni objekti i postrojenja, prijenosna i distribucijska mreža te potrošači električne energije na području Republike Hrvatske. Radi sigurne i kvalitetne opskrbe kupaca električnom energijom i razmjene električne energije, hrvatski EES povezan je s EES-ima susjednih država i ostalim sustavima članica udruženja koji zajedno tvore sinkronu mrežu UCTE-a⁸. Kupci u Hrvatskoj opskrbljuju se električnom energijom iz elektrana na području Hrvatske, iz elektrana izgrađenih za hrvatske potrošače u susjednim državama i nabavom električne energije iz inozemstva. Svojom veličinom hrvatski EES spada u manje sustave u Europi. Zbog svojstvenog zemljopisnog položaja i rasporeda proizvodnih objekata, u većem dijelu godine električna energija prenosi se s juga na sjever i obrnuto, te sa sjevera prema istoku.

Grafikon 1. Struktura izvora električne energije u RH 2011. godine



Izvor: Vlastita izrada prema; Hrvatska elektroprivreda, 2011. (dostupno na <http://www.hep.hr/opskrba/ienergije.aspx>).

Ukupna potrošnja energije u RH u 2010. godini iznosila je 18 870 GWh te je bila za 2,2% veća u odnosu na prethodnu godinu. U usporedbi sa sličnim zemljama Europske Unije, u Hrvatskoj se još uvijek troši znatno manje energije što je dobrim dijelom posljedica gubitka proizvodnih kapaciteta usred tranzicije i Domovinskog rata, gospodarske krize nakon 2008. godine. Za usporedbu, ukupna potrošnja energije u Hrvatskoj u 2010. godini još uvijek nije premašila

⁸ Union for the Coordination of the Transmission of Electricity.

ukupnu potrošnju energije iz 1988. godine. Jedna od loših obilježja hrvatskog energetskeg sektora je i prosječna energetska intenzivnost (potrošnja energije po jedinici BDP-a) koja je u Hrvatskoj veća za 14,6% u odnosu na Europsku uniju (EU27) što znači da za isti proizvod potrošimo više energije, odnosno da smo za taj iznos manje konkurentni na globalnom tržištu.

Sigurnost opskrbe energijom je uz trgovinsku bilancu kao makroekonomski, jedan od najznačajnijih strateških problema za svaku zemlju. Rastuća ovisnost EU o uvozu energije (procijenjena na 70%, a čak 90% za naftu do 2030.), ima za posljedicu niz zakonskih inicijativa, programa i projekata kako bi se ona smanjila. U Hrvatskoj je vlastita opskrbljenost energijom (odnos ukupne proizvodnje i primarne energije i ukupne potrošnje energije) u 2010. god. iznosila 55,5%, odnosno ovisnost o uvozu iznosila je oko 44,5%. Od 1991. godine sve do danas stalno je povećanje ovisnosti o uvozu energije pa se pretpostavlja da će ovisnost u uvozu u 2030. godini iznositi preko 70%. Važno je istaknuti i da smanjenje ovisnosti o uvoznim izvorima energije neće biti moguće postići bez aktivnog uključivanja jedinica lokalne i regionalne samouprave, te krajnjih potrošača energije kao što su građani, poduzetnici, mali i srednji obrtnici. Kao rezultat povećane ovisnosti o uvoznim izvorima energije javlja se i ovisnost o cijenama energenata, što može znatno utjecati na standard građana i konkurentnost malih gospodarstvenika.

POTENCIJAL SUNČEVE ENERGIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Procjene potencijala sunčeve energije, uglavnom u priobalju Hrvatske objavljene su u Nacionalnom energetskeg programu SUNEN iz 1998. godine, a za cijelu Hrvatsku u Solarnom priručniku iz 2007. godine. Prirodni potencijal sunčeve energije na kopnenom dijelu Hrvatske, uz prosječnu dnevnu insolaciju⁹ od 3,6 kWh/m² iznosi oko 74 300 TWh/god. (267 500 PJ/god.), što je preko 800 puta više od potrošnje primarne energije u Hrvatskoj u 2000. godini. Tehnički potencijal sunčeve energije na 1% kopnenog dijela Hrvatske procjenjuje se na 830 TWh/god. (3 000 PJ/god.) ili blizu 10 puta današnje potrošnje primarne energije u Hrvatskoj. Uz pretpostavku da se 60% te energije iskoristi za proizvodnju toplinske energije, a 40% za proizvodnju električne energije, proizlazi da je ekonomski potencijal sunčeve energije u Hrvatskoj:

- a) Toplinska energija u iznosu oko 50% nisko-temperaturne topline 2000. godine u Hrvatskoj, odnosno približno 12 TWh/god. (43,2 PJ/god.) proizvodnje toplinske energije iz solarnih kolektora i pasivnog korištenja solarne energije. To čini oko 7% tehničkog potencijala solarne toplinske energije u Hrvatskoj;

⁹ Insolacija je mjera solarne energije zračenja primljenog na određenoj površini Zemlje tijekom određenog vremena.

- b) Električna energija proizvedena iz solarne energije u fotonaponskim sustavima i solarnim termičkim elektranama mogla bi postati ekonomična oko 2020. godine. Uz iskorištavanje solarne električne energije iznosio bi oko 0,3 TWh/god., što odgovara električnoj snazi od oko 200 MWe.

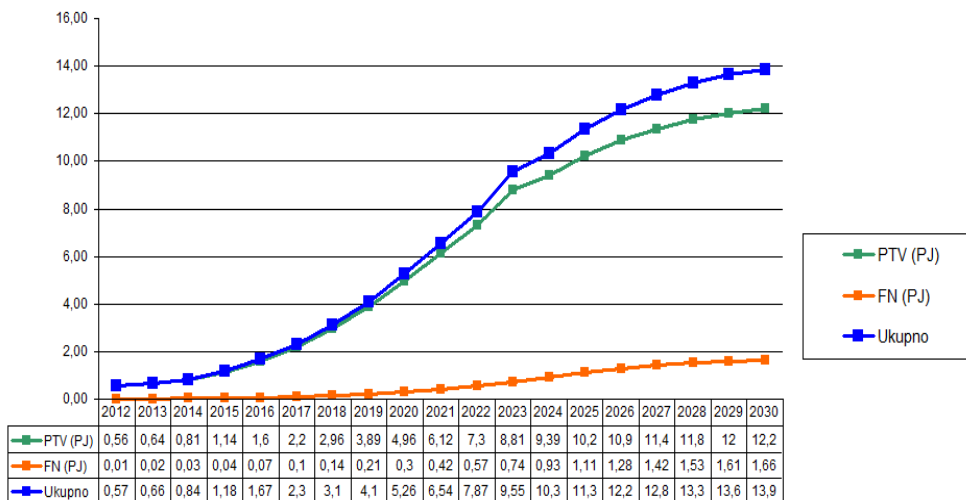
Sunčeva energija predstavlja praktički neograničen izvor energije od kojeg, izravno ili neizravno, potječe većina drugih oblika energije na Zemlji. Količina energije dobivena sunčevim zračenjem izrazito je velika, no s druge strane, tehničke mogućnosti predstavljaju ograničavajući faktor njezinog iskorištavanja. S obzirom na neiskorišten potencijal koji Hrvatska ima u iskorištavanju sunčeve energije, potreban je zaokret u nacionalnoj i lokalnoj energetskej politici. Hrvatska ima gotovo idealne insolacijske i klimatske uvjete za iskorištavanje energije Sunca. Na količinu ozračene sunčeve energije (insolaciju) najviše utječu zemljopisna širina mjesta i njegove lokalne klimatske karakteristike. Za područje Republike Hrvatske prosječna dozračena sunčeva energija kreće se oko 1,20 - 1,6 MWh/m², ovisno o tome radi li se o kontinentalnom ili primorskom dijelu. Područje srednje i sjeverne Europe ima znatno lošije klimatske uvjete za iskorištavanje sunčeve energije, međutim, istovremeno je puno bolje iskorištava. Za usporedbu, Austrija, kao zemlja s prosječnom dozračenom sunčevom energijom manjom od 1,1 MWh/m² imala je 2004. godine instaliranu snagu solarnih kolektora od ukupno 134 MW toplinske energije, a instaliranu snagu fotonaponskih modula 19 180 MW električne energije.

Važno je istaknuti kako RH ima znatno višu prosječnu dozračenu sunčevu energiju, a znatno je manje iskorištava. Hrvatska ima ogroman potencijal u dozračenoj Sunčevoj energiji tj. broju sunčanih dana i to s velikom pouzdanošću istih, a na temelju dosadašnjih izvedenih projekata, mogu se primijeniti sve tehnologije za pretvorbu energije Sunčeva zračenja u toplinsku energiju za grijanje i pripremu potrošne tople vode. Hrvatska je zakoračila u gospodarsko korištenje obnovljivih izvora prije nekoliko godina donošenjem zakonodavnog okvira i financijskih pretpostavki za implementaciju vladine politike u korištenju obnovljivih izvora. Time se svrstala u krug zemalja koje imaju uređen sustav. No RH ne koristi dovoljno energiju Sunčeva zračenja u dobivanju toplinske i električne energije, ipak u budućnosti se očekuje ubrzano korištenje ovakvoga oblika energije. Najveći problemi iskorištenja solarne energije su spora i složena procedura za stjecanje statusa povlaštenog proizvođača, neusklađenost prostornih planova, neriješenih pravno-imovinskih statusa zemljišta i najvažnije, česti problemi zbog priključivanja na elektroenergetsku mrežu.

Količina proizvedene električne energije u fotonaponskom sustavi ovisi u najvećoj mjeri o dozračenoj Sunčevoj energiji na fotonaponske module. Vrijednosti ozračenosti Sunčevim zračenjem na određenoj lokaciji ovisi o zemljopisnoj širini, klimatološkim parametrima lokacije poput učestalosti pojave naoblake i sumaglice, tlaku zraka te o zasjenjenjima od lokalnih objekata na lokaciji. U RH se nalaze tri tvornice fotonaponskih modula godišnjeg kapaciteta do 100 MW, od kojih dvije nabavljaju solarne ćelije i proizvode fotonaponske

module i jedna koja proizvodi komplet foto-naponske module iz amornog silicija. Tvrtnke koje nabavljaju solarne ćelije i proizvode fotonaponske module su Solaris d.o.o iz Novigrada, godišnjeg kapaciteta 70 MW fotonaponskih modula, i tvrtka Solvis d.o.o. iz Varaždina, godišnjeg kapaciteta oko 1 MW fotonaponskih modula. Treća je tvrtka Solarne ćelije d.d. koja se nalazi u Splitu i godišnjeg je kapaciteta oko 10 MW fotonaponskih modula. S obzirom na porast tržišta i ubrzani razvoj fotonaponske tehnologije te će tvrtke sigurno i povećavati svoje kapacitete.

Slika 1. Dinamika rasta korištenja sunčeve energije u RH do 2030. godine



Izvor: Izrada autora prema: Strategija energetskeg razvoja RH, 2009.

Ocjena investicije u integriranu solarno-termalnu elektranu do 10 MW

Zajamčene tarife su mjera kojom se potiče proizvodnja električne energije iz obnovljivih izvora energije i to je najraširenija mjera u Europi i svijetu. Proizvođačima električne energije iz obnovljivih izvora energije sa statusom povlaštenog proizvođača isplaćuje se poticajna cijena u kn/kWh za isporučenu električnu energiju. Prema Tarifnom sustavu za proizvodnju električne energije iz obnovljivih izvora energije i kogeneracije, ugovor o otkupu po poticajnoj cijeni potpisuje se s Hrvatskim operatorom (HROTE) na 14 godina. Zajamčene tarife podijeljene su prema snazi postrojenja, s tim da je utvrđena granica 1 MW. Tim tarifnim sustavom utvrđuju se visine fiksnih tarifnih stavki i promjenjivi dio tarifnih stavki za električnu energiju proizvedenu iz postrojenja koja koriste obnovljive izvore energije i kogeneracijskih postrojenja ovisno o vrsti izvora, snazi i drugim elementima isporučene električne energije, kao i način i uvjeti

primjene tih elemenata. Izmjena tarifnog sustava donosi se do 31. listopada 2012. s početkom primjene od 01. siječnja 2013. godine. Iznos tarifnih stavki definiran ovim tarifnim sustavom sastoji se od dva dijela:

- a) **fiksnog dijela** koji se temelji na opravdanim troškovima poslovanja, izgradnje, zamjene, rekonstrukcije te održavanja postrojenja koja koriste obnovljive izvore energije i kogeneracijskih postrojenja i razumno povratu sredstava od investicije;
- b) **promjenjivog dijela** koji se temelji na mjerljivom doprinosu lokalnoj zajednici, doprinosu razvoja gospodarske aktivnosti, zapošljavanju, razvoju javnih interesa i podizanju kvalitete života. Novim Tarifnim sustavom, donesenim u veljači 2012. godine, zajamčene su sljedeće otkupne cijene (bez PDV-a).

Tablica 1. Otkupne cijene po vrstama elektrana

Vrste elektrana i otkupne cijene	C	k1	k2	C*k1	C*k1*k2
Sunčane elektrane instalirane snage do uključivo 10kWh	1,1	2,39	1,2	2,6329	3,1548
Sunčane elektrane instalirane snage do uključivo 30kWh	1,1	2,03	1,1	2,233	2,4563
Sunčane elektrane instalirane snage veće od 30kWh	1,1	1,03	1,03	1,65	1,6995

* C_k = otkupna cijena, C = visina tarifne stavke, k_1 = korektivni koeficijent za integrirane sunčane elektrane, k_2 = korektivni koeficijent za korištenje sustava za pripremu sanitarne tople vode i/ili grijanja pomoću obnovljivih izvora energije.

Izvor: Izrada autora prema: Tarifni sustav za proizvodnju električne energije iz obnovljivih izvora energije i kogeneracije, 2012.

Iz *Tablice 1* vidljivo je kako se prema otkupnim cijenama, najviše isplati ulagati u integriranu sunčanu elektranu instalirane snage do uključivo 10 kWh. Integrirana sunčana elektrana podrazumijeva da se uz fotonaponske module instaliraju i solarni kolektori za toplinski sustav (primjerice za grijanje vode).

Cilj formiranja ukupnih prihoda i rashoda za fotonaponsku elektranu do 10 kW je istražiti ekonomsku isplativost ulaganja u takve elektrane, u slučaju kada se proizvedena struja ne zadržava za vlastite potrebe, već se po poticajnoj cijeni otkupljuje u elektrodistribucijsku mrežu. **Izračun ukupnih prihoda** izvršen je na način se ukupna planirana proizvodnja električne (koja je izračunata prema prosječnoj sunčevoj dozačenosti na području Istarske županije) energije pomnožila sa ovogodišnjom otkupnom cijenom koju je država zagarantirala Tarifnim sustavom o otkupu električne energije proizvedene iz obnovljivih izvora i kogeneracije:

$$\text{Prihodi integrirane solarne elektrane} = \text{godišnji prosjek proizvodnje električne energije po kW instalirane snage} * \text{ukupna instalirana snaga} * \text{otkupna cijena} \quad (1)$$

S obzirom na to da se s državom sklapa ugovor o otkupu električne energije na 14 godina, u *Tablici 2* izračunati su prihodi za razdoblje od 14 godina, međutim kako se rok trajanja solarne elektrane procjenjuje na 25 godina, u nastavku rada će biti prikazano i izračunavanje prihoda kroz račun dobiti i gubitka u periodu nakon isteka ugovora, jer po isteku ugovora povlašteni proizvođač može slobodno prodavati energiju na tržištu po tržišnoj cijeni. Trenutačno tržišna cijena električne energije u Hrvatskoj iznosi 0,70 kn po kilovat-satu. S obzirom na to kako je Tarifnim sustavom najviša otkupna cijena predviđena za malu solarnu elektranu sa ugrađenim toplinskim sustavom za vodu, odlučili smo prikazati prihode i rashode ulaganja upravo u takvu investiciju.

Tablica 2. Tablica prihoda solarne elektrane snage 10 kw za meteorološke uvjete u RH¹⁰

			Fotonapon		FN+toplinski sustav		
	God. prosjek proizv. po kW	Instal. snaga (kW)	Trajanje otkupa (godine)	Otkupna cijena (HRK)	Ukupni prihod od prodaje (HRK bez PDV-a)	Otkupna cijena: FN i toplinski sustav	Ukupni prihod: Fotonapon i toplinski sustav (bez PDV-a)
	1,481	10	14	2,63	545304,20	3,15	653121,00
	1,431	10	14	2,63	526894,20	3,15	631071,00
	1,423	10	14	2,63	523948,60	3,15	627543,00
	1,381	10	14	2,63	508484,20	3,15	609021,00
	1,315	10	14	2,63	484183,00	3,15	579915,00
	1,223	10	14	2,63	450308,60	3,15	539343,00
	1,209	10	14	2,63	445153,80	3,15	533169,00
	1,140	10	14	2,63	419748,00	3,15	502740,00
	1,123	10	14	2,63	413488,60	3,15	495243,00
	1,107	10	14	2,63	407597,40	3,15	488187,00

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Tarifnog sustava za proizvodnju električne energije iz obnovljivih izvora energije i kogeneracije, te godišnjeg prosjeka proizvodnje električne energije po kWh instalirane snage.

Prihodi nakon završetka ugovora o otkupu formirani su na način da se planirana godišnja proizvodnja struje pomnožila sa trenutačno cijenom električne energije na tržištu. Za očekivati je kako solarne ploče pred kraj svog trajanja neće više imati jednaku proizvodnost kao na početku projekta, međutim kako se u budućnosti očekuje rast cijena električne energije, no autori rada su u izračunu

¹⁰ S obzirom na to da se prema karti godišnje prosječne sunčeve dozračenosti (dakle tokom cijele godine, uključujući ljetne i zimske mjesece), Istarska županija nalazi na povoljnom području koje ne predstavlja niti najniže niti najviše vrijednosti sunčeve dozračenosti (označeno sivom bojom u tablici), autori za daljnje izračune isplativosti koriste vrijednosti već spomenute županije.

koristili fiksne iznose tržišne cijene za cijeli vijek projekta zbog neizvjesnosti o smjeru i veličini navedenih promjena.

Tablica ukupnih rashoda formirana je na način da su izračunati prosječni troškovi izgradnje solarne elektrane sa pripadajućim ostalim troškovima, a isti su dobiveni iz nekoliko ponuda različitih poduzeća koja se bave investicijama u obnovljive izvore energije. Tablica ukupnih rashoda ne uključuje cijenu najma krovništva na koje bi se solarne ploče instalirale pod pretpostavkom da investitor već raspolaže krovom nad nekom od vlastite imovine. Potrebna površina krova za instalaciju male solarne elektrane do 10 kWh je 70 m². Ukoliko investitor ne posjeduje svoje krovništvo, cijena najma takve površine krovništva iznosi otprilike 500 eura godišnje koje bi trebalo uključiti u račun dobiti i gubitka. Sve stavke narednih izračuna kao što su specifikacija troškova, račun dobiti i gubitka, ekonomski tok itd., dobivene su na temelju ponuda investicijskih poduzeća koja se bavi izgradnjom solarnih elektrana. Cijena opreme varira od poduzeća do poduzeća te ovisi o vrsti fotonaponskih panela. Svi izračuni su samo istraživačkog karaktera te ih ne treba uzeti kao konačne iz razloga što su točni podaci zapravo poslovne tajne investicijskih poduzeća i teško je do njih doći.

Tablica 3. Prihodi od solarne elektrane snage 10 kW nakon završetka ugovora o otkupu (PDV 25%)

PRIHODI NAKON ZAVRŠETKA UGOVORA O OTKUPU	
15. godina	12656,84 kn
16. godina	12656,84 kn
17. godina	12656,84 kn
18. godina	12656,84 kn
19. godina	12656,84 kn
20. godina	12656,84 kn
21. godina	12656,84 kn
22. godina	12656,84 kn
23. godina	12656,84 kn
24. godina	12656,84 kn
25. godina	12656,84 kn
UKUPNO PRIHODI	139225,24 kn

Izvor: Izrada autora prema trenutačnoj tržišnoj cijeni električne energije (0,70 kn/kWh), podaci preuzeti sa Eurostata.

Nadalje, u računu dobiti i gubitka prikazani su prihodi od poticaja u razdoblju od 14 godina. Izračun prihoda od poticaja objašnjen je prethodnom dijelom. Formiranje ukupnih prihoda i rashoda. S obzirom da svu proizvedenu struju distribuiramo prema ugovoru u elektrodistribucijsku mrežu po poticajnoj odnosno povlaštenoj cijeni, prihodi koje ostvarimo na taj način spadaju u prihode od poticaja. Tek po isteku ugovora sa HROTE, kad se proizvedena struja počne prodavati na tržištu po tržišnoj cijeni počinjemo ostvarivati prihode od prodaje.

Formiranje ukupnih rashoda temelji se na ponudama investicijskih poduzeća za izgradnju solarne elektrane čije su cijene korištene kao referentni troškovi. Općenito troškovi osiguranja i troškovi održavanja solarne se procjenjuju na otprilike 5% ulaganja u postrojenja i opremu. Financijski rashodi izračunati su na način da se iznos kredita potreban za realizaciju investicije raspodijelio na razdoblje otplate od 7 godina, iz razloga što je kratak rok otplate kredita u interesu investitora, kako bi smanjio ukupan iznos isplaćenih redovnih kamata banci. S obzirom na činjenicu da je zakonski propisana minimalna poduzetnička plaća u iznosu od 8.487,60kn, pa je pretpostavka autora da bi se za iznos kredita od 247 000,00 kn mogli ostvariti takvi uvjeti financiranja. Detaljan plan otplate kredita i kamata je prikazan u nastavku.

Tablica 4. Specifikacija troškova ulaganja u solarnu elektranu do 10 kW

SPECIFIKACIJA TROŠKOVA	IZNOS
1. INVESTICIJSKA ULAGANJA	266800,00 kn
Troškovi ulaganja izgradnju elektrane i opremu	244000,00 kn
Troškovi ulaganja u opremu toplinskog sustava	22800,00 kn
2. TROŠKOVI DOKUMENTACIJE	13000,00 kn
Izrada idejnog projekta	2000,00 kn
Izrada glavnog projekta	5000,00 kn
Upis u registar	70,00 kn
Energetsko odobrenje	70,00 kn
Rješenje zahtjeva za izdavanje prethodnog energetskog odobrenja	1870,00 kn
Dopuna akta kojom se odobrava građenje	70,00 kn
Elektroenergetska suglasnost	220,00 kn
Ishođenje rješenja o stjecanju statusa povlaštenog proizvođača	3700,00 kn
3. TROŠKOVI OSIGURANJA (kroz cijeli vijek projekta)	32142,75 kn
4. TROŠKOVI ODRŽAVANJA (kroz cijeli vijek projekta)	71775,00 kn
5. FINANCIJSKI RASHODI	286520 kn
Kredit	247000 kn
Kamate	39520 kn
UKUPNO RASHODI S KREDITOM	670237,75 kn
UKUPNO RASHODI BEZ KREDITA	383717,75 kn

Izvor: Izrada autora prema raspoloživim podacima investicijskih poduzeća.

Amortizacija solarne opreme izračunata je linearnom metodom na 10 godina, amortizacijskom stopom 10% i to prema Pravilniku o amortizaciji izdanom od strane Ministarstva financija Republike Hrvatske (Pravilnik je dostupan na: <http://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/232456.html>). Uzimajući u obzir negativne poslovne rezultate prvih 7 godina trajanja projekta, porez na dobit se ne obračunava niti naplaćuje. Porez na dobit od 20% počinje se obračunavati u

8. godini projekta jer je to godina kada se počinje ostvarivati pozitivan poslovni rezultat.

U nastavku je prikazan **Račun dobiti i gubitka** (*Tablica 5. i Tablica 6.*), zatim **Financijski tok** (*Tablica 7. i Tablica 8.*) solarne elektrane snage 10 kW te **Ekonomski tok** (*Tablica 9. i Tablica 10.*) projekta solarne elektrane do 10 kw s toplinskim sustavom za vodu u slučaju ulaganja s posuđenim sredstvima.

Tablica 5. Račun dobiti i gubitka solarne elektrane za vrijeme trajanja ugovora o otkupu električne energije

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
I. PRIMICI	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13
1. Poslovni prihodi	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13
1.1. Prihodi od poticaja	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13
1.2. Prihodi od prodaje		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. IZDACI	364.802,42	74.590,99	73.179,56	71.768,13	70.356,71	68.945,28	67.533,85	30.836,71	30.836,71	30.836,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71
2. Poslovni rashodi	266.800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.1. Troškovi investiranja u elektranu	244000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2. Troškovi investiranja u toplinski sustav	22800,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Troškovi ishođenja dokumentacije	13000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Troškovi montaže toplinskog sustava	9000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Troškovi investicijskog održavanja	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00
5. Troškovi osiguranja	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71
6. Financijski rashodi	45.165,71	43.754,28	42.342,85	40.931,42	39.520,00	38.108,57	36.697,14	0	0	0	0	0	0	0
7. Amortizacija	26.680,00	26.680,00	26.680,00	26.680,00	26.680,00	26.680,00	26.680,00	26.680,00	26.680,00	26.680,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. DOBIT PRIJE POREZA	-313.024,29	-22.812,86	-21.401,43	-19.990,00	-18.578,58	-17.167,15	-15.755,72	20.941,42	20.941,42	20.941,42	47.621,42	47.621,42	47.621,42	47.621,42
IV. Porez na dobit	0	0	0	0	0	0	0	4188,28	4188,28	4188,28	9524,28	9524,28	9524,28	9524,28
V. DOBIT NAKON POREZA	0	0	0	0	0	0	0	16.753,14	16.753,14	16.753,14	38.097,14	38.097,14	38.097,14	38.097,14

Tablica 6. Račun dobiti i gubitka solarne elektrane nakon isteka ugovora o otkupu

	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.
I. PRIMICI	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87
1. Poslovni prihodi	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87
1.1. Prihodi od poticaja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.2. Prihodi od prodaje	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87
II. IZDACI	4.156,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71	4.156,71
2. Poslovni rashodi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.1. Troškovi investiranja u elektranu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2. Troškovi investiranja u toplinski sustav	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Troškovi ishođenja dokumentacije	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Troškovi montaže toplinskog sustava	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Troškovi investicijskog održavanja	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00
5. Troškovi osiguranja	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71
6. Financijski rashodi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7. Amortizacija	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. DOBIT PRIJE POREZA	8500,16	8500,16	8500,16	8500,16	8500,16	8500,16	8500,16	8500,16	8500,16	8500,16	8500,16
IV. Porez na dobit	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03
V. DOBIT NAKON POREZA	6.800,13	6.800,13	6.800,13	6.800,13	6.800,13	6.800,13	6.800,13	6.800,13	6.800,13	6.800,13	6.800,13

Tablica 7. Financijski tok solarne elektrane za vrijeme trajanja ugovora o otkupu električne energije

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
I. PRIMICI	336.578,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13
1. Ukupni prihodi	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13
2. Izvori financiranja	284.800,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.1. Vlastiti izvori	37.800,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2. Tuđi izvori	247.000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. IZDACI	338.122,42	47.910,99	46.499,56	45.088,13	43.676,71	42.265,28	40.853,85	8.344,99	8.344,99	8.344,99	13.680,99	13.680,99	13.680,99	13.680,99
1. Ukupne investicije	266.800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.1. Investicije u opremu elektrane	244000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.2. Investicije u toplinski sustav	22800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Troškovi ishođenja dokumentacije	13000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Troškovi montaže toplinskog sustava	9000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Troškovi investicijskog održavanja	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00
5. Troškovi osiguranja	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71
3. Financijski rashodi za redovne kamate	9.880,00	8.468,57	7.057,14	5.645,71	4.234,29	2.822,86	1.411,43	0	0	0	0	0	0	0
6. Porez na dobit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.188,28	4.188,28	4.188,28	9.524,28	9.524,28	9.524,28	9.524,28
7. Obveze prema tuđim izvorima - anuitet	35.285,71	35.285,71	35.285,71	35.285,71	35.285,71	35.285,71	35.285,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. NETO PRIMICI	-1.544	3.867	5.279	6.690	8.101	9.513	10.924	43.433	43.433	43.433	38.097	38.097	38.097	38.097
Kumulativ neto primitaka	-1.544	2.323	7.601	14.291	22.393	31.906	42.830	86.263	129.696	173.129	211.227	249.324	287.421	325.518

Tablica 8. Financijski tok solarne elektrane nakon isteka ugovora o otkupu električne energije

	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.
I. PRIMICI	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87
1. Ukupni prihodi	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87
2. Izvori financiranja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.1. Vlastiti izvori	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2. Tuđi izvori	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. IZDACI	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74
1. Ukupne investicije	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.1. Investicije u opremu elektrane	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.2. Investicije u toplinski sustav	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Troškovi ishođenja dokumentacije	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Troškovi montaže toplinskog sustava	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Troškovi investicijskog održavanja	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00
5. Troškovi osiguranja	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71
3. Financijski rashodi za redovne kamate	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6. Porez na dobit	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03
7. Obveze prema tuđim izvorima - anuitet	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. NETO PRIMICI	6.800	6.800	6.800	6.800	6.800	6.800	6.800	6.800	6.800	6.800	6.800
Kumulativ neto primitaka	332.318	339.118	345.918	352.718	359.519	366.319	373.119	379.919	386.720	393.520	400.320

Tablica 9. Ekonomski tok solarne elektrane za vrijeme trajanja ugovora o otkupu električne energije

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
I. PRIMICI	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13	51.778,13
1. Ukupni prihodi	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13	51778,13
2. Ostatak vrijednosti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. IZDACI	338.122,42	47.910,99	46.499,56	45.088,13	43.676,71	42.265,28	40.853,85	39.442,00	38.030,17	36.618,34	35.206,51	33.794,68	32.382,85	30.971,02
1. Ukupne investicije	266.800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.1. Investicije u opremu elektrane	244000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.2. Investicije u toplinski sustav	22800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Troškovi ishođenja dokumentacije	13000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Troškovi montaže toplinskog sustava	9000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Troškovi investicijskog održavanja	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00
5. Troškovi osiguranja	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71
3. Financijski rashodi za redovne kamate	9.880,00	8.468,57	7.057,14	5.645,71	4.234,29	2.822,86	1.411,43	0	0	0	0	0	0	0
6. Porez na dobit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.188,28	4.188,28	4.188,28	9.524,28	9.524,28	9.524,28	9.524,28
7. Obveze prema tuđim izvorima - anuitet	35.285,71	35.285,71	35.285,71	35.285,71	35.285,71	35.285,71	35.285,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. NETO PRIMICI	-286.344,29	3.867,1	5.279	6.690	8.101	9.513	10.924	43.433	43.433	43.433	38.097	38.097	38.097	38.097
Kumulativ neto primitaka	-286.344,29	-282.477,15	-277.198,58	-270.508,58	-262.407,16	-252.894,31	-241.970,03	-198.536,89	-155.103,75	-111.670,61	-73.573,47	-35.476,33	2.620,81	40.717,95

Tablica 10. Ekonomski tok solarne elektrane nakon isteka ugovora o otkupu električne energije

	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.
I. PRIMICI	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87
1. Ukupni prihodi	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87	12656,87
2. Ostatak vrijednosti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. IZDACI	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74	5.856,74
1. Ukupne investicije	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.1. Investicije u opremu elektrane	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.2. Investicije u toplinski sustav	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Troškovi ishođenja dokumentacije	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Troškovi montaže toplinskog sustava	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Troškovi investicijskog održavanja	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00	2.871,00
5. Troškovi osiguranja	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71	1.285,71
3. Financijski rashodi za redovne kamate	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6. Porez na dobit	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03	1700,03
7. Obveze prema tuđim izvorima - anuitet	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. NETO PRIMICI	6800,13	6800,13	6800,13	6800,13	6800,13	6800,13	6800,13	6800,13	6800,13	6800,13	6800,13
Kumulativ neto primitaka	47.518,08	54.318,21	61.118,34	67.918,47	74.718,60	81.518,73	88.318,86	95.118,99	101.919,12	108.719,25	115.519,38

RAZDOBLJE POVRATA INVESTICIJSKOG ULAGANJA

Razdoblje povrata investicijskog ulaganja jest razdoblje kroz koje investicija mora postići pozitivne ekonomske učinke prije nego što počne ostvarivati određenu dobit. Općenito vrijedi da ako je razdoblje povrata investicijskog ulaganja manje od zadanog vijeka projekta, investicija je prihvatljiva. Što je razdoblje povrata kraće, to je investicija opravdanija.

Iz gornjih tablica ekonomskog toka, možemo uočiti kako je razdoblje povrata ulaganja u malu solarnu elektranu u slučaju kada smo uložili posuđena sredstva (odnosno kad je investicija financirana kreditom) **13 godina**. U slučaju kada je investicija financirana vlastitim sredstvima, ulaganje je opravdanije iz razloga što vrijeme povrata ulaganja iznosi **7 godina**¹¹.

SUSTAV OTPLATE KREDITA

Tablica 11. Plan otplate kredita

Plan otplate kredita (u kn)				
Razdoblje	Anuitet	Kamata (4%)	Otplata	Ostatak duga
0				247000,00
1	35.285,71	9880,00	45.165,71	211714,29
2	35.285,71	8468,57	43754,28	176428,58
3	35.285,71	7057,14	42342,85	141142,87
4	35.285,71	5645,71	40931,42	105857,16
5	35.285,71	4234,29	39520,00	70571,45
6	35.285,71	2822,86	38108,57	35285,74
7	35.285,71	1411,43	36697,14	0,03

Izvor: Izrada autora.

Kao što je vidljivo iz otplatne tablice, kredit će se isplatiti nakon 7 godina. Hrvatska banka za obnovu i razvoj direktno putem poslovnih banaka osigurava kamatnu stopu na kredite za obnovljive izvore energije 4%.¹²

IZRAČUN NETO SADAŠNJE VRIJEDNOSTI

Metoda čiste sadašnje vrijednosti spada među najreprezentativnije metode ocjene učinkovitosti poduzetničkih projekata. Čistu sadašnju vrijednost projekta izračunavamo na način što čiste primitke ekonomskoga tijeka iz pojedinih godina promatranoga vijeka eksploatacije projekta preračunavamo na sadašnju vrijednost pomoću diskontnoga činitelja iz drugih financijskih tablica složenih kamata. Riječ je o metodi koja je obrnuta od metode složenog ukamaćivanja (kamate na kamatu) i

¹¹ Tablice računa dobiti i gubitka, financijskog i ekonomskog toka u slučaju ulaganja u solarnu elektranu vlastitim sredstvima, dostupne su na zahtjev.

¹² Dostupno na <http://hr.easystation.eu/images/docs/hborsupetar290508.pdf>.

ona uzima u obzir troškove koji nastaju za investitora upravo radi ulaganja u navedenu investiciju. Neto sadašnja vrijednost (NSV) pokazuje sposobnost projekta da vrati uložena sredstva u njega. Kad je NSV pozitivna, ona zapravo pokazuje za koliki iznos će projekt vratiti više od uloženog, ili ako je negativna koliki će "gubitak" projekt ostvariti. Neto sadašnja vrijednost jest broj koji nam može poslužiti kao orijentacija za donošenje odluke o ulasku ili ne ulasku u investiciju odnosno odabir najboljeg alternativnog rješenja. Sadašnja vrijednost budućih neto primitaka izračunava se prema formuli:

$$SV = NP / (1 + p / 100)^n \quad (2)$$

tako da je *SV* sadašnja vrijednost budućih neto primitaka na određen broj godina ili razdoblja (*n*), *NP* neto primici, *n* broj razdoblja ili godina, *p* kamatnjak (diskontna stopa). Ukoliko je dobivena NSV veća od nule, projekt je prihvatljiv za investitora zato što je stvarna stopa povrata uložених sredstava veća od zadane diskontne stope. Što je NSV veća to je ulaganje opravdanije.

Neto sadašnja vrijednost projekta male solarne elektrane do 10 kWh iznosi uz primjenu diskontne stope od 8%, u slučaju da investitor raspolaže malim udjelom vlastitih sredstava u financiranju (otprilike 13%) iznosi **-104 590,50 kn** što ukazuje na to da investicija nije opravdana, odnosno da se projektom neće vratiti ulaganja. Prilikom traženje izvora financiranja, za ovakav projekt bi se ostvarili vrlo loši uvjeti financiranja ili ih uopće ne bi bilo.

Tablica 12. Neto sadašnja vrijednost projekta u slučaju posuđenih sredstava

Godina projekta	Neto primici (kn)	Diskontni faktor (k.s. 8%)	SV (kn)
1	2455,71	0,9259	2273,80
2	3867,10	0,8573	3315,41
3	5279,00	0,7938	4190,64
4	6690,00	0,7350	4917,35
5	8101,00	0,6806	5513,40
6	9513,00	0,6302	5994,80
7	10924,00	0,5835	6374,05
8	43433,00	0,5403	23465,50
9	43433,00	0,5002	21727,31
10	43433,00	0,4632	20117,88
11	38097,00	0,4289	16339,15
12	38097,00	0,3971	15128,84
13	38097,00	0,3677	14008,19
14	6800,13	0,3405	2315,18
15	6800,13	0,3152	2143,68
16	6800,13	0,2919	1984,89
17	6800,13	0,2703	1837,86
18	6800,13	0,2502	1701,73
19	6800,13	0,2317	1575,67
20	6800,13	0,2145	1458,96
21	6800,13	0,1987	1350,88

22	6800,13	0,1839	1250,82
23	6800,13	0,1703	1158,17
24	6800,13	0,1577	1072,38
25	6800,13	0,1460	992,94
Ukupno	373021,37	-	162209,50
Investicija	-	-	266800
NSV	-	-	-104590,50

Izvor: Izrada autora.

Neto sadašnja vrijednost istog projekta u kojeg vlasnik ulaže 100% vlastitog kapitala iznosi **61 672,76 kn** što znači da je takva vrsta investicije opravdana, i da će projekt za navedeni iznos vratiti više od uloženoga. Svakako bi drugačiji odnos između vlastitog i posuđenog kapitala mogao ponuditi drugačiji pogled na opravdanost investicija, međutim to prvenstveno ovisio o mogućnostima privatnog kapitala da se angažira u ovakvoj vrsti poduzetničkog pothvata.

Tablica 13. Neto sadašnja vrijednost projekta u slučaju vlastitih izvora ulaganja

Godina projekta	Neto primici (kn)	Diskontni faktor (k.s. 8%)	SV (kn)
1	47621,42	0,9259	2273,80
2	43433,14	0,8573	37236,92
3	43433,14	0,7938	34478,63
4	43433,14	0,7350	31924,65
5	43433,14	0,6806	29559,87
6	43433,14	0,6302	27370,25
7	43433,14	0,5835	25342,82
8	43433,14	0,5403	23465,57
9	43433,14	0,5002	21727,38
10	43433,14	0,4632	20117,95
11	38097,14	0,4289	16339,21
12	38097,14	0,3971	15128,90
13	38097,14	0,3677	14008,24
14	38.097,14	0,3405	12970,59
15	6800,13	0,3152	2143,68
16	6800,13	0,2919	1984,89
17	6800,13	0,2703	1837,86
18	6800,13	0,2502	1701,73
19	6800,13	0,2317	1575,67
20	6800,13	0,2145	1458,96
21	6800,13	0,1987	1350,88
22	6800,13	0,1839	1250,82
23	6800,13	0,1703	1158,17
24	6800,13	0,1577	1072,38
25	6800,13	0,1460	992,94
Ukupno	665709,67	-	328472,76
Investicija	-	-	266800
NSV	-	-	61672,76

Izvor: Izrada autora.

IZRAČUN INTERNE STOPE RENTABILNOSTI

Metoda interne stope rentabilnosti (profitabilnosti) je metoda za ocjenu prihvatljivosti investicijskog ulaganja, odnosno mjera djelotvornosti projekta. Interna stopa rentabilnosti definira se kao ona diskontna stopa koja neto sadašnju vrijednost svodi na nulu, a određuje se prema matematičkom obrascu.

Tumačenje interne stope rentabilnosti ovisi o kombinaciji izvora financiranja. Ako u financiranju investicija sudjeluje samo vlastiti kapital, tada je to stopa po kojoj on odbacuje prosječnu akumulaciju. Ako se koriste i krediti, tada će i vlastiti i tuđi izvori financiranja stvarati povrat po toj stopi u odnosu na svoju veličinu. Kada se investicijski projekt financira samo iz kredita, tada tuđi kapital po internoj stopi rentabilnosti odbacuje prosječnu godišnju akumulaciju, pa je to ujedno i maksimalno prihvatljiva kamatna stopa na kredite. Interna stopa rentabilnosti ima značenje maksimalno prihvatljive kamatne stope na kredite, neovisno o tomu sudjeluje li u financiranju vlastiti kapital ili ne. Neovisno dakle o strukturi izvora financiranja, ISP treba tumačiti kao maksimalno prihvatljivu kamatnu stopu na kredite. Interna stopa rentabilnosti nam pokazuje po kojoj se prosječnoj godišnjoj stopi ukamaćuju uložena sredstva. Ista se može tumačiti kao maksimalna prihvatljiva kamatna stopa na kredite. Ako je ISP veća od tražene stope povrata (diskontne stope), investicija je sa stajališta investitora prihvatljiva. Što je veća ISP, investicija je opravdanija. Nakon što se putem pokušaja i pogrešaka pronađe diskontna stopa koja daje najnižu pozitivnu čistu sadašnju vrijednost te prvu negativnu čistu sadašnju vrijednost, slijedi izračun ISP pomoću sljedećega obrasca:

$$ISP = P_{n-1} + (R_{n-1} / (R_{n-1} + R_n)) * P_i \quad (3)$$

tako da je: ISP interna stopa profitabilnosti, P_{n-1} stopa koja daje najnižu pozitivnu čistu sadašnju vrijednost, R_{n-1} najniža pozitivna čista sadašnja vrijednost, R_n prva negativna čista sadašnja vrijednost, p_i interval korištenih diskontnih stopa. Najniža pozitivna vrijednost projekta solarne elektrane je ostvarena pri diskontnoj stopi od 11%, prva negativna čista vrijednost pri diskontnoj stopi od 12%. Prema tome slijedi da je $11 + (3350,25 / (3350,25 - 12379,79)) * (12 - 11)$ jednako **10,62%** što je zapravo vrijednost ISP projekta male solarne elektrane u slučaju 100% vlastitih izvora financiranja. Uzimajući u obzir značenje ovog pokazatelja možemo zaključiti kako se investicija u pravilu može smatrati opravdanom. Budući da je NSV projekta u slučaju tuđih izvora ulaganja negativna, ISP za tu vrstu projekta nije izračunata.

ZAKLJUČAK

Obnovljivi izvori energije predstavljaju vidikovac koji će usmjeriti globalni energetske sustav prema održivosti i energetske sigurnosti. Naime razvoj tehnologija povezanih s obnovljivim izvorima energije dovodi do troškovne efikasnosti i ekspanzije upotrebe čija je karakteristika da postoje u neograničenim količinama sve što može utjecati na povećanje nacionalne sigurnosti države kroz energetske neovisnost, a time i na napredak. Ove tehnologije utječu na razvoj novih tržišta, otvaranje novih radnih mjesta, a prije svega na uspostavu narušene ravnoteže

s okolišem. Iskorištavanje solarne energije ima svijetlu budućnost, međutim ista je ovisna o klimatskim uvjetima i poslovnim očekivanjima. U posljednje vrijeme EU, ali i USA te Kina ulažu značajne napore u razvoj solarnih potencijala, pri čemu se očekuje da će solarna fotonaponska i termalna industrija predstavljati do 4,4% srednjoročnih potencijala globalne proizvodnje energije koja proizlazi iz obnovljivih izvora. Očigledno postoji dugoročni potencijal ulaganja u solarnu industriju. Hrvatska zbog povoljnog geografskog položaja i klimatskih karakteristika ima veliki potencijal za iskorištavanje Sunčeve energije. Kroz razvoj i usavršavanje fotonaponske tehnologije Sunce kao izvor energije može postati ekonomski prihvatljiva solucija za proizvodnju čiste i ekološki održive energije.

Hrvatska je u proteklih nekoliko godina počela stvarati pogodnu investicijsku klimu za ulaganje u obnovljive izvore energije, a sve veći investicijski zanos postoji upravo na području ulaganja u solarne elektrane. Iako se različitih istraživanja može zaključiti kako su ulaganja o solarne elektrane postala ekonomski isplativ posao, prvenstveno zahvaljujući državnim poticajima, prilikom ulaganja treba imati na umu kako su takva ulaganja isplativa za investitore koja pri samom početku ulaganja raspolažu vlastitim izvorima sredstava. S obzirom na činjenicu da u Hrvatskoj trenutno postoje samo tri domaća proizvođača fotonaponskih panela i ostale opreme potrebne za izgradnju solarnih ploča, i zbog toga što se povećanjem broja linija elektroenergetske distribucije (veći broj manjih elektrana) smanjuje njihova efikasnost, bitno je postaviti ili redefinirati prioritete ulaganja u obnovljive izvore energije. S druge strane, bitno je uočiti važnost investicija na neku zemlju. Investicije u male solarne elektrane značile bi poticanje izgradnje novih proizvodnih pogona ili proširenja kapaciteta već postojećih, nova zapošljavanja, doprinos energetske bilanci, povećanje direktnih stranih ulaganja te u konačnici, održivi gospodarski rast i razvoj Republike Hrvatske.

BIBLIOGRAFIJA

1. Apergis, N., Payne, J. E. (2011) Renewable and non-renewable energy consumption-growth nexus: Evidence from a panel error-correction model. *Energy Economics*, Vol. 34., pp. 733-738.
2. Blažević, B., Krstinić-Nižić, M. (2011) Ocjena investicijskog modela primjenom diskrecijske diskontne stope - slučaj obnovljivih izvora energije u turizmu. *Ekonomski pregled*, Vol. 62., No.11., str. 636-661.
3. Cota, B. (2006) Pregled empirijskih istraživanja utjecaja cijena na ukupnu privrednu aktivnost. *Ekonomika istraživanja*, Vol. 20., No. 1., str. 109-118.
4. Čavrak, V., Gelo, T. i Pripužić, D. (2006) Politika cijena u energetske sektoru i utjecaj cijena energenata na gospodarski razvoj Republike Hrvatske. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, Godina 4., 45-68.
5. De Paoli, L., Višković, A. (2007) *Ekonomija i politika proizvodnje električne energije*. Kigen, Zagreb.
6. Eurostat (2012): <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>.
7. Glavaš, K., Zdunić, M., (2008) *Uvjeti priključenja malih elektrana na distribucijsku mrežu. Hrvatski ogranak međunarodne elektrodistribucijske konferencije* (dostupno na <http://www.ho-cired.hr/referati/SO4-01.pdf>).

8. Hamilton, J. (2003) What is an Oil Shock? *Journal of Economics*, Vol. 113., No. 2., pp. 363-398.
9. Institut društvenih znanosti Ivo Pilar (2009) Energetska sigurnost i kritična infrastruktura - *Obnovljivi izvori energije-studija ostvarivosti* (dostupno na: http://www.biblio.irb.hr/datoteka/452722.hv_oielaborat.pdf).
10. Labudović, B. (2002) *Obnovljivi izvori energije*, Energetika marketing.
11. Majdandžić, Lj. (2010) *Solarni sustavi*. Graphis, Zagreb.
12. Matić, Z. (2007) Sunčevo zračenje na području Republike Hrvatske, *EIHP*.
13. Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2008) *Prilagodba i nadogradnja strategije energetskog razvoja RH*. (dostupno na: http://www.undp.hr/upload/file/201/100668/FILENAME/EnStrat_Nacrt_zelena_knjiga_101108.pdf).
14. Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2011) *Energija u Hrvatskoj; Godišnji energetski pregled*. (dostupno na: http://www.eihp.hr/hrvatski/projekti/EUH_od_45/Energija2010.pdf).
15. Narodne novine, broj 68/01 i 177/04; *Pravilnik o korištenju obnovljivih izvora energije i kogeneracije*.
16. Narodne novine, broj 68/01, 177/04, 76/07 i 152/08; *Strategija energetskog razvoja Republike Hrvatske*.
17. Narodne novine, broj 68/01 i 177/04; *Tarifni sustav za proizvodnju električne energije iz obnovljivih izvora energije i kogeneracije*.
18. Udovičić, B. (2002) *Energetika i okoliš u globalizaciji*. Kika-graf, Zagreb.
19. Udovičić, B. (2004) *Neodrživost održivog razvoja; energetski sustavi u globalizaciji i slobodnom tržištu*. Kićen, Zagreb.
20. World Economic Forum (2012) *Industry agenda: Energy for Economic Growth, Energy Wision Update 2012*. *World Economic Forum*.

RESUME

In the time of global recession and financial crisis, in which countries are looking for new solutions that will re-employ workforce and economic infrastructure, increasing demand for energy and raising prices show robustness in such manner forcing policy makers toward new sources of energy that will not only represent a response to an increased energy consumption but also be a relevant factor and/or indicator of economic growth and development. Since 'sustainable' economic development nowadays is not possible without the use of various energy, especially one which comes from renewable sources, it creates new economic-energy gap which fulfillment can improve economic life of any country. Renewable energy represents an ideal that can direct global energy system towards sustainability and supply security. Namely, development of technologies related to renewable energy sources lead to cost efficiency and the expansion of its use for it posses special characteristics; it exists in unlimited quantities. Thereby it increases national security of the country through energy independence, and thus economic progress. These technologies imply development of new markets, new jobs, primarily in the establishment of the balance with the environment. Solar energy has a bright future, but it depends on climate conditions and business expectations. Because of its favorable geographical position and climate, Croatia has a great potential for exploiting solar energy. Through the development and improvement of photovoltaic

technology Sun as an energy source can become an economically viable solution to produce clean and environmentally sustainable energy. Latest economic instruments and regulatory framework arrangement taken from the European Union, gradually began to create a favorable investment climate within renewable energy potential. The goal of this paper is to provide an insight into the basic concepts and features of Croatian energy sector as well to provide an overview of investment potentials, legal framework and regulation in the area of renewable energy sources (especially solar energy) in order to analyze profitability of investment in a small solar power plant. Although different studies suggest that the investments in solar power plants have become profitable, due to government subsidies, investors should bore in mind that such investments are profitable for investors with their own sources of funding. Given the fact that in Croatia there are currently only three domestic manufacturers of photovoltaic panels and other equipment necessary for the construction of solar panels, and because the increase in the number of electricity distribution lines (larger number of smaller plants) reduces their effectiveness, it is essential to set or redefine priorities in renewable energy. Namely, investments in small solar power plants can stimulate construction of new production facilities or expand the capacity of existing, increase employment and foreign direct investments, contribute to the energy balance and ultimately sustainable economic growth and development in Croatia.

STRATEGIJSKA KONTROLA I REVIZIJA BIZNISA U MALIM I SREDNJIM PREDUZEĆIMA

Bećir Kalač, prof. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
becir.kalac@uninp.edu.rs

Azra Ćatović, dipl. ecc.

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija

Senadin Plojović, MSc

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija

Apstrakt

Proces globalizacije, koji se ubrzano odvija u savremenom svetu, doveo je do urušavanja velikih industrijskih i proizvodnih sistema u većini razvijenih zemalja sveta. Šanse novog razvoja i zapošljavanja identifikuju se u oblasti malog i srednjeg biznisa u kome se takođe odvijaju sve oštrija tržišna nadmetanja. Da bi opstali na sve zasićenijem tržištu, preduzetnici i top menadžeri i u oblasti malog i srednjeg biznisa moraju izuzetnu pažnju da posvete kontroli, a po potrebi i reviziji, poslovnih procesa koje obavljaju. Ovo iz razloga kako bi proizvodi i/ili usluge koje nude na tržištu imali vrhunski kvalitet i privlačnost za kupce. Kontrola i revizija poslovanja u malom i srednjem biznisu odvijaju se po određenom procesu i usvojenoj tehnološkoj proceduri, koje treba poštovati prilikom njihovog izvođenja.

Ključne riječi: Mali i srednji biznis, kontrola, revizija, kvalitet, procedura, specifičnost izvođenja, efekti

STRATEGIC CONTROL AND BUSINESS AUDITING IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Abstract

The process of globalisation, which has been going on very fast in the modern world, has led to the implosion of big industrial and production systems in the most of the developed countries in the world. The opportunities for new development and employment are identified in the sector of small and medium enterprises, which also have to face a more and more intense competition. In order to survive on a more and more saturated market, entrepreneurs and top managers in the field of small and medium enterprises have to pay exceptional attention on control, and if needed to auditing, of conducted business processes. The reason is to provide products or services with the highest quality on the market in order to attract customers. Control and audit of business in small and medium enterprises are

executed according to a certain process and approved technical procedure, which has to be respected during its execution.

Keywords: Small and medium enterprises, control, audit, quality, procedure, specificity of execution, effects

JEL codes: M10

UVOD

Kada su krajem osamdesetih i početkom devedesetih godina prošlog veka prvo u literaturi, a potom i u privrednoj i političkoj praksi, počeli znatnije koristiti pojmovi: “Mali i srednji biznis”, “Mala i srednja preduzeća”, “Malo i srednje preduzetništvo” i slični, niko u tom momentu nije mogao ni da pretpostavi da će upravo mali i srednji model privređivanja postati okosnica privrednog razvoja i zapošljavanja već u drugoj deceniji 21. veka. Proces deindustrializacije koji je zapljusnuo Evropu, Severnu Ameriku i druge ekonomski razvijene regione sveta prebacuje, na tim područjima, ulogu i značaj tzv. velikog industrijskog biznisa u istoriju. Nekoliko paralelno manifestovanih procesa na tržištima ekonomski razvijenih – do jučerašnjih industrijskih sila sveta, koji su se odvijali zadnjih decenija ugrozili su, a znatnim delom i urušili, veliki industrijski biznis na navedenim područjima. Ovaj biznis je inače, od sredine devetnaestog i tokom celog dvadesetog veka, kroz uspešno izvedene prvu, drugu i treću industrijsku revoluciju, predstavljao okosnicu razvoja tehnološki i ekonomski najrazvijenih zemalja sveta. Reč je o procesima automatizacije, kompjuterizacije, robotizacije i informatizacije na tehnološkom planu i procesu seljenja tehnologija i kapitala u Aziju, Latinsku Ameriku i druge manje razvijene delove sveta. Oba ova procesa – uz druga povezana i prateća dešavanja, su faktički razlabavili, a potom i urušili, većinu velikih industrijskih sistema u Evropi i Severnoj Americi. Navedeno je dovelo do masovnih otpuštanja i prekvalifikacija radnika, koji su do juče radili u velikom industrijskom biznisu.

Razvojne šanse zapošljavanja otkrivene su potom u sferi usluga (u tzv. tercijalnom sektoru), i u malom i srednjem biznisu, koji prostori privređivanja su se pokazali otpornijim na izvedene strukturne promene. Mali i srednji biznis je pritom orijentisan znatnim delom na oblast lokalne ili specifične sofisticirane proizvodnje, kao i pružanje brojnih proizvodnih i ličnih usluga.

Pošto je posle urušavanja i propasti mnogih velikih industrijskih i drugih proizvodnih sistema mali i srednji biznis faktički ostao i postao glavna šansa za profitabilno ulaganje kapitala i za zapošljavanje, navedeno je po prirodnom toku stvari, dovelo do prave “poplave” brojnih investitora i ulagača u ovaj sektor privređivanja. Shodno tome konkurencija ponuđača u većini oblasti malog i srednjeg biznisa zaoštava se do izuzetnih granica. Na domaćem, a takođe i na svetskom tržištu, svakodnevno se registruje veliku broj novih privrednih subjekata u oblasti malog i srednjeg biznisa. Nažalost isto toliko a ponekad, u vreme krize, još i više, svakodnevno veliki broj firmi iz malog i srednjeg biznisa prestane sa radom i proglasi stečaj. Na tržištu ostaju samo oni koji imaju sreće i koji promišljeno ulažu u domen sadržaja i ostvarenog kvaliteta svojih ponuđenih proizvoda i/ili usluga. Za

mediokritetne firme i medikritetne preduzetnike i u oblasti malog i srednjeg biznisa jednostavno danas nema mesta.

U borbi za kupce se pritom pridaje veliki značaj i kontroli rada i kontroli kvaliteta proizvoda i/ili usluga. Nije slučajno da je potom “Menadžment totalnog kvaliteta” (MTK) dobio upravo danas visoko vrednovano mesto – ne samo u teoriji menadžmenta već i u oblasti praktičnog proizvodnog i uslužnog menadžmenta. Sama kontrola kvaliteta nije dovoljna ukoliko iza nje ne slede i određene korektivne aktivnosti usmerene na poboljšanje procesa rada i poboljšanje kvaliteta i tržišne privlačnosti dobijenih proizvoda i usluga. Ovde se dolazi i do pojma revizije, koja se u svakoj dobro organizovanoj preduzetničkoj firmi takođe izvodi po određenom procesu i tehnološkoj proceduri. Izlaganje koje sledi predstavlja pokušaj autora da ukaže na izvesne proceduralne specifičnosti procesa kontrole i revizije i procedure poslovanja karakteristične za oblast malog i srednjeg biznisa.

POJMOVNA ODREĐENJA KONTROLE I REVIZIJE U MALOM I SREDNJEM BIZNISU

Kontrola u malom i srednjem biznisu predstavlja aktivnost (proces; proceduru) sa kojim top menadžeri utvrđuju da li se upravljačke aktivnosti nižih nivoa menadžmenta i izvršne aktivnosti odvijaju prema utvrđenom scenariju, odnosno prema standardima (normativima) koji su usvojeni kao ciljni orijentiri za sprovođenje opredeljenih procedura izvođenja determinisanog biznisa.

Strategijska kontrola obuhvata poslove nadgledanja, ocene, merenja i poboljšanja opredeljenih planskih zadataka i aktivnosti – kako unutar pojedinih delova organizacije, tako i unutar organizacije kao sredine. Koristeći odgovarajuće instrumente kontrole preduzetnici odnosno top menadžeri organizacije zapažaju i ustanovljavaju poremećaje u odvijanju poslovnih aktivnosti koje kontrolišu. Utvrđuju uzrok koji dovode do tih poremećaja i svakako preduzimaju mere da se ti uzroci otklone ili minimalizuju.

Karakteristike kontrole su: 1) kontrola mora biti sistematska, kritička i analitička; 2) treba da obezbedi preventivno delovanje; 3) kontrola nije pasivno konstatovanje grešaka, već konstruktivno sredstvo angažovanog delovanja; 4) kontrola se obavlja na osnovu postavljenih standarda, to jest postavljenih ciljeva, politika, strategija, programa i planova (pri čemu se najčešće kao standard uzima plan preduzeća jer je on sinteza ciljeva, politika, strategija i programa).

Revizija je konkretna menadžerska aktivnost koja i u malom i srednjem biznisu sledi iza kontrole. Revizija se sprovodi kada se utvrdi da postavljena koncepcija nije dobra (pritom se vrši revizija koncepcije) ili pak da je dobra, ali da njena implementacija nije dobra (kada se vrši revizija implementacije).

To ukazuje na činjenicu da su kontrola i revizija menadžmenta i izvršnih aktivnosti obaveza u dve pojmovno odvojene dimenzije. To su:

- kontrola i revizija strateške koncepcije i
- kontrola i revizija strateške implementacije (realizacije dobro postavljenih zadataka).

Američki eksperti za strategijski menadžment Geri Džonson i Kevan Šules u svojim radovima ističu da se dobra strategijska kontrola sastoji iz seta strateških analiza poslovanja koje vlasnicima biznisa odnosno top menadžerima firme treba da omoguće da ostvare potpun uvid u proces strateškog odvijanja opredeljenog malog i srednjeg biznisa. Prema navedenim ekspertima i u oblasti malog i srednjeg biznisa bazično je sedam strateških analiza datih u sledećoj tabeli:

Tabela 1. Strateške analize sa kontrolisanje koncepcije i implementacije biznisa

VRSTE ANALIZA	PREDMET KONTROLE
1. Analize programa poslovanja	
<ul style="list-style-type: none"> • Analiza širine, gustine i dubine ponudbenog asortimana (repertoara) • Analiza tehničke osposobljenosti za realizaciju opredelnog programa • Analiza tržišne pozicije firme u domenu nabavke i u domenu plasmana proizvoda 	Konzistentnost, asortimana (repertoara) Tehnološke performanse firme Tržišni položaj u domenu nabavke i u domenu prodaje
2. Analiza razvoja	
<ul style="list-style-type: none"> • Analiza ostvarenosti odabranih pravaca razvoja • Analiza sadržaja i kvaliteta razvojnih aktivnosti 	Koncepcija opredeljenog razvoja Implementacija razvojnih aktivnosti
3. Finansijska analiza	
<ul style="list-style-type: none"> • Racio analiza • Analiza odstupanja • Budžet gotovine • Budžet kapitala 	... Koncept profitabilnosti ... Troškovi i prihodi ... Novčani tokovi (Cash Follow) ... Investicioni rashodi
4. Analiza tržišta	
<ul style="list-style-type: none"> • Analiza ponude i tražnje • Analiza tržišnog učešća firme 	Situacija na tržištu Konkurentski položaj firme
5. Analiza marketinga prodaje	
<ul style="list-style-type: none"> • Analiza budžeta prodaje • Analiza kanala plasmana • Analiza imidža firme • Analiza prodajnih cena 	Efikasnost i efektivnost plasmana ... Koncept plasmana ... Koncept plasmana ... Koncept promocije ... Cenovna privlačnost ponude
6. Analiza fizičkih materijalnih resursa	
<ul style="list-style-type: none"> • Analiza objekata i opreme • Analiza reproduktionog materijala i trgovačke robe 	... Podobnost i iskorišćenost kapaciteta ... Sadržaj obrtnih resursa poslovanja
7. Analiza ljudskih resursa	
<ul style="list-style-type: none"> • Analiza rada i učinaka • Analiza osnovanosti pojedinačnih radnih angažmana • Analiza fluktacija • Analiza posebnih sposobnosti pojedinih radnika i radnih timova 	... Produktivnost rada ... Opravdanost pojedinačnih radnih angažmana (radnih mesta) ... Stabilnost radne snage. ... Iskorišćenost talenata

Navedene analize i kontrole koje smo prezentirali u tabeli svakako da nije sve ono što strateški treba analizirati i kontrolisati. Postoje i drugi brojni resursi i činioci materijalnog, antropogenog, finansijskog i drugog karaktera, kao i procesi i odnosi, koji treba da budu predmet budne pažnje strateških menadžera i u oblasti malog i srednjeg biznisa.

U procesu stratezijske kontrole, veoma je bitno da se prilikom uočavanja određenih retrogradivnih procesa ili negativnosti bilo kog karaktera, pre preuzimanja bilo kakvih korektivnih mera revizije, prethodno utvrdi da li su ispoljeni retrogradni procesi i izražene negativnosti uzrokovani lošom koncepcijom ili lošom implementacijom (dobre koncepcije). U izvesnim slučajevima može se utvrditi da loše rezultate rada prouzrokuju i loša koncepcija i loša implementacija, što znači da u takvim situacijama treba energično menjati i koncepciju i implementaciju. Razlikovanje navedenog opredeljuje uspešnost izvedene kontrole odnosno revizije.

POTREBA, SADRŽAJ I SUŠTINA KONTROLE U OBLASTI MALOG I SREDNJEG BIZNISA

POTREBA KONTROLE

Upućeni top menadžeri dobro znaju da je kontrola imperativ svakog složenog posla. Naročito posla u kome su izražene određene neizvesnosti u pogledu njegovog ostvarenja. Takođe i posla u kome su moguće devijacije (odstupanja) stvarnih od željenih i planiranih rezultata.

Potrebe strateške kontrole u biznisu malih i srednjih preduzeća uzrokuju brojni činioci, među kojima se posebno mogu navesti sledeći:

1. Nepredviđene promene u okruženju mogu iz osnova promeniti uslove privređivanja i dovesti do prijatnih ili neprijatnih iznenađenja i odstupanja u poslu i u rezultatima posla – svakako u odnosu na planirano. Promene mogu pritom biti:
 - političke (rat, kriza, politička stabilnost ili nestabilnost i druge);
 - institucionalne (usvajanje nekih povoljnih ili nepovoljnih zakona i drugih relevantnih propisa);
 - ekonomske (porast ili pad privrednih aktivnosti porast ili pad primanja stanovništva);
 - finansijske (monetarno kreditne promene, promena fiskalnih zahvatanja – porezi carine i dr.);
 - tehnološke (otkriće i primena odnosno upotreba novih sredstava za rad, pojava novih proizvoda i usluga);
 - lokacijske (doseljavanje ili odseljavanje nekih kupaca ili konkurenata, izgradnja nekih objekata i infrastrukture od značaja za poslovanje konkretne male odnosno srednje firme);
 - kulturološke, modne, sezonske i druge promene.
2. Lična, timska ili organizaciona ograničenja mogu takođe biti uzrok da se opredeljeni strateški plan ne ostvaruje uopšte ili ne ostvaruje na zadovoljavajući

način. Ograničenja ovog tipa pritom mogu biti objektivnog karaktera kada osoblje, i ako želi, ne može iz nekih objektivnih razloga (neznanje, nestručnost, tehnička neopremljenost...) da ostvari planirane zadatke. Ograničenja ljudskog faktora mogu svakako biti i subjektivnog karaktera kada osoblje ne želi ili neće iz nekih subjektivnih razloga da se adekvatno angažuje u cilju ostvarivanja zacrtanih ciljeva top menadžera. Ograničenja subjektivnog karaktera obično su uslovljena nepodudaranjem ciljeva vlasnika i top menadžmenta biznisa sa željama i ciljevima podređenog osoblja.

3. Preambicijozni i/ili loše postavljani planovi mogu svakako biti razlog zašto se planirani ciljevi ne ostvaruju na zadovoljavajući način. Reč je o tome da vlasnici malog i srednjeg biznisa odnosno top menadžeri jednostavno, prilikom planiranja, nisu sve dobro sagledali i procenili pa su kreirali plan koji je nesprovodljiv ili teško (felerično) sprovodljiv.

Strateška kontrola se u svakom slučaju izvodi da bi se utvrdilo da li ima potrebe da se nešto menja u konceptu plana ili u načinu njegovog izvođenja. Navedeno, što smo istakli ukazuje na činjenicu da kvalitetna kontrola i u oblasti malog i srednjeg biznisa obuhvata sve funkcije i faze menadžerskih aktivnosti: planiranje i pripremu, organizovanje kao i vođenje posla.

U teoriji se navodi interesantan instruktivni vodič koji se može koristiti prilikom izvođenja strategijske kontrole i u oblasti malog i srednjeg biznisa. Po tom shvatanju preduzetnik odnosno top menadžer koji izvodi strategijsku kontrolu biznisa sa kojim upravlja treba da vodi računa o sledećim činionicima:

1. Preduzetnik (top menadžer) mora pre svega razlikovati strategijsku, taktičku i operativnu kontrolu. U koliko je malo i srednje preduzeće složenog karaktera, u čiji rad je uključeno više menadžera i izvršioca, preduzetnik, usvojenim kontrolnim aktivnostima akcentat treba da stavi na stratešku dimenziju analize i delovanja. Taktičku i operativnu dimenziju treba, ukoliko to kadrovske mogućnosti dozvoljavaju, da prenese na podređene menadžere –saradnike u svom poslu.
2. Da bi se kontrola dobro vršila preduzetnik treba da je locira na centre odgovornosti, u okviru kojih se obavljaju ključne strategijske aktivnosti vezane za uspeh opredeljenog posla. Kao što je u teoriji već dobro poznato bazični centri odgovornosti su:
 - Centri prihoda, pod kojima se podrazumevaju prodajna mesta preko kojih se plasiraju proizvodi i usluge malog i srednjeg preduzeća;
 - Centri troškova, pod kojima se podrazumevaju svi sektori (odeljenja), važna mesta i druge organizacione jedinice, koje stvaraju troškove u redovnom i vanrednom režimu poslovanja preduzeća;
 - Profitni centri su po pravilu centri prihoda i centri troškova, koji na razlici između prihoda i troškova ostvaruju profit. Međutim to ne mora uvek biti tako. Profitni centri mogu biti i određena izdvojena obračunska mesta, gde se po određenim obračunskim „ključevima“ izračunava profit (dobit) pojedinih prihodnih i troškovnih centara. To mogu takođe i biti mesta gde se obavljaju odgovarajuće finansijske transakcije i operacije (npr. učešće na berzi odnosno kupovina i prodaja papira od

vrednosti), što sa osnovnom (registrovanom) delatnošću firme ponekad ne mora da ima direktne veze.

- Investicioni i uopšte razvojni centri (pre svega u intelektualnom i upravljačkom smislu) su mesta gde se planira i kreira budući razvoj malog i srednjeg preduzeća. Pošto je po pravilu reč o dugoročnim aktivnostima krucionog značaja za firmu i biznis, veoma je važno da preduzetnik odnosno top menadžer i na ovo obrati posebnu pažnju.. Ovo iz razloga što su sve ozbiljnije investicije po pravilu skupe, tj. zahtevaju veliko finansijsko i ljudsko angažovanje, pa je zato veoma važno da se kontroliše da li se to angažovanje obavlja na pravi način i da li se uopšte isplati.
3. Preduzetnik odnosno top menadžer i u malom i srednjem biznisu mora precizno indetifikovati i selekcionirati ključne faktore poslovanja i razvoja od kojih zavisi uspešnost u strategijskom i operativnom poslovanju njegovog preduzeća. Navedeno u ukazuje da mora precizno indetifikovati i selekcionirati i ključne informacije, koje treba da pribavlja i sa kojima treba da se raspolaze, da bi strategijsku kontrolu, a takođe i reviziju, mogao uspešno da obavlja. Ključna kontrola informacija se u principu odnosi na činioce, procese i odnose koji postoje i koji se dešavaju u konkretnom malom i srednjem preduzeću, a takođe i u poslovnom okruženju firme i svakako u širem društvenom okruženju. Reč je on činiocima, procesima i odnosima koji su relevantni za uspeh u tekućem poslovanju, a takođe su relevantni i za sadržaj i kvalitet razvoja u budućem (narednom) periodu.
 4. Samo jedan fokus sa koga se posmatra stvarnost nije nikad dovoljan. Preduzetnik odnosno top menadžer mora strateški da posmatra poslovanje i razvoj firme sa više različitih aspekata. Takođe i treba da kontroliše opredeljeno poslovanje i razvoj primenom različitih kontrolnih mehanizama, metoda i postupaka, putem kojih će doći do celovitog i samim tim objektivnog uvida u odvijanje procesa tekućeg poslovanja i razvoja malog i srednjeg preduzeća sa kojom se rukovodi.
 5. Kao i izvršni posao tako i posao kontrole uvek zahteva određenu pripremu i određeno vreme da bi se mogao kvalitetno sprovođiti. Angažovanje bez odgovarajuće pripreme kao i sprovođenje kontrole na brzinu predstavlja nedopustivu improvizaciju, koja preduzetniku (top menadžeru) može da donese više štete nego koristi.
 6. Strategijska kontrola i u oblasti malog i srednjeg biznisa treba da bude duboko konceptijski zasnovana. Nedopustivo je takođe da se u njenoj implementaciji koriste surogatne i varljive procedure, koje u glavi preduzetnika i odgovarajućih ličnosti u preduzeću lako mogu da stvore utisak da se tu „nešto radi“ i da je to „nešto“ sasvim dovoljno.
 7. Strategijska kontrola, kao i svaka strategijska aktivnost preduzetnika treba da bude proaktivna (gledanje unapred) a ne reaktivna (gledanje unazad). Drugim rečima kontrola ovog tipa manje treba da se bavi onim što je urađeno, a više onim što treba da bude urađeno. U sprovođenju ove kontrole akcenat treba posebno da se stavi na inovacione aktivnosti sa kojima će se malo i srednje preduzeće baviti u narednom strateškom periodu. Ovo iz razloga, što sva

iskustva iz prakse pokazuju da su uspešne firme pre svega inovativne firme.

Rutineri ne ostvaruju zadovoljavajuće rezultate na savremenom tržištu.

Poseban tip strateške kontrole nekim oblastima malog i srednjeg biznisa je kontrola stejkholdera. Reč je o kontroli zadovoljenja interesa pojedinca i organizacija značajnih za organizaciju. Od interesa, stava i ponašanja stejkholdera vezanih za konkretnu organizaciju zavisi svakako i uspeh njenog poslovanja na tržištu.

REVIZIJA U MALOM I SREDNJEM BIZNISU

ZADATAK REVIZIJE

Revizija kao delatnost i profesija deluje uvek u odgovarajućem okruženju koje determiniše njen zadatak odnosno cilj, a time i metode i postupke revizije. Ma kakvo okruženje bilo revizor (bilo unutar organizacije ili van nje) funkcioniše da proveriti da li su prezentirani podaci o poslovanju tačni ili nisu. Revizor, dakle, ima zadatak da utvrdi da li računovodstveni ili drugi prezentirani podaci izražavaju stvarno stanje.

Za međunarodnu teoriju i praksu najznačajniji uticaj na reviziju ima International Federation of Accountants (IFAC) koji je u stvari asocijacija nacionalnih računovodstvenih organizacija. Ona trenutno ima 142 organizacije članice iz 103 zemlje, što predstavlja preko 2 miliona računovođa.

IFAC-ova organizacija u svom poslovanju podređena je osnovnom cilju. Njenu organizacionu strukturu čine: Skupština (IFAC Assembly), Savet (Council), Sekretarijat (IFAC Secretari), Izvršni Komitet (Executive Committee) i Tehnički Komitet i radne grupe (Technical Committees and Activities). Mada se rad ove organizacije odnosi pre svega na velike finansijske i privredne sisteme pravila koja je konstituisala mogu se ponekad korisno upotrebiti i u oblasti malog i srednjeg biznisa.

CILJEVI REVIZIJE U MALOM I SREDNJEM BIZNISU

Do osnovnog cilja revizije i u oblasti malog i srednjeg biznisa dolazi se preko sistema ciljeva opredeljenog biznisa. I ovde su glavne determinante revizije: sveobuhvatnost, tačnost, postojanje, vlasništvo, vrednovanje, procena, prikazivanje i obelodanjivanje i svakako prekidnost.

Sveobuhvatnost – kao cilj dobre revizije predstavlja potrebu da se računovodstvenim iskazima prikažu sve ekonomske transakcije i iznosi koji su se kod preduzeća desili u vremenskom periodu na koji se računovodstveni iskaz odnosi.

Tačnost – kao cilj podrazumeva da se sve transakcije zasnivaju na precizno utvrđenim cenama količinama i da su dokumenta i iznosi precizno kvalifikovani po principima računovodstva, odnosno u skladu sa računovodstvenim standardima.

Postojanje – kao cilj se odnosi na potrebu da svi iznosi objavljeni u bilansu budu prikazani na osnovu dokumenata.

Vlasništvo – kao cilj dobra revizija podrazumeva da su iznosi po kojima su izvori sredstava utvrđeni prikazani po prihvaćenom metodu koji se konzistentno primenjuje.

Procena – kao cilj dobra revizija podrazumeva utvrđivanje neto realizacije, a prispeli računi omogućavaju merenje troškova primenom odgovarajućih kriterija.

Prikazivanje i obelodanjivanje – efektno podrazumeva da su svi računi i sve transakcije tačno prikazani i obelodanjeni u finansijskom izveštaju.

Prekidnost – kao cilj dobra revizija podrazumeva da su sve transakcije evidentirane i prikazane za period na koji se odnose.

Revizor, posebno ako je sa strane, ostvaruje navedene ciljeve putem analiza, upitnika, raspitivanja, ponovnim izračunavanjem, confirmacijom, testovima vremenskih razgraničenja (cut off), reprocessiranjem transakcija i na druge prigodne načine.

POSTULATI REVIZIJE U MALOM I SREDNJEM BIZNISU

Revizija u malom i srednjem biznisu ima dva modela izvođenja. Po prvom modelu reviziju (preinačenje dotadašnjeg poslovanja i/ili ponašanja) izvode menadžeri i drugi odgovorni radnici u samom preduzeću. Revizija tog tipa može biti usmerena na: programe poslovanja, asortiman proizvoda, organizaciju, tehnologiju, marketing, finansije ili bilo šta drugo, što treba revidirati odnosno izmeniti. Po drugom modelu koji je u literaturi znatno više obrađen reviziju izvode najčešće finansijski ili drugi eksperti – eksterni revizori koji su specijalisti svog posla. Posle obavljene revizije navedeni sastavljaju izveštaj o reviziji, koji je u stvari izveštaj o izvršenoj revizionoj kontroli finansijskog ili drugog poslovanja firme. Od tipa i sadržaja revizije zavise i postulati na kojima je zasnovana.

Postulati revizije najčešće ne mogu biti direktno vrednovani nego se iz njih izvode tvrdnje koje ukazuju na valjanost izvedenih pretpostavki. Postulate revizije teoretičari revizije po pravilu izvode na osnovu karakteristika okruženja u okviru kojeg se revizija sprovodi. Tvrdnje izvedene iz postulata datog sistema mogu biti i direktno verifikovane i takva verifikacija predstavlja dokaz o istinitosti samih postulata. Postulati obezbeđuju osnovu za izvođenje zaključaka koji su verodostojni i korisni u obimu u kojem sami postulati zadovoljavaju potrebe revizije konkretnog malog odnosno srednjeg preduzeća. Postulati obezbeđuju osnovu za kreativno promišljanje o ispoljenim problemima i za dolaženje do adekvatnih rešenja.

Postulati revizije u malom i srednjem biznisu obezbeđuju primenu bazičnih principa revizije. Da bi bili potvrđeni postulati moraju biti jednako kvalitetno postavljeni – i teoretski i praktično.

Kao što smo napomenuli teoretičari revizije u razmatranju pojedinih modela revizije polaze od različitih postulata. Tako neki autori, navode i objašnjavaju sedam bazičnih postulata: Ovo je osnovna pretpostavka, koja se mora dokazati (u protivnom revizija nema smisla). Po njima: „Finansijski izveštaji i finansijski podaci treba da su verifikovani“.

Na osnovu prvog postulata dolazi se do a) teorije dokaznog materijala, b) postupaka verifikacije, c) mogućnosti primene teorije u reviziji i d) granica odgovornosti revizora.

Drugi postulat glasi: „Sukob interesa revizora i menadžera preduzeća čije je poslovanje (izveštaj) predmet revizije ne mora da postoji bezuslovno.“ Ovaj postulat podložan je ponekad kritici, zbog toga što neki teoretičari polaze od pretpostavke zasnovane na nameranim pokušajima prevare revizora od strane menadžera firme.

Treći postulat glasi „Pravilno postavljena i sprovedena revizija može da obezbedi samo relativne ali ne i apsolutne garancije da će se otkriti greške, naročito one koje su bazirane na neregularnostima, i koje će sigurno biti otkrivene.“

Standardima revizije nije predviđena obaveza da revizori otkrivaju falsifikate i slične prevare. Revizija se bavi nenamernim greškama. Revizija je uglavnom neefikasna za namerene greške nastale na zajedničkoj protivzakonitoj ili nemoralnoj saradnji poslovnih partnera ili nastaloj u dosluhu menadžera i zaposlenog osoblja.

Ovaj postulat ne oslobađa revizora da ne otkrije neregularne aktivnosti, on je šta više dužan da reviziju planira tako da može pronaći sve bitne greške i neregularnosti.

Četvrti postulat glasi „treba da postoji zadovoljavajuća interna kontrola unutar preduzeća koja smanjuje mogućnost pojave greške.“ Ovaj postulat ističe značaj internih kontrola i revizorove obaveze procene istih. Interna kontrola, u svakom slučaju bez obzira na reviziju, treba da smanji mogućnost pojave greški i neregularnosti.

Peti postulat definisan je izrazom: „Ponovna revizija se ne zasniva na iskustvu i znanju, koje je akumulirano tokom angažmana revizora u istom preduzeću prethodnih godina.“ Ovaj postulat utemeljen je na mišljenju da planiranje ponovnog angažmana mora biti iznova opredeljeno iako izvedene interne kontrole, strukture poslovanja, poslovne opcije i personal nisu menjani.

Šesti postulat glasi: „Nezavisnost predstavlja suštinu revizije.“ Sve što ima nameru da naruši nezavisnost revizora mora biti odbačeno i po potrebi detaljno ispitano. Nezavisnost revizora je utvrđena i kao standard i kao etička norma.

Sedmi postulat definisan je stavom da: „Profesionalni status nezavisnog revizora nameće odgovarajuće profesionalne obaveze.“ Ovaj postulat proizilazi iz opštih standarda revizije i principa etičkog ponašanja.

Mada su navedeni postulati svoju primenu do skoro uglavnom nalazili u tzv. velikom biznisu, uočeno je da i mali i srednji biznis postaje prostor njihove sve angažovanije primene. Mala i srednja preduzeća – u uslovima globalizacije sve više proširuju delokrug svog poslovanja i van lokalnih tržišta i sve češće izlaze na svetsku tržišnu arenu, na kojoj se moraju poslovno dokazivati. To je na primer sada karakteristično za mali i srednji biznis u oblasti informatičke industrije.

ZAKLJUČAK

Proizvodni i distributivni sistemi malih i srednjih preduzeća predstavljaju značajnu komponentu privrednog razvoja svake zemlje. Da bi uspešno tržišno poslovala ova preduzeća takođe moraju imati dobro razvijen sistem kontrole, a po potrebi i revizije

svojih poslovnih aktivnosti i procesa. Kontrole i u malom i srednjem biznisu, kao i u velikom, mogu biti interne i eksterne.

Sistem internih kontrola, obuhvata sve procedure i postupke koje je rukovodstvo MSP utvrdilo u cilju: obezbeđenja urednog i efikasnog poslovanja, pridržavanja utvrđene politike preduzeća, očuvanja integriteta sredstava, sprečavanja i otkrivanja kriminalnih radnji i grešaka, primene zakonskih propisa, tačnosti i potpunosti rukovodenih evidencija, kao i blagovremenog sastavljanja pouzdanih finansijskih i drugih informacija.

Kontrola u malim i srednjim preduzećima treba da je kontinuiran razvojni proces, koji pored tekućih korektivnih akcija, ima veliki značaj i u budućim strateškim poslovnim aktivnostima. Informacije do kojih se dolazi procesom kontrole unapređuju kvalitet definisanja i sprovođenja budućih razvojnih planova. Rezultati kontrole mogu često i da ukažu na probleme u samoj organizacionoj strukturi preduzeća kao i implementaciji biznisa u raznim fazama njegovog izvođenja.

Uspešno sprovođenje kontrole u malom i srednjem preduzeću je možda i presudan činilac njegovog uspeha. Pošto su savremeni uslovi poslovanja vrlo dinamični i malo i srednje preduzeće mora imati efikasnu kontrolu, znači imati jednu od relevantnih prednosti u tržišnoj konkurenciji.

Revizija je jedna od aktivnosti, a takođe i profesija u kojoj je praksa izraz primene teorije. Rešenja i veštine stečene samo u praksi mogu se u reviziji pretvoriti u skepticizam. Pojam revizije se inače sve češće koristi ne samo u računovodstvenoj i finansijskoj teoriji i praksi, već i u informacionim sistemima, sistemima kontrole kvaliteta i drugim oblastima kontrole. Sve navedeno ima punu primenu i u malom i srednjem biznisu.

Na kraju da istaknemo da se kontrola poslovnih funkcija u malim i srednjim preduzećima može organizovati kao: tehnička kontrola, finansijsko-materijalno kontrola, kontrola osnovnih i obrtnih sredstava i/ili kao druga vrsta kontrole. Kao poseban i veoma važan oblik kontrole ostvarenih rezultata u većini malih i srednjih firmi organizuje se kontrola kvaliteta proizvoda i usluga preduzeća. Pritom se često zaboravlja da se ova kontrola ne može efikasno izvoditi ukoliko se ne izvode i ostale relevantne kontrole: kontrola postavljenih planova, kontrola donetih odluka, kontrola ponašanja i poslovanja poslovnih partnera (dobavljača, kupaca i drugih) i ostale relevantne kontrole.

BIBLIOGRAFIJA

1. Meredith Belbin, R. (2004) *Management Teams: Why They Succeed or Fail*, Oxford: Heinemann Professional Publishing.
2. Howard Poteet, G. (2006) *Starting Up Your Own Business*, New York: McGraw-Hill.
3. Kalač, B., Jokić, D., Mikić, A. & Samardžić, M. (2010) *Menadžment usluga*, Beograd: Beogradska poslovna škola.

RESUME

After the collapse of many large industrial and other production systems, small and medium businesses have survived and have become a major opportunity for profitable investment of capital and employment. However, keen competition among small and medium enterprises has also led to many bankruptcies. The market will remain only for those who are fortunate and who deliberately invest in the quality of the products and / or services.

In the battle for customers, great importance is given to control of work and quality of products and / or services. It is no coincidence that the concept of "total quality management" (TQM) got right now a highly valued place - not only in theory but also in the field of management of practical manufacturing and service management. Quality control is not enough if it is not followed by certain corrective actions aimed at improving work processes and improving the quality and attractiveness of products and services. Here it comes to the concept of audit, which is in every well organized company performed according to a particular process and technological procedure. This paper is an attempt to point to certain procedural specifics of process control and auditing procedures and operations in small and medium businesses.

Successful implementation of control in small and medium enterprise is perhaps the most crucial factor in its success. Since modern business conditions have been very dynamic, small and medium enterprise must have effective control, which means to have one of the relevant advantages in market competition.

Auditing is one of the activities, and also a profession, in which practice is the result of applying theory. Solutions and skills only acquired in practice can be turned into scepticism. The term audit is otherwise increasingly used not only in accounting and financial theory and practice, but in information systems, quality control systems and other areas of control. All of the above is fully applicable in small and medium enterprises.

Finally, we want to emphasize that control of business functions in small and medium enterprises can be organized as: technical control, financial and material control, basic control and working capital and / or other types of control. As a special and very important form of control of results achieved in the majority of small and medium-sized firms, a quality control of products and services of the company is undertaken. However, it is often forgotten that this control cannot be effectively carried out if it is not carried out simultaneously with other relevant controls: controlling of plans, controlling of decisions, controlling of behaviour and operations business partners (suppliers, customers and others) and other relevant controls.

ORGANIZACIJA I MENADŽMENT U ISTORIJSKOM KONTEKSTU

Mehmed Meta, prof. dr

Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru,
Novi Pazar, Srbija
m.meta@uinp.edu.rs

Elma Elfić, doc. dr

Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru,
Novi Pazar, Srbija
g.menadzer@uinp.edu.rs

Dženis Bajramović, dipl. ecc.

Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru,
Novi Pazar, Srbija
dz.bajramovic@uinp.edu.rs

Apstrakt

Iako su se organizacija i upravljanje organizacijama (menadžment) kao zasebne naučne discipline relativno kasno izdiferencirale iz sistema ekonomskih nauka, organizacije i upravljanje organizacijama su jedne od najstarijih tekovina ljudske civilizacije.

Nastale su sa pojavom čoveka, kao biološkog i društvenog bića i uporedo se sa njegovim razvojem i one razvijale. Ljudi su oduvek bili upućeni na različite oblike organizacija i bez njih oni jednostavno ne mogu ni opstati. U bespoštednoj borbi sa surovom realnošću i prirodom koja ga je svojom škrtošću permanentno ugrožavala, čovek je od najstarijih stadijuma svoga razvoja bio prinuđen da iznalaziti puteve da svoj život bitno olakša. Način da se do toga cilja dođe bio je udruživanje sa drugim ljudima u različitim oblicima organizacija.

Ključne riječi: organizacija, menadžment, podela rada, hijerarhija, autoritet, disciplina, robovlasničko društvo, feudalno doba, rani kapitalizam, doba tehničko-tehnološkog progressa

ORGANISATION AND MANAGEMENT IN A HISTORICAL CONTEXT

Abstract

Although organisation and management of organisations (management) have evolved as a separate scientific discipline relatively lately, organisation and management of organisations are one of the earliest achievements of human civilisation.

They have emerged with the advent of man, as biological and social beings, and along with their development, they have also developed. People have always been referred to different forms of organisation and without them they simply cannot survive. Since the earliest stages of its development, mankind has been forced to identify paths in order to make life significantly easier in a ruthless battle with the harsh reality of nature, which has constantly threatened him. The way to achieve this goal was to associate with other people into different forms of organisation.

Keywords: organisation, management, job sharing, hierarchy, authority, discipline, slave society, feudal era, early capitalism, era of technological progress

JEL codes: M10

UVOD

Razvoj organizacije i menadžmenta u tesnoj je sprezi sa razvojem proizvodnih sredstava, odnosno oruđa za rad. Primitivnim oruđima za rad svojstvene su jednostavne organizacije i uprošćeni i jednostavni modeli njihovog upravljanja, odnosno menadžmenta, a savremenim oruđima za rad svojstvene su moderno oblikovane organizacije i primena savremenih koncepata njihovog upravljanja. Step en razvijenosti oruđa za rad determiniše ne samo kvalitet organizacija i upravljanja, već daje i peč at pojedinim epohama ljudske civilizacije. U tom smislu je i te kako i danas aktuelna Marksova misao da se pojedine društveno-ekonomske formacije razlikuju, ne po tome šta se proizvodi, nego čime se proizvodi, kojim sredstvima za rad. U tom kontekstu ćemo razvoj organizacija i menadžmenta posmatrati kroz određene epohe društveno-ekonomskog razvoja, odnosno kroz epohu:

- Preistorije,
- Robovlasničkog društva,
- Feudalnog društva i
- Postfeudalnog društva (ranog kapitalizma i savremenog tehničko-tehnološkog progres a).

ORGANIZACIJA I MENADŽMENT U PREISTORIJI

U istoriji ljudskog roda epoha prvobitne zajednici je, vremenski posmatrano, najduže trajala (više od 700 hiljada god.). Etnolozi ovu epohu najčešće dele u dva velika razdoblja: divljaštvo i varvarstvo. Ova dva razdoblja se prvenstveno međusobno razlikuju po stepenu razvoja proizvodnih snaga, a delimično i po karakteru proizvodnih odnosa. Iako su proizvodni odnosi u osnovi imali nevlasnički karakter, u varvarstvu, posebno u njegovoj poznoj fazi, javljaju se prve klice privatne svojine i nejednakosti. Suštinska razlika između divljaštva i varvarstva leži u karakteru privrede. Privreda je u divljaštvu imala uglavnom sakupljački karakter. Čovek je pri ishrani koristio ono što je u prirodi i nalazio. Na srednjem i višem stepenu divljaštva čovek počinje upotrebljavati vrlo primitivna oruđa i pronalazi

vatru. Pojavom luka i strele javljaju se prvi oblici podele rada, muškarci se počinju prvenstveno baviti lovom a žene sakupljanjem plodova.

Iako se ne raspolaze pouzdanim arheološkim, pisanim ili drugim svedočanstvima iz toga perioda, pretpostavlja se da su lovačke skupine bile prvi oblik organizacija u istoriji ljudskog roda i prvi oblik udruživanja ljudi. U lovačkim društvima poslovi su obavljani zajednički, nije bilo dominacije i diskriminacije. Ostvareni ulov se delio na jednake delove nezavisno od doprinosa pojedinih njenih članova.

U varvarstvu najpre dolazi do pojave lončarstva, a potom i ratarstva i stočarstva. Stočarstvo i ratarstvo postaju osnovna privredna zanimanja, a lov i ribolov pomoćne. I u ovoj fazi, do pojave ratarstva i stočarstva, podela rada zadržava prirodno-biološki karakter. Pojavom ratarstva i stočarstva dolazi do diferencijacije po zanimanjima između pojedinih rodova, pa čak i u okviru istih rodova. Pored rodova horde i plemenske organizacije su predstavljale najmarkantnije oblike organizacija u ovom periodu. Horde su predstavljale potpuno samostalne grupe nomadskog karaktera i brojale su do stotinu članova. Domaćinstvo je u hordama bilo zajedničko, a do organizovanog dodira različitih hordi je vrlo retko dolazilo. Postojala je podela rada između muškaraca i žena, između odraslih i dece.

Prelaskom sa sakupljačke na proizvodnu delatnost horde se transformišu u rodovske organizacije. Rodovi su bili stabilne, čvrsto povezane i homogene skupine ljudi. One su preteča formiranja modernih i savremeno oblikovanih organizacija. Zbog stalnog biološkog uvećanja rodovi su se stalo delili na manje rodovske skupine između kojih je postojala stalna povezanost. Skupovi ovako podeljenih rodova naziva se fratrijom. Daljnjim deljenjem rodova i fratrija njihov se broj uvećavao, ali potrebe za održavanjem jedinstva i dalje ostaju. Skup ovako nastalih fratrija čini pleme. Za razliku od rodova koji prevashodno predstavljaju proizvodno-potrošačke skupine ljudi, pleme u prvom redu čini političku organizaciju u čijoj je nadležnosti organizacija odbrane od neprijatelja ili organizacija napada na druga plemena radi osvajanja novih teritorija (lovišta, pašnjaka i sl.). Na čelu ovakvih rodovskih skupina bili su ljudi od ugleda i autoriteta koji su bili posebno bili i sposobni za upravljanje. Pri izboru vođa (poglavica) njihova mudrost, veština i godine starosti su bili osnovni kriterijumi koji su uvažavani. Položaj poglavice nije bio nasledan i rodovi su imali svoja pravila pri njihovom izboru.

Vrhovna vlast je pripadala rodovskom savetu, koji u nekom smislu i predstavljaju preteću današnjih skupština, odnosno senata. Pri donošenju odluka na rodovskom savetu svaki muški i ženski član je imao jedan glas. U nadležnosti saveta je bio izbor i smena poglavice, donošenje odluka o oprostaju ili osveti za ubistvo nekog člana rodovske zajednice, donošenje odluke o usvajanju stranaca i sl.

Prema istraživanjima američkog etnologa Morgana (1818-1881) utemeljivača moderne antropologije, kod indijanskog plemena Irokezi postojala je praksa da nijedno lice nije moglo biti poglavica roda, sve dok taj izbor ne bi potvrdio savet poglavica, koga su sačinjavale poglavice svih rodova u plemenu. Smrću poglavice roda kod pripadnika ovog plemena sazivan je savet pripadnika roda radi imenovanja novog poglavice. U izbornu proceduru su obavezno ulazila dva kandidata, a za poglavicu bi bio biran onaj kandidat koji osvoji veći broj glasova. Međutim, da bi izbor bio „legitiman“ potrebna je bila i saglasnost ostalih sedam rodova. Kandidat ne

bi bio izabran za poglavicu i izborna procedura bi bila ponovljena, ako bi rezerve prema predloženom kandidatu izrazio bar jedan od rodova.

ORGANIZACIJA I MENADŽMENT U ROBOVLASNIŠTVU

Tokom više desetina hiljada godina ljudi su usavršavali svoja oruđa i oružja kako bi sebi olakšali život. Nastojali su da svoje pokrete i postupke maksimalno prilagode predmetima rada koji su obrađivali, kako bi uz što manji utrošak sopstvene energije ostvarili željene ciljeve. U poznoj fazi prvobitne zajednice čovek počinje koristiti luk, strelu, kamene sekire, a potom i metalne predmete. Pojavom metala dolazi do revolucionarnih promena u korišćenim sredstvima za rad i tempu njihovog usavršavanja.

Razvoj proizvodnih snaga u robovlasništvu doveo je do stvaranja sela i gradova, a potom i država. Nesvojinski karakter prvobitne zajednice se vremenom transformiše u klasno društvo, sa jasno izraženim antagonizmom dvaju klasa: robovlasnika i robova.

O postojanju organizacije i menadžmenta u ovom periodu ljudske civilizacije postoje pouzdani dokazi u vidu raznih pisanih dokumenata (zapisa) koji datiraju iz tog perioda, postoje razni arheološki nalazi i grandiozni objekti (Kineski zid, brojne piramide u starom Egiptu, monumentalna zdanja u Rimskoj imperiji i staroj Grčkoj itd.), koji se sigurno nisu mogli realizovati bez organizovanog i smišljenog rada, odnosno efikasnih organizacija i kvalitetnih metoda i tehnika njihovog upravljanja.

Zapisi vavilonskog kralja Hamurabija (1728-1686 god p. n. e.) su verovatno prvi pisani trag o postojanju organizacije rada i menadžmenta u ovom periodu ljudske istorije. U njima Hamurabije piše o mnogim pitanjima vezanim za efikasno funkcionisanje države i rad njenih organa i institucija. Pisao je o ponašanju ljudi, odnosima među njima, o pravima, obavezama i odgovornostima, o sistemima nagrađivanja, sistemima sankcionisanja, kontroli proizvodnje, planiranju zadataka, pruža opise radnih mesta i ukazuje na potrebu permanentnog obrazovanja radnika, o nužnosti određivanja minimalnih nadnica itd.

Pri izvođenju javnih radova stari Egipćani su primenjivali planiranje, organizaciju i kontrolu i razradili centralistički oblik vladavine. Egipatske piramide (Keopsova, Kefrenova i Mekerinosova) izgrađene pre više od četiri milenijuma i danas prkose vremenu. Keopsova piramida je sagrađena kao grobnica egipatskog faraona Keopsa i njegove žene i predstavlja jedno od Sedam svetskih čuda stare civilizacije, sačuvanog do današnjeg vremena. Ona je građena punih dvadesetak godina. Na njenoj gradnji je bilo angažovano nekoliko stotina hiljada radnika i ugrađeno je više od dva miliona kamenih blokova, visine 2 metara, a dužine 5 metara. Lavirinti unutrašnjih hodnika i odaja su tako skriveno konstruisani i maskirani da mnogi od njih i danas u sebi kriju mnoge tajne. Vođena je stroga evidencija o utrošenim količinama hrane.

Vrlo značajni podaci o postojanju organizacije i menadžmenta su oni koji potiču iz drevne Kine, a koji se odnose na izgradnju Kineskog zida i drugih građevinskih poduhvata iz vremena kineske imperije. Kineski zid predstavlja grandiozni objekat koji se jedini sa Meseca može videti golim okom. Najvećim delom je sagrađen u

trećem veku pre nove ere. U njegovu izgradnju je utrošeno oko 300 miliona kubnih metara kamena, opeka, zemlje i drugog građevinskog materijala. Utrošena količina materijala pri njegovoj izgradnji je dovoljna da se napravi 120 Keopsovih piramida ili da se zemlja opaše po ekvatoru zidom visine 2 metara. Dužina kineskog zida je 2.500 km, visina 10-16 metara, a širina 8 metara. Ovaj je poduhvat učinjen da bi se zemlja zaštitila od upada varvarskih plemena. Po celoj njegovoj dužini na ravnomernim razmacima uzdižu se stražarnice, a po vrhu zida pruža se staza širine 4,5 metara.

O efikasnosti upravljanja i nužnosti selekcije poštenih i sposobnih rukovodilaca i činovnika govore i zapisi kineskog filozofa Konfučija (552-479 god. p. n. e.).

Pre više od dva milenijuma kineski filozof i vojskovođa Sun Tzu je napisao delo Veština ratovanja, koje je mnogo kasnije modifikovao i koristio i Mao Ce Tung, koji je 1948 godine osnovao Narodnu Republiku Kinu. Sun Tzu je formulisao nekoliko principa koja se efikasno mogu primenjivati u strategiji ratovanja, ali imaju i jaku primenu i u strategijama vođenja tržišnih borbi. Najveći značaj imaju sledeći njegovi principi [2. str. 27]:

- Kada neprijatelj napreduje, mi se povlačimo
- Kada se neprijatelj zaustavi, mi uznemiravamo
- Kada neprijatelj traži da izbegne borbu, mi napadamo
- Kada se neprijatelj povlači, mi ga sledimo.

Machu Picchu, predstavlja neobičan grad koji naliči orlovskom gnezdu. Izgrađen je najverovatnije u XIII veku, na lokalitetu koji se nalazi na najvišem delu istočnih padina Anda u Južnoj Americi, na nadmorskoj visini od 2.350 metara. Grad je opasan ogromnim bedemima a posedovao je i dugačke nizove stepenica, hramove, tornjeve, bunare, zgrade za stanovanje i ostale prateće objekte. Sa organizacionog aspekta je i dan danas aktuelno pitanje: kakva je to organizacija rada korišćena pri njegovoj izgradnji, pogotovu ako se pouzdano zna da materijala koji je korišćen nije bilo u njegovoj neposrednoj ili bližoj okolini.

Određeni dokazi o postojanju i razvoju organizacije rada i menadžmenta nalaze se i u Bibliji. Da bi Mojsiju pomogao u poslovima koji ga nepotrebno opterećuju, Jetro mu predlaže da deo svojih nadležnosti prenese (delegira) na rukovodioce koji bi bili na čelu grupa od 10,50,100 i 1000 ljudi. Ovaj Jetrov savet predstavlja prvi pokušaj u pismenoj formi rešavanja problema raspona kontrole, odnosno raspona menadžmenta.

Slični organizacioni zahvati su činjeni i u staroj Grčkoj. U radovima mnogih antičkih mislilaca se mogu naći izuzetno korisna razmišljanja u vezi sa upravljanjem, u prvom redu državom i hijerarhizovanim organizacijama, kao što je vojska. Grčki fizičar i astronom Arhimed (287-212 god. p. n. e) je pravio vrlo komplikovane mehanizme za dizanje tereta, kako bi ljudski rad olakšao. Sokratov učenik i veliki besednik Platon (427-347 god. p. n. e.) se zalagao za izbor sposobnih i insistirao na permanentnom obrazovanju rukovodilaca. Sokrat (470-399 god. p. n. e.) je ukazivao da pri upravljanju gazdinstvima, njihova veličina nema posebnog značaja. Onaj koji zna upravljati malim i vlastitim gazdinstvom, znaće upravljati i velikim i javnim preduzećem i obratno, ako ne zna upravljati, neće to znati ni sa jednom ni sa drugim vrstom preduzeća. Grčki pesnik i filozof Ksenofan (565-470 god. p. n. e.) je praktično prvi udario temelje specijalizacije i kooperacije u radu,

predlažući a potom i praktično primenjujući sistem podele rada pri izradi plitkih cipela za glumce.

Rimljani su na poseban način tretirali probleme upravljanja vojnim i civilnim organizacijama. Smatra se da je u starom Rimu i nastao prvi tip privrednog rukovodioca (vilicus). Vilicus je bio kao i ostali robovi bez sredstava za proizvodnju a njegov je zadatak bio da nadgleda i goni robove pri radu. Vernost i lojalnost vlasniku je dokazivao žestinom bičevanja.

ORGANIZACIJA I MENADŽMENT U FEUDALIZMU

Kao i robovlasničko doba tako se i feudalizam ne karakteriše nekim epohalnim otkrićima u oblasti organizacije rada i upravljanja. Proučavanja organizacije u su uglavnom imala parcijalni karakter a organizacioni potezi su bili skromnog domena, što je bilo u uskoj sprezi bili sa nedovoljnim razvojem proizvodnih snaga u ovoj etapi ljudske istorije.

Glavna preokupacija pisanih radova iz organizacije i menadžmenta su bili problemi rada i organizacije rada, problemi organizovanja i vođenja trgovinskih knjiga, problemi radnih normi, pokreta u radu, studije rada i sl.

Tako je u cilju što pravednijeg određivanja visine dnevnica, francuski inženjer Sebastijan Bovan u drugoj polovini XVII veka izučavao potrebno vreme za obavljanje potrebnih operacija. Bovan je utvrdio visinu dnevnog zadatka jednog radnika. Iako su metode merenja potrebnog vremena bile poprilično razrađene praktičnu primenu gotovo i nisu nalazile.

Fizičar Kolumb je krajem XVIII veka ukazivao na veliki uticaj loše organizacije rada na rasipanje čovekove bioenergije.

Sa praktičnog aspekta u oblasti organizacije rada poseban značaj je imala Mletačka republika. Još u to vreme su postojala dva najznačajnija oblika preduzeća: ortačka i deonička društva. Pri organizaciji i rukovođenju preduzećem mletački trgovci su se koristili knjigovodstvom, koje je bilo glavni izvor informacija pri donošenju poslovnih odluka u preduzećima.

Vinko Kotruljić iz Dubrovnika je 1458 god. napisao delo O trgovini i savršenom trgovcu, koje predstavlja jedno od najstarijih dela u kome je obrađivana i organizaciona problematika.

U Veneciji je 1494 god. Luka Pačoli objavio rad Summa di arithmetica, geometria...u kome razrađuje i neka organizaciona pitanja

Dominiko Fontana je po nalogu Pape 1586. godine bio zadužen za gradnju obeliska na Petrovom trgu u Rimu. Pri radu na ovom objektu ljudima je bilo zabranjeno da govore, pa čak i da pljuju.

Sa aspekta naučne metodologije, prvenstveno u nauci o organizaciji i upravljanju u ovom periodu su značajna dva imena: Rene Dekart i Leonardo da Vinči. Dekart je formulisao četiri osnovna principa: racionalna jasnoća, analiza, sinteza i kontrola koji su poslužili kao baza za današnje formulisanje metoda koji se u veliko eksploatišu ne samo u nauci o organizaciji i upravljanju, nego i u gotovo svim naukama. Za Leonarda da Vinčija se vezuje pojava i razvoj eksperimentalne metode u organizacionoj nauci i menadžmentu.

Živeći u italijanskoj provinciji Firenci Nikolo Makijaveli je 1531 god. napisao delo Rasprave. Makijaveli je bio oduševljen idejama Republike, a principe koje je razradio i koji se odnose na ustrojstvo država, efikasno mogu biti primenjivani i kod ostalih organizacija. Najveći značaj imaju sledeći Makijavelijevi principi [2. str. 27]:

- Organizacija je stabilna ukoliko njeni članovi mogu da iznosu svoja gledišta i da unutar nje rešavaju svoje konflikte;
- Jedan čovek može da formira organizaciju, ali će ona biti trajna ako je ostavljena na brigu mnogim ljudima i kada mnogi žele da je održe;
- Slab rukovodilac da bi održao autoritet mora da sledi jakog, a nikako slabog;
- Menadžer koji želi da izmeni već utemeljenu organizaciju treba da zadrži bar senku starih običaja.

U feudalizmu, kako Evropa, tako i ostali kontinenti koji su preživljavali ovu epohu, je bila rascepkana na mnogo malih i velikih država. Pojava decentralizacije u feudalnim državama je posebno bila aktuelna, tako da su vremenom pojedini delovi država nastojali da ostvare samostalnost i nezavisnost ne samo u odnosu na druge delove nego i u odnosu na centralnu vlast. Feudalni sistem je imao hijerarhijsku strukturu koja se temeljila na staleškoj organizaciji.

Po svojoj ekonomskoj, političkoj i kulturnoj moći religiozne organizacije, odnosno crkve su u ovom periodu predstavljale najmoćnije feudalice. I one su bile strukturirane po hijerarhijskim načelima.

Princip hijerarhije je bio najizraženiji kod katoličke crkve. Funkcionisanje katoličke crkve se bazira na neprikosnovenom autoritetu centralne crkvene vlasti, pravu centra da izdaje naredbe a podanicima da ih izvršavaju sa besprekornom lojalnošću.

Drugojačije je ustrojstvo bilo kod islamske organizacije. Jedini autoritet kome se islamski vernici pokoravaju je Allah. Dakle, ovozemaljskog centralnog autoriteta nema, a svi vernici bez obzira na nivo svog verskog obrazovanja i položaj u verskoj organizaciji božanske zakone moraju podjednako uvažavati. Ovo u istoj meri važi i za božje poslanike i obrazovana sveštena lica koja su od Allaha „delegirana“ da afirmišu i šire Islam.

Organizaciono ustrojstvo pravoslavne crkve se bitno razlikuje i od katoličke crkve i od islamske organizacije. Pravoslavna crkva nema ni zajedničkog poglavara, ni zajednički centar i njenu osnovu čine patrijaršije. Velikodostojnici ove crkve (patrijarsi, mitropoliti i arhiepiskopi) su potpuno samostalni i nezavisni u svom radu jedni od drugih.

Sveštena lica su u doba feudalizma bili najobrazovaniji deo ukupne populacija, pa su ljudi iz njenih redova najčešće regrutovani za obavljanje raznih državnih i privrednih funkcija.

U privrednom smislu, rani feudalizam je predstavljao određen nazadak u odnosu na period poznog robovlasničkog doba. Nasuprot zanatskoj proizvodnji koja se intenzivno počela razvijati u kasnoj fazi robovlasništva, period ranog feudalizma karakteriše razvoj zemljoradnje. Osnovno sredstvo proizvodnje je bila zemlja, a rad kmetova glavna proizvodna snaga. Obaveze prema feudalcima seljaci su izmirivali putem radne i naturalne rente. Pri naplati svojih „potraživanja“ od seljaka, feudalmci su primenjivali „humanije“ i suptilnije metode. Robovlasničke Vilicuse su sve više

zamenjivali kaštelani i špani. Oni su određivali visinu taksi, dažbina i ostalih nameta.

Pozna faza feudalizma se karakteriše intenzivnim razvojem trgovine, jačanjem gradova i daljnjim razvojem oruđa za proizvodnju. Naturalna privreda sve više dobija robno-novčani karakter, a naturalna i radna renta se supstituišu sa novčanom rentom.

ORGANIZACIJA I MENADŽMENT U POSTFEUDALNOM PERIODU

Do kvalitativno krupnih promena u organizaciji rada i menadžmentu dolazi pojavom manufakturne proizvodnje i razvojem kapitalizma krajem XVIII i početkom XIX veka, najprije u Engleskoj, a potom i u ostalim delovima Evrope, Amerike i ostalog razvijenog sveta. Manufakturni oblik proizvodnje je nastao prelaskom sa individualnog na kolektivni rad. Tehnička podela rada je nužno potencirala problem koordinacije među ljudima koji obavljaju različite poslove i rade na različitim radnim mestima. Očito da je manufakturni oblik proizvodnje odigrao ogromnu ulogu u specijalizaciji rada i doveo do eksplozivnog rasta produktivnosti i životnog standarda ljudi.

Dostignuća u oblasti nauke, tehnike i tehnologije se sve više počinju primenjivati u praksi. Od pojave prve parne mašine (1765 god.), upotreba novih mašina, uređaja i mehanizama u proizvodnim i tehnološkim procesima se naglo širi. Mašine radilice se sve intenzivnije upotrebljavaju i zamenjuju ljudski rad, proizvodnja se rapidno povećava, tražnja za sirovinским komponentama raste, tržište se širi, a saobraćaj kao privredna grana dobija prvorazredni značaj. Velika je revolucija učinjena i u razvoju pomorskog saobraćaja, železničkog transporta i sl.

Svakako da je ovaj razvoj morao biti praćen i odgovarajućim prilagodavanjem u oblasti organizacije rada i menadžmenta. Tehnička podela rada je dovela do razbijanja (frakcionisanja, podele) radnih aktivnosti na čitav niz radnih operacija. U takvim uslovima organizovanje i sinhronizovanje rada na svim radnim mestima je predstavljalo ključni organizacioni problem. Da bi se postigao potreban kvalitet finalnih proizvoda i obezbedio optimalan ritam rada i proizvodnje potrebno je bilo obezbediti efikasnu pripremu i rigoroznu kontrolu proizvodnje i poslovnih procesa. Stoga temeljnu karakteristiku organizacije rada u ovom periodu čini diferenciranje pripreme, izvršenja i kontrole kao jedinstvenih delova procesa rada u svakoj od ovih faza.

Za prvu polovinu XIX veka je karakteristično da se težište izučavanja organizacionih problema sa užeg, privrednog aspekta, prenosi na širi, opšt društveni nivo. Ovakav pristup izučavanja organizacionih i upravljačkih problema sve više dobija svoju socio-političku dimenziju. Njega su izučavali Sen Simon, Šarl Furije, Robert Oven, Luj Blan i drugi evropski socijalutopisti toga vremena.

I značaj kameralista u razvoju organizacije i menadžmenta se ne sme zanemariti. Njihove postavke i osnovni principi administrativne tehnike, kao npr. specijalizacija

funkcija, uvođenje kontrolne funkcije, obuka i selekcija podređenih i sl. su i danas aktuelni.

Parcijalna izučavanja organizacija i menadžmenta do početka XX veka nisu mogla dovesti do transformacije organizacije i menadžmenta kao prakse u organizaciju rada i menadžment kao naučne discipline. U ovom periodu počinju sistemski izučavanja ovih oblasti, kako od strane inženjera i stručnjaka, tako i od strane naučnih radnika, uz svestrano korišćenje naučnih metoda.

Tehnički aspekt organizacije i problemi upravljanja modernim poslovnim sistemima dobijaju prvorazredni značaj. Ovaj aspekt organizacije je bio iniciran istraživanjima organizacije rada u proizvodnim pogonima koje je vršio američki inženjer Frederik Tejlor. Gotovo istovremeno, francuski inženjer Henry Fajol počinje istraživati problem rukovođenja preduzećima, udarajući time temelje tzv. administrativnoj doktrini. Smatra se da su ova dvojica, zajedno sa svojim brojnim saradnicima, savremenikima, sledbenicima i protivnicima svojim eksperimentima i istraživanjima udarili temelje organizaciji i menadžmentu kao naučnim oblastima.

Za razliku od ranijih perioda u kojima su vlasnici kapitala istovremeno i upravljali preduzećima, pri čemu je postojala izražena simbioza između preduzetničke funkcije i funkcije upravljanja, u ovoj fazi dolazi sve više do izražaja razdvajanje vlasništva nad sredstvima od samoga upravljanja. Razdvajanjem ovih funkcija formira se novi sloj profesionalnih upravljača preduzećem, menadžera, na koje je delegirano ovlašćenje upravljanja preduzećem.

Prema Babiću [1, str. 46], zaoštavanje uslova privređivanja se ogleda u sledećem:

- Visokom stepenu mehanizacije proizvodnje, a sa njime i visoko učešće fiksnih troškova u ukupnim troškovima organizacije, koje je trebalo pokriti velikom (optimalnom) produkcijom;
- Disproporcionalnost, odnosno neusklađenosti opreme, pa time i nemogućnost njenog potpunog korišćenja;
- Pojava novih i složenijih proizvoda i tehnologija, a sa njime i brojnih problema i teškoća u organizaciji i sinhronizaciji procesa rada;
- Hiperprodukciji roba i oštroj dotad neviđenoj konkurenciji na tržištu;
- Porastu obima proizvodnje, tj. stvaranju krupnih poslovnih sistema sa neadekvatno proporcionalnim i povezanim činiocima procesa rada;
- Organizovanosti radničke klase i njenim sve izraženijim i snažnijim otporom zahteva poseban i naučno fundirani pristup pri izučavanju organizacionih i upravljačkih problema.

Na primenu novih metoda u organizaciji rada i upravljanja veliki je uticaj četrdesetih godina prošloga veka imao razvoj statistike, teorijske matematike i pojava elektronskih računara. Razvoj teorijske statistike je imao sve veći uticaj na primenu matematičkih metoda i modela u ekonomskim istraživanjima, ekonomskim analizama i ekonomskim prognozama. Sprega matematike i statistike uslovlila je pojavu ekonometrije, koja je svojim modelima stvorila mogućnost testiranja valjanosti određenim organizacionih i upravljačkih rešenja. Pojavom računarske tehnike sve se više zadire u sferama pripreme i kontrole poslovnih procesa. Time naučno organizovanje rada sa terena izvršnih funkcija prenosi u oblast upravljanja. Pojava kibernetike kao nauke o upravljanju, teorije informacija, koja izučava tokove cirkulacije informacija u sistemima i teorije sistema, koja izučava principe i zakone

funkcionisanja sistema, daju nauci o menadžmentu i organizaciji rada poseban kvalitet. Ove teorijske discipline su kreirale neslućene pretpostavke i otvorile mogućnosti rešavanja brojnih problema vezanih za funkcionisanje organizacija i njihovo efikasno upravljanje.

ZAKLJUČAK

Organizacije kao pojavni oblici organizovane ljudske aktivnosti postoje od davnina. One po svom karakteru i ciljevima koje u procesu svog funkcionisanja žele ostvariti mogu biti vrlo različite. Nezavisno od svrhe njihovog postojanja i karaktera aktivnosti koje obavljaju potreba za upravljanjem se javlja kao nužna komponenta njihovog opstanka i razvoja. Stvaranjem organizacija ljudi, kao njeni kreativni elementi, ostvaruju mnogobrojne prednosti. Pre svega organizacije im omogućavaju da efikasnije zadovolje ne samo svoje bazične (egzistencijalne, osnovne, biološke) potrebe, već i potrebe višega reda. Na udruživanje sa drugima čovek kao individua je jednostavno primoran, jer većinu svojih ciljeva ne može ostvariti, a potrebe zadovoljiti samostalno i izolovano od drugih ljudi. Da bi ih realizovao čovek mora tražiti pomoć drugih ljudi i mora se sa njima udruživati u razne oblike organizacija. No, pored brojnih pozitivnih strana, kreiranje organizacija ima i negativan uticaj na čoveka. Stupajući u određenu organizaciju čovek se njoj mora maksimalno adaptirati. Njene norme i pravila ponašanja mora prihvatiti, mora koristiti njene metode rada i kanale komuniciranja, a njen sistem unutrašnjih veza i odnosa mora uvažavati. Drugim rečima stupanjem u organizaciju čovek je ograničen u svom ponašanju.

Istraživanja istorijskog razvoja organizacija i menadžmenta je od izuzetno velikog značaja za pravilno razumevanje prirode različitih organizacionih oblika i shvatanje modernih koncepata njihovog upravljanja.

BIBLIOGRAFIJA

1. Babić, M. (1976) *Osnovi organizacije rada i sredstava u udruženom radu*, Sarajevo: Svjetlost.
2. Stoner, Dž. A. F., Friman, R. E., Gilbert, D. R. (1997) *Menadžment*, Beograd: Preduzeće za železničku izdavačko-novinsku delatnost.
3. Fijamengo, A. (1977) *Osnovi opće sociologije*, Zagreb: Narodne novine.
4. Kavran, D. (1991) *Organizacija, kadrovi, rukovođenje*, Beograd: Naučna knjiga.
5. Kolarić, V., Kostić, Ž. i Stefanović, Ž. (1980) *Osnovi organizacije*, Beograd: Rad.
6. Radosavljević, Ž., Tomić, R. (2007) *Menadžment u modernom biznisu*, Beograd: Univerzitet BK.
7. Randić, D., Lekić, S. (2008) *Menadžment*, Beograd: Beogradska poslovna škola.
8. Trbojević, B. (1982) *Organizacija građevinskih radova*, Beograd: Građevinska knjiga.

RESUME

Development of organization and management is closely associated with the development of the means of production, or tools for work. Primitive tools of work need a simple organisation and simple models of management. On the other hand, modern tools of work need a modern organisation and the application of modern concepts of management. The degree of development of working tools determines not only the quality of organisation and management, but also provides a seal to certain epochs of human civilisation. In this sense, Marx's thought that certain socio-economic formations differ has become very important nowadays, not by what is produced, but with what is produced. In this context, we analyse organisation and management through a certain era of socio-economic development and epoch:

- Pre-history
- Slave society
- Feudal society
- Post-feudal society (early modern capitalism and technological progress)

We can conclude that organisations can be very different in character and objectives in order to achieve their specific goal. However, irrespective of the purpose of their existence and the character of the activities carried out, the need for control arises as a necessary component of their survival and development. By creating an organisation of people, as well as its creative elements, many benefits are realised. First of all, organisations enable them to efficiently meet not only their basic (existential, basic, biological) needs, but also needs of higher order. An individual is simply compelled to associate with others, because most of their goals cannot be achieved, and needs cannot be met isolated from other people. In order to realise, an individual has to seek the help of others and must join with them in a variety of organisation forms. However, despite numerous advantages, creating an organization has also a negative impact on humans. By joining a particular organisation an individual has to adapt to the maximum. Its norms and rules of conduct must be accepted, he must use its methods and channels of communication, and its system of internal connections and relationships must be considered. In other words, by entering the organisation an individual is limited in his behaviour.

Research of the historical development of organisation and management is of very great importance for a proper understanding of the nature of different organisational forms and understanding of modern management concepts.

PREDUZETNIŠTVO U MALOM BIZNISU

Senad Adrović, MSc

Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru,

Novi Pazar, Srbija

senadadrovic@yahoo.com

Apstrakt

Organizaciona veština vlasnika kapitala koji započinju ili nastavljaju svoj samostalni posao sa ciljem otkrivanja novog tržišta i novog potrošača nazivamo preduzetništvom. Preduzetništvo treba podsticati jer je to podsticaj kreativnim, inovativnim ljudima da samostalno stvaraju profit i vrše neku korisnu funkciju u društvu. Inovativni rad i preduzetnički duh nikada nisu imali tako snažno značenje kao danas. Svaki preduzetnički poduhvat, a posebno u tržišnoj privredi, svojevrsno je kretanje u područje neizvesnosti, koje krije opasnost neželjenih budućih posledica za ono što se radi u sadašnjosti. Ta opasnost i jeste ono što određeni posao čini rizičnim.

Ključne riječi: preduzetništvo, rizik u preduzetništvu, mali biznis, inovativno preduzetništvo

ENTREPRENEURSHIP IN SMALL BUSINESS

Abstract

The organisational skill of a capital owner, who starts or continues his independent venture in order to discover a new market and a new customer, is called entrepreneurship. Entrepreneurship has to be supported, because it is a motivation for creative, innovative people to make a profit independently and take a beneficial function in the society. Innovative work and entrepreneurial spirit have never had such an important meaning as it has today. Every entrepreneurial venture, especially in a market economy, is a special movement in a field of uncertainty, which hides the danger of future adverse consequences for what is done in present. This danger is the cause of risk of a certain venture.

Keywords: entrepreneurship, risk in entrepreneurship, small business, innovative entrepreneurship

JEL Codes: M13

UVOD

Preduzetništvo se, uglavnom, tretira kao posebna poslovna aktivnost, čija je suština u takvoj kombinaciji faktora proizvodnje koja može da obezbedi maksimizaciju poslovnih efekata. U uslovima tranzicije, preduzetništvo je jedna od razvojnih šansi, koja predstavlja inovaciju organizacione strukture i svih njenih funkcija. Međutim, novo vreme traži nova rešenja i odgovore na stara ekonomska pitanja: šta, kako i za koga proizvoditi? Nove ekonomske kategorije zahtijevaju redefinisane nekih

osnovnih ekonomskih postulata, ali i fluidno pomeranje “tačke gledišta” za svaki novi ekonomski odgovor. Sasvim je očigledno da se takva fluidnost može postići isključivo preduzetništvom, tim četvrtim (1. rad, 2. sredstva za rad, 3. predmeti rada), odnosno trećim faktorom procesa proizvodnje (1. rad, 2. kapital), tom specifičnom organizacionom veštinom kombinovanja uspjeha, rizika i neizvesnosti, s jedne, i borbenosti, motivisanosti i znanja, s druge strane.

U literaturi i praksi se mogu sresti različiti primeri preduzetništva. Tako, recimo na prostorima SAD pod preduzetnikom se veoma često smatra osoba koja pokreće svoj mali biznis. Pa ukoliko neko u svom biznisu pokrene posao prodaje garderobe u još jednom objektu, svojoj prodavnici-butiku, ovakav biznis se smatra kao mali biznis.

On kao takav, ne predstavlja preduzetnički posao, jer nema novog proizvoda, ili novog tržišta, na kome plasira svoje proizvode, nema novih potrošača, novih tehnologija i sl. Prema tome, iako je pokrenuta nova poslovna aktivnost, ona se ne može definisati kao preduzetnička. Uvidećemo da nije dovoljno da neka poslovna aktivnost bude nova i mala da bi je smatrali preduzetničkom.

Preduzetništvo se, uglavnom, tretira kao posebna poslovna aktivnost, čija je suština u takvoj kombinaciji faktora proizvodnje koja može da obezbedi maksimizaciju poslovnih efekata.

POJMOVNO DEFINISANJE PREDUZETNIŠTVA I MALOG BIZNISA

Preduzetništvo, kao ideja, stara je koliko i ljudsko društvo. Pojavilo se u prvim oblicima organizacione ljudske aktivnosti, a razvijalo se u okviru organizacije i upravljanja. Ono je vezano uz sve aspekte ljudskog ponašanja i djelovanja. I dok neki ekonomisti u preduzetništvu vide poseban faktor proizvodnje, uz rad, zemlju i kapital, drugi preduzetništvo tretiraju kao skup različitih sposobnosti i specifičnih funkcija - rukovodnih, upravljačkih i organizatorskih, usmerenih na optimalno povezivanje, kombinovanje i koordiniranje proizvodnih faktora.

Preduzetništvo je sposobnost čovjeka da pokrene neku aktivnost u svrhu postizanja određenog cilja. Ono je sinteza znanja i sposobnosti pojedinaca. Preduzetništvo je praksa koja se temelji na nauci.

Prema tome, spoljni preduzetnik prije nego donese konačnu odluku o ulaženju u određeni pothvat mora znati: koje zadatke će u jednom poslovnom periodu obavljati, koja je veličina tog zadatka, po kojim cijenama će se ta količina prodati, kolika je vrijednost te prodane količine ili kolika će se dobit time postići, kakvi će direktni i indirektni troškovi nastati ili koliko će se utrošiti sredstava za dobijanje prodane količine izvršenog zadatka, kolika je dobit ili razlika između utvrđenog mogućeg prihoda i mogućih troškova, odnosno utrošenih sredstava, te kako će se moguća dobit rasporediti, koliko za razne obaveze iz dobiti (porezi, prirezi, doprinosi).

U prikazu načina utvrđivanja ekonomske efikasnosti preduzetništva ili određenog preduzetničkog pothvata nije spomenut gubitak kao rezultat preduzetništva, zbog toga što je gubitak pokazatelj neefikasnosti. Gubitak u predračunu ili planu efikasnosti preduzetničkog pothvata samo je dokaz da u takav pothvat ne treba

ulaziti, odnosno da za njega nema uslova, da je ovakav kako je zamišljen nepotreban i nekoristan za preduzetnika i one koji bi ga trebali podržavati.

Uzimajući izložene aspekte pojma preduzetništva, može se izvući i odgovarajuća definicija o preduzetništvu koja glasi: "Preduzetništvo je sposobnost preduzetnika, zasnovana na znanju i inovaciji, da pokrene neku aktivnost, uz preuzimanje određenog rizika, u svrhu postizanja određenog cilja, prvenstveno stvaranja novog tržišta." [4, str. 540]

Ekonomisti prilikom definisanja malog biznisa najčešće polaze od zakonom utvrđenih odredbi o malom biznisu u pojedinim zemljama. Takvih definicija je mnogo a mi smo uvideli da među njima postoje sličnosti, ali i razlike. Mi ćemo izneti sličnosti ovih definicija koje su preovlađujuće, a razlike dolaze iz specifičnosti koje pojedine zemlje imaju same po sebi.

Počecemo od onih definicija koje nudi američko zakonodavstvo, definisanje malih preduzeća u Evropskoj Uniji, definisanje malih preduzeća u zemljama u tranziciji. Američko zakonodavstvo koje je na bazi dva kriterijuma (godišnja prodaja, broj zaposlenih) došlo do zaključka da pod malim biznisom podrazumeva biznis koji ne prelazi 22 miliona USD vrijednosti prodaje na godišnjem nivou, kao i da broj zaposlenih ne prelazi 1.500 zaposlenih. Iz ovoga može se vidjeti da u SAD nema jasnog razgraničenja između malog i srednjeg biznisa.

Preduzeće pravno formalizovano sa brojem zaposlenosti između 10 i 49 ljudi ili obrt (promet) ne veći od 5 mil. Eura ili da ima ne više od 4 mil. eura u bilansu stanja. Sve izvan toga su mikro, veća ili srednja preduzeća, a oni iznad 500 zaposlenih smatraju se velikom firmom. (Definicija EU).

Zbog svoje socijalističke prošlosti i državnog vlasništva u privredi i ekonomiji nije bilo mogućnosti za razvoj malih preduzeća niti na osnovama državnog niti privatnog vlasništva. Uspevali su se održavati samo neki tradicionalni zanati i usluge, koji su imali dugu tradiciju u radu i vlasnici malih porodičnih firmi koji su istrajali u želji da opstanu. Država se nije bavila definisanjem malih preduzeća, već je investirala u izgradnju velikih preduzeća pod pretpostavkom da velika preduzeća najviše doprinose porastu zaposlenih i regionalnom razvoju. Zato su se sve sistemske mjere i regulative svodile na velika preduzeća, a u odnosu na mali biznis simbolično.

OBLICI PREDUZETNIŠTVA

U novije vrijeme preduzetništvo se u teoriji i praksi razvija u četiri osnovna oblika:

- individualno preduzetništvo,
- kolektivno preduzetništvo,
- grupno preduzetništvo i
- inovaciono preduzetništvo.

INDIVIDUALNO PREDUZETNIŠTVO

Individualno preduzetništvo zasniva se na tržišnoj konkurenciji malih preduzeća. Ono izražava jaku interakciju između vlasničke, upravljačke i funkcije rizika, pri

čemu se iskazuju pozitivne korelacije između razvoja malih preduzeća i privrednog razvoja i efikasnosti privrede zemlje u celini.

Raznovrsna finansijska struktura koju čine: vlastita sredstva, sredstva partnera, krediti i *joint venture* (zajednička ulaganja) kapitala, u sklopu postojećih preduzeća otvara vrata unutrašnjem preduzetništvu. Naime, velika preduzeća se putem razdiobe i decentralizacije sve više pretvaraju u sistem organizacijskih jedinica, više ili manje osamostaljenih, ali ipak u funkciji preduzeća u cjelini.

U sklopu preduzeća, između njegovih djelova razvijaju se unutrašnji ekonomski odnosi pa tako nastaje unutrašnje preduzetništvo.

Dijelovi preduzeća poprimaju status troškovnih, prirodnih, profitnih, investicionih, istraživačko-razvojnih centara i inovacijskih jedinica. Sve to pridonosi razvijanju individualnog preduzetništva kao svojevrsnog dijela unutrašnjeg korporacijskog preduzetništva.

KOLEKTIVNO PREDUZETNIŠTVO

Velika preduzeća sama po sebi nisu nužno preduzetnička, i ako to ne znači da nisu inovativna. Međutim, kada unutrašnje preduzetništvo postane njihova nova razvojna politika onda se oslobađa preduzetnička energija, razgrađuje organizaciona struktura, probude inicijative i inventivnost, primjenjuje nove tehnologije, razvija se inovativno preduzetničko djelovanje pojedinaca i grupa. Na taj način velika preduzeća i njihovo preduzetništvo poprimaju oblike integriranih obilježja individualnih preduzetništva, razvija se, dakle, nova preduzetnička kultura. Prema tome, unutrašnje preduzetništvo podrazumijeva proces formiranja malih relativno autonomnih preduzetničkih preduzeća u sklopu velikog preduzeća, kojima se dodjeljuju potrebna sredstva i daje organizaciona samostalnost. Cilj je da pojedinci s preduzetničkim idejama, talentom i sposobnošću ostvare svoje zamisli i ostanu unutar velikog preduzeća.

Formiranjem malih, inventivnih, unutrašnjih i dinamičkih jedinica unutar sebe, preduzeće u cjelini postaje fleksibilnijim, preduzetnijim i adaptivnijim promjenama u okruženju. Većom finansijskom sposobnošću preduzeće je u mogućnosti odvajati veća sredstva za temeljna istraživanja i kroz tako osposobljene jedinice naučno-istraživačke rezultate brže pretvoriti u inovaciji spremne za primjenu.

U tom se procesu rađa i razvija unutrašnji preduzetnik, zaposlen u preduzeću, ali ne ujedno i poslodavac. On ima i daje ideje, prijedloge za poboljšanje organizacije, za uvođenje novih proizvoda i drugih inovacija. U tome ih vlasnici preduzeća i uprave potiču, među ostalim, i participacijom u podjeli povećanog profila, nagradama za postignute rezultate. Unutrašnji preduzetnik, za razliku od preduzetnika u klasičkom smislu, ne snosi puni rizik za svoje aktivnosti. U tom procesu, unutrašnje preduzetništvo pridonosi restrukturiranju preduzeća iako je i samo posljedica organizacijskog restrukturiranja. Traži se pravi omjer između potrebne organizacione strukture velikog preduzeća i slobode u aktivnosti organizacionih jedinica i svih zaposlenih. Decentralizacija poprima oblik određene interaktivne decentralizacije sa znatno većom slobodom u donošenju odluka nego što je to moguće i zamisliti u hijerarhijskoj i birokratskoj organizaciji velikih preduzeća.

Strategija unutrašnjeg preduzetništva, za razliku od klasičnih restrukturiranja, razlikuje se upravo po tome što polazi od preduzetničke inicijativnosti pojedinca ili grupa preduzetnika, uz sudjelovanje svih ili većine zaposlenih. Uspostavlja se svojevrsno unutrašnje partnerstvo i novi odnosi u pogledu podjele rizika i profita, te marketinške i investicione podrške takvom preduzetništvu.

Unutrašnje preduzetništvo se, u pravilu, financira vanjskim kapitalom, posebno financijskih institucija *venture capital* i banaka, uz participaciju specifičnog unutrašnjeg preduzetničkog tržišta kapitala.

Sa svojim unutrašnjim tržištem kapitala i decentralizacijom financijske strukture preduzeća, unutrašnje je preduzetništvo još u procesu svoga razvoja i obuhvaća tek neke podjele između vlasništva, upravljanja i rizika kapitala što se uspostavlja unutar nove podjele između decentraliziranih jedinica preduzeća.

GRUPNO PREDUZETNIŠTVO

Uporedo s razvojem unutrašnjeg ili internog, naročito s pojavom i razvojem timskog rada, primećuje se i neka vrsta timskog preduzetništva. Pokazalo se, naime, da veliki broj lica sklonih preduzetništvu više postiže kada su članovi grupe negoli kao pojedinci. Izvevano je pak da ako neko ne može nešto preduzeti na vlastitu inicijativu neće moći ništa posebno učiniti ni kao član grupe.

Grupni napor, u pravilu, pomaže pojedincima da prebrode strah od neuspjeha, povećaju svoje samopouzdanje i pojačaju njihovu želju za postignućem. Na taj način grupni preduzetnički učinak poprima novi kvalitet, kao integral povećanih pojedinačnih preduzetničkih učinaka svakog člana grupe.

INOVACIONO PREDUZETNIŠTVO

U savremenim uslovima brzih i sveobuhvatnih promjena gotovo u svim delatnostima i sferama društva, privredni i opšti razvoj nije moguć bez razvoja tehnike, tehnologije, organizacije i upravljanja ljudima. Otuda potreba za organizovanim i svjesnim poticajem svih oblika tehničkih i ostalih inovacija, kako bi se moglo ići ukorak s dostignućima naučno-tehnološke i informaciono-komunikacijske revolucije.

Inovacija i preduzetništvo stoje u međusobnoj korelaciji i interakciji, a zasnivaju se ne samo na darovitosti, nadahnuća, "genijalnosti", nego i na svrsishodnoj aktivnosti, učenju i organizaciji, kao i na inovacionoj i preduzetničkoj praksi. Preduzetništvo je praksa ponašanja koja se zasniva na inventivnosti i znanju kao sredstvu preduzetnika za postizavanje određenih ciljeva. U tom se smislu nauka u području preduzetništva pojavljuje kao nauka o preduzetništvu, odnosno kao teorijski izraz sistemskog posmatranja i spoznaje preduzetničke prakse.

Inovacija je, dakle, specifično oruđe savremenog preduzetnika pomoću kojega on koristi promjene kao povoljne prilike za neki novi posao ili unapređivanje postojeće proizvode ili uslužne djelatnosti. Preduzetnik mora naučiti koristiti inovaciju, a i način njene primjene omogućava mu da zadobije elemente te inovacije.

Prema tome, današnje savremeno preduzetništvo karakteriše inventivnost i inovativnost. Ono je, u stvari, inventivno i inovaciono preduzetništvo i to u dvostrukom smislu. Prvo, preduzetništvo je, već samo po sebi, uz ostalo, inventivni i inovacioni čin preduzetnika. Drugo, preduzetništvo unapređuje, organizira i vodi ka primjeni inovacija u praksi. Te dvije komponente nemaju jednaku sadržajnu vrijednost. Naime, savremeni preduzetnik, kao nosilac preduzetništva, ne mora biti inovator, ali mora poznavati smisao i značaj inovacija u preduzetničkoj aktivnosti, a time i pomoći da se ona pretvori u inovaciju. U tom smislu preduzetnički poduhvat je svojevrsna inovacija.

Međutim svaka ljudska aktivnost pridržava se nekih svojih principa, pa time i inovativnost koje joj služe kao neke pouke i poruke u pomaganju realizacije određenih ciljeva i zadataka. Principi inovacija, odnosno njihova primjena u radnoj praksi ne samo što realizuju inventivno-inovacione procese i pridonose njihovoj efikasnosti nego istovremeno doprinose sužavanju prostora iznenađenja i neobjašnjivosti događaja.

Pa ipak, uza sve to, iznenađenja i neobjašnjivih događanja uvijek ima. Slično je i s inovacijama koje nisu razrađene na organizovan, sistematičan i svrsishodan način, a koje postoje u praksi. Takve su inovacije neponovljive i ne mogu se proučavati niti naučiti. Međutim, inovacija, iako je sama po sebi vidljiva i dokazana, još neće predstavljati pravu inovaciju ako se njome ne ostvari cilj koji joj je u osnovi.

Dugogodišnja ljudska praksa poznaje mnogo genijalnih inovacija koje nisu prerasle u inovaciju, u smislu nove tehnologije ili novih materijala, nove upotrebne vrijednosti, jer u društvu i privredi nisu postojali uslovi za njihovu primjenu i prihvaćanje. Takav je bio slučaj s J. Wattovim parnim motorom, čiji je izum došao do izražaja tek onda kada su se razvile proizvodne snage u društvu i kada se društvo ekonomski razvilo do te mjere da je moglo na temelju tih njegovih pronalazaka razviti cijelu motornu industriju koju prati niz novih inovacija sve do dana današnjega, uključivo i zamjenu klipova turbinama.

Iz svega izloženog proizlazi zaključak da se principi inovacije tokom vremena obogaćuju, pokazujući da će nadareni inovator biti uspješan ako bude spoznao pravilnosti inovativne djelatnosti i ovladao sposobnošću da se njima koristi. Prema tome, inovacija je posao koji traži znanje, domišljatost, upornost i stabilnost, djelovanje na istome području. Ako slučajno sve ovo izostane onda je darovitost (genijalnost) uzaludna. To automatski nameće zaključak da inovatori moraju znati koristiti svoje najjače strane u povoljnim prilikama na području svoga djelovanja.

Inovacije se, dakle, mogu odnositi na ekonomiju i društvo ili na tehnologiju ili tržište, odnosno na njihove pojedine segmente, na djelatnosti, na procese i na organizaciju, upravljanje i ostalo.

RIZIK U PREDUZETNIŠTVU

Uz preduzetništvo su neminovno vezani rizik i neizvesnost koji asociraju na: opasnost, mogućnost (šanse) i vjerovatnost. Sposobnost za prihvaćanje rizika je faktor procesa odlučivanja od kojeg zavisi izbor akcije preduzetnika, tj. Iskorišćavanje šansi ili izbegavanje opasnosti, koje dolaze iz okruženja.

Pod pojmom rizika u svakodnevnom govoru obično se podrazumijeva opasnost, čak šteta. Međutim, ovaj pojam sadrži i više od toga. Osnovne komponente rizika su:

- izloženost nastanku štete ili gubitka (u zavisnosti od akcije koja se preduzima).
- šansa za nastanak gubitka ili štete (zavisno od očekivanja).
- veličina gubitka ili štete (u zavisnosti od budućih okolnosti).

Samuel Johanson je još 1795. opisao rizik kao “spremnost da se siguran mali dobitak žrtvuje za mogućnost velikog gubitka“. Već tada je postojalo shvatanje da rizik nije samo šteta, gubitak, već i šansa za uvećanje dobiti.

PREDUZEĆE I PREDUZETNIČKO OKRUŽENJE

Preduzetništvo obuhvata niz aktivnosti koje se svode na osnivanje, formiranje i upravljanje preduzećem. Preduzeće je temeljni radni oblik povezivanja i konfrontacije interesa i aktivnosti pojedinca i grupe te šire društvene zajednice u privredi.

Preduzeće predstavlja temeljnu organizacionu jedinicu koja obavlja neku ekonomsku djelatnost, tj. temeljni poslovni subjekt. U svim dosadašnjim društvenim uređenjima proizvodnja se odvijala u određenim organizacijskim jedinicama, pa se tako preduzeće pojavljuje u kapitalizmu, što znači da je preduzeće povijesna kategorija.

Preduzeće shvatamo kao organizacijsko – pravni pojam u kojem se ostvaruje poslovna djelatnost upravljачkim odlukama menadžmenta, preduzetnika i vlasnika i kombinuju proizvodni činioci radi ostvarivanja dobiti. [3, str. 255]

Preduzeće predstavlja samostalnu privrednu, tehničku i društvenu cjelinu u vlasništvu određenih subjekata, koja proizvodi dobra ili usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resursima i snoseći poslovni rizik, radi ostvarivanja dobiti i drugih ekonomskih i društvenih ciljeva.

Najučestaliji oblici preduzeća u tržišnoj ekonomiji, s aspekta vlasništva dvije su osnovne vrste vlasništva nad preduzećem:

- privatno vlasništvo,
- javno vlasništvo.

Privatno vlasništvo nad preduzećem obuhvata ove oblike: inokosno preduzeće, obiteljsko (porodično) poduzeće, ortačko preduzeće, zadružno preduzeće i korporativno preduzeće.

Javno vlasništvo nad preduzećem odnosi se na dva oblika: državna preduzeća i društvena preduzeća. Javna preduzeća se osnivaju i djeluju u opštem interesu pa su među njima najpoznatija komunalna preduzeća (za snabdevanje vodom, strujom, plinom), PTT preduzeća, željeznice, radio-televizija, novine, itd.

Za razliku od privatnog i javnog vlasništva, kao čistih oblika vlasništva, mješovito vlasništvo je njihova kombinacija, koja se u novije vrijeme, posebno u razvijenim zemljama, do te mjere da je postala dominantna pod nazivom mješovita ekonomija. [5]

Prema podjeli po veličini su najučestaliji oblici preduzeća u tržišnoj ekonomiji:

- a) inokosna (individualna) preduzeća,

- b) partnerstva (ortakluk),
- c) korporacije (dionička društva).

Inokosna preduzeća (engl. *Sole proprietorship*) je preduzeće u vlasništvu jednog individualnog vlasnika. To su uglavnom mala porodična preduzeća koja su po pravilu orijentisana na uže, lokalno tržište. Orijentisana su na proizvodnju jednog ili nekoliko srodnih ili sličnih proizvoda. Postoje dva osnovna motiva za osnivanje inokosnog preduzeća: osiguravanje egzistencije svoje porodice i ostvarivanje zarade (profita). U inokosnom preduzeću vlasnik istodobno upravlja i rukovodi svojim preduzećem. Poslovanje inokosnog preduzeća zbog toga je relativno jednostavno. Prednosti i nedostaci inokosnih preduzeća pokazuje sljedeća tabela.

Tabela 1. Ilustracija primjera prednosti i nedostataka inokosnih preduzeća

Prednosti:	Nedostaci:
1. sloboda	1. neograničena odgovornost
2. lakoća osnivanja	2. pomanjkanje kontinuiteta
3. mali troškovi pokretanja	3. teškoća dobivanja kredita
4. porezne pogodnosti	4. predlozi nestabilnosti

Izvor: <http://us.f538.doc.yahoo.com/ym/ShowLetter?box=econo&M>

Partnerstvo ili ortakluk (engl. *partnership*) predstavlja udruženje dviju ili više pravnih osoba koje temeljom dogovora, a potom i ugovora, osnivaju partnersko preduzeće.

U partnerstvu dogovorno se udružuju osobe vlasnici preduzeća radi ostvarivanja zajedničkih interesa, ciljeva ili profita. Te osobe zajednički odgovaraju prema trećima svojom imovinom. S obzirom na prava i obaveze partnerstva se mogu podijeliti na:

- a) Opšte partnerstvo (engl. *General partnership*) u kojem partneri za obaveze poduzeća odgovaraju cjelokupnom svojom imovinom.
- b) Ograničeno partnerstvo (engl. *Limited partnership*) u kojemu osim opštih partnera, koji odgovaraju svojom cjelokupnom imovinom, postoje i partneri čija je odgovornost ograničena samo na uloge koje su unijeli u partnerstvo.

Prednost partnerstva je u tome što se lako osnivaju, lakše se dolazi do potrebnog kapitala, proširuju se mogućnosti proizvodnje, tržišnog plasmana te povećavaju količinu znanja i informacija.

Prednosti i nedostaci partnerstva pokazuje donja tabela.

Tabela 2. Ilustracija primjera prednosti i nedostataka partnerstva

Prednosti:	Nedostaci:
1. veliki izbor talenata,	1. neograničena odgovornost,
2. veći ulog novca,	2. pomanjkanje kontinuiteta,
3. lakoća osnivanja,	3. teškoća prijenosa vlasništva,
4. moguće porezne mogućnosti.	4. moguće prisilne likvidacije.

Izvor: <http://us.fa.doc.yahoo.search.com/ym?box=doc>

Korporacija (engl. *Corporation*) predstavlja najslženiji oblik preduzeća u tržišnoj ekonomiji. Korporacije mogu biti u vlasništvu od jednog pa do stotinu, hiljadu ili nekoliko stotina hiljada vlasnika (dioničara).

Osnovni cilj osnivanja korporacija je prikupljanje slobodnog kapitala na tržištu. Kapital se prikuplja prodajom dionica na tržištu. Dioničari kupuju dionice i na taj način postaju suvlasnici takvog preduzeća. Shodno broju dionica imaju i određena prava u donošenju poslovnih odluka. Za uspjeh korporacije dioničari snose odgovornost samo iznosom uloženi u dionice.

Korporacije često nastaju iz inokosnih preduzeća ili partnerstva koja su se radi potrebe prikupljanja dodatnog kapitala (dokapitalizacije) odlučila inkorporirati. Na taj se način vlasnici preduzeća odriču određenog udjela u vlasništvu, ali prikupljaju dodatna finansijska sredstva za pokretanje novih poslovnih aktivnosti.

Prednosti i nedostatke korporacija ilustruje sljedeća tabela.

Tabela 2. Ilustracija primjera prednosti i nedostataka kooperacije

Prednosti:	Nedostaci:
1. ograničena odgovornost	1. visoki početni zakonski troškovi
2. kontinuitet	2. naglašena regularnost
3. lakoća prijenosa vlasništva	3. ekstenzivno izvještavanje
4. lakoća dobivanja kredita	4. dvostruko oporezivanje

Izvor: <http://biznis.blog.hr>

PREDUZETNIŠTVO I MALI BIZNIS - FAZE I KARAKTERISTIKE

Tržišna privreda i razvijeno ekonomsko društvo ne postoji bez preduzetnika. Oni su kamen temeljac razvoja privrede. Stvaranjem novog preduzeća i povećanjem obima posla posledice su angažovanja ljudi s preduzetničkim potencijalom koji otvara nova radna mesta i unosi inovacije u proces rada, proizvodnju i pružanje usluga.

Preduzetnici više nego drugi poseduju osobine koje ih izdvajaju od drugih i pružaju im mogućnost da ostvare svoju poslovnu ili društvenu viziju. Ono što je ohrabrujuće da se većina navedenih stvari uči. Menadžment se uči, komunikacija se uči, rad u timu je proizvod učenja. Kada se odlučimo za pokretanje sopstvenog biznisa, kada smo spremni da proračunato rizikujemo zbog mogućnosti koje se otvaraju pred nama, uz pravilno planiranje i rad uspjeh je neizbežan.

Da bismo znali šta nas čeka u budućnosti, kada govorimo o upravljanju malim biznisom, navešćemo faze rasta malog biznisa: [1, str. 675-679]

Faza 1: Egzistencija. Glavni problemi u početku poslovanja su privlačenje mušterija i pružanje usluga, odnosno da li ćemo naći kupce i da li će naši proizvodi, usluge i roba zadovoljiti potrebe mušterija i da li imamo dovoljno sredstava da prebrodimo ovu fazu.

Faza 2: Opstanak. Odnosi se na odnos prihoda i rashoda, odnosno da li će se prihodomati više kako bi se počelo sa proširivanjem obima posla. Ovde je proces odlučivanja o daljim koracima veoma važan. Veliki broj firmi dugo ostaje u ovoj fazi, na nivou jednakog odnosa između prihoda i rashoda, dok ne odustane od cele

akcije. Oni koji se potrude i ulože napor uz dobru procenu (koja je zasnovana na realnosti) prelaze u sledeću fazu.

Faza 3: **Uspeh.** U ovoj fazi prihodi nadmašuju rashode i pred preduzetnikom stoje dva pitanja kako će se ponašati s tim profitom. Odnosno da li će se adaptirati novim uslovima i ostati samo sa viškom zarade, i da li će menjati i razvijati strategiju investirajući u nove poslovne poduhvate. Suština ove faze je da se posao mora širiti ako se želi ostati uspešan. U slučaju da se ne prilagođava novim uslovima i bez pravih odluka firma se vraća u fazu 2.

Faza 4: **Poletanje.** U ovoj fazi posao se toliko razvija da su potrebne mnoge veštine strateško planiranje i donošenje pravih odluka ne bi li se kontrolisao stalno rastući posao. Pitanje u ovoj fazi se odnose na dostupnost sredstava u svakom trenutku za realizaciju različitih poslovnih akcija. I ovde nas loše procene i aktivnosti mogu vratiti u fazu 3.

Faza 5: **Zrelost.** Ova faza nosi sa sobom pitanja konsolidacije i kontrole priliva finansija. Ovde se javljaju problemi nedostatka entuzijazma, inovacija i rizika za dalje investiranje. U ovoj fazi preduzeće skreće pažnju sa spoljnog sveta na unutrašnji. Ponovo se prave različite strategije, preispituje vizija, misija, prave novi akcioni planovi.

Među bitnim karakteristikama malih preduzeća značajniji su:

- Mala preduzeća zadovoljavaju onaj dio potražnje za robom i uslugama koje velika preduzeća teško mogu podmiriti. Male jedinice, zapravo, nadopunjuju prazan tržišni prostor u podmirivanju raznovrsnih želja za robom i uslugama.
- Mala preduzeća zbog svoje veličine mnogo su fleksibilnija, što im omogućuje vrlo elastičnu ponudu i brzo prilagođavanje kretanjima potražnje na tržištu te brzo i agilno prilagođavanje novonastalim uslovima.
- Mala preduzeća traže relativno univerzalni tip radnika i opreme koji mogu obavljati raznorodne poslove u procesu proizvodnje. Naime, u malim preduzećima pojedini radnici trebaju obavljati više poslova odjednom, a takve je često teško pronaći.
- Tehnološki proces u malim preduzećima obilježava relativno visoki stepen zamjenjivosti radnih resursa i sredstava za rad što proizlazi iz značaja tehnologije. Mala preduzeća pokazuju veću spremnost da staru tehnologiju zamijene novom te tu zamjenu brže obavljaju.
- Mala preduzeća pružaju šire mogućnosti inovativnosti te uvođenja novih tehnoloških rješenja i bržu primjenu novih znanja i poslovnih modela u svakodnevnom poslovanju.
- Ekonomska samostalnost i spremnost na snošenje rizika u poslovanju potiče mala preduzeća da se elastično povezuju i umrežavaju radi ostvarivanja uspješnijeg zajedničkog poslovanja ali i lakšeg snošenja rizika.

Prednosti malih preduzeća su sljedeća:

- tržišna prilagodljivost,
- mogućnost ostvarenja finansijskog uspjeha,
- sigurnost posla,
- porodično zapošljavanje,
- izazov.

Nedostaci malih preduzeća su:

- porast odgovornosti,
- mogućnost propasti,
- podložnost fluktuacijama na tržištu,
- ovisnost o konkurenciji,
- finansijska slabost,
- nedostatak znanja i stručnosti,

ZAKLJUČAK

Da biste bili uspješni u nečemu i da biste imali mogućnosti u realizaciji svojih ideja, morate posjedovati znanje. Kako bi ideja bila konkretizovana i kako bi imala mogućnost realizacije morate poznavati tehnologije koje se koriste, poznavati kanale distribucije, dobavljače, kupce i njihove potrebe, troškove proizvodnje i distribucije, marže, monopol, dominantne igrače i njihove jake i slabe strane.

Podržavamo stav da se "niko nije naučen rodio" te isto važi i za preduzetništvo. Postoji mogućnost obuka i kurseva koji će vam pomoći da neka od ovih znanja naučite ali veliku većinu ćete steći iskustvom, konstantnim kontaktima sa kupcima i dobavljačima, sa mašinama i tehnologijama. Tu se stiče i znanje i iskustvo.

Ova znanja će vam pomoći i da unaprijedite svoje ideje i da unapređujete već postojeće segmente svog preduzeća. Tek sa tim znanjem ste u stanju da razmišljate o tržištu i pronalazite nove, bolje i efikasnije načine da zadovoljite potrebe tog tržišta. Da promenite i unapredite stvari. Da preduzmete nešto novo na tržištu. Da budete preduzetnik.

BIBLIOGRAFIJA

1. Bartol, K. M. & Martin, D. C. (1994) *Management*, 2. izdanje. New York: McGraw Hill Inc.
2. Dostić, M. (2003) *Menadžment malih i srednjih preduzeća*. Sarajevo: Ekonomski fakultet.
3. Jokić, D. (2004) *Preduzetništvo*. Užice: Autor i NIC Užice.
4. Marković, M. (2003) *Poslovanje preduzeća i preduzetništvo*. Mostar: Univerzitetska knjiga.

RESUME

Entrepreneurship is largely treated as a separate business activity, which essence is the combination of factors of production that can ensure the maximisation of business effects. During the transition period, entrepreneurship is a development opportunity, which presents an innovation of the organisational structure and all of its functions. However, new times need new solutions and answers to old economic questions: what, how and for whom to produce? New economic categories require a redefinition of certain basic economic postulates, and a fluid movement of the "point of view" for each new economic response. It is obvious that such a fluidity can be

only achieved by entrepreneurship, the fourth (1. work, 2. means for work, 3. objects of work), or a third factor production process (1. operation, 2. capital), that specific organisational skill of combining success, risks and uncertainties, on the one hand, and fighting spirit, motivation and knowledge, on the other hand.

To be successful at something and to have opportunities in the realisation of ideas, you must have the knowledge. In order to concretize an idea, and to have the possibility of realizing, you need to know the technologies used, have familiar distribution channels, suppliers, buyers and their needs, costs of production and distribution margins, monopoly, dominant players and their strengths and weaknesses.

We support the view that "no one is born learned" and the same is true for entrepreneurship. There is the possibility of training and courses to help you to get some of the knowledge you learn but the vast majority will gain experience, constant contact with customers and suppliers, machines and technology.

This knowledge will also help to improve ideas and work at improving the existing segments of a company. Only with this knowledge, you are able to think about the market and find new, better and more efficient ways to meet the needs of this market. To change and improve things. Do something new on the market. To be an entrepreneur.

ANALIZA BILANSA USPJEHA I NJEN ZNAČAJ ZA EFIKASNO UPRAVLJANJE PREDUZEĆEM

Nedžad Hodžić, dr

„BHA-ING“ d.o.o.
Sarajevo, Bosna i Hercegovina
nedžad61@gmail.com

Ninoslav Gregović, dr

Centralna banka Bosne i Hercegovine
Sarajevo, Bosna i Hercegovina
ngregovic@cbbh.ba

Apstrakt

Promjenom ekonomskih i društvenih okolnosti došlo se do saznanja da je poslovne aktivnosti i organizaciju rada potrebno prilagoditi aktuelnom trenutku. Poslovanje preduzeća kao ekonomskog subjekta aktuelno je u svakom vremenu, ekonomskom prostoru i privrednom ambijentu. Ono posluje u sve složenijim uslovima izloženo kontinuiranom uticaju iz okruženja. Njegove performanse i kriterijumi kvaliteta poslovanja se ubrzano mijenjaju. Stoga je upravljanje preduzećem kompleksan i zahtjevan zadatak. Za uspješnu realizaciju ovog zadatka uprava preduzeća mora da koristi sve raspoložive resurse. Jedan od važnih resursa jesu i informacije na kojima se temelje sve upravljačke aktivnosti. Primaran izvor informacija su finansijski izvještaji koje generiše računovodstvo preduzeća. Informacije sadržane u finansijskim izvještajima imaju posebnu važnost zbog svoje izvornosti i autentičnosti. Obim i kvalitet informacija sadržanih u finansijskim izvještajima se znatno proširuje analizom istih.

Predmet ovog rada jeste analiza bilansa uspjeha kao jednog od osnovnih komponenti obaveznog izvještajnog seta sa ciljem prepoznavanja značaja iste za efikasno upravljanje preduzećem.

Ključne riječi: preduzeće, upravljanje, finansijski izvještaji, bilans uspjeha, analiza, analitički pokazatelji

ANALYSIS OF INCOME STATEMENT AND ITS RELEVANCE TO EFFECTIVE MANAGEMENT OF A COMPANY

Abstract

The change of economic and social circumstances has led to the discovery that business activities and work organization need to be adapted in real time terms. The business operations of a company, as an economic entity, is current at any times, any economic space and economic ambience. An enterprise runs business under more and more complex conditions, while being exposed to the permanent influence of the environment. The company's performances and quality criteria in business operations are changing rapidly. This is why the management of a company is a complex and demanding task. For the

successful implementation of this task, the management of a company needs to use all available resources. One of the important resources is information, being basis for all managing activities. The prime sources of information are financial statements, generated by the Accounting Department of a company. Information and data contained in financial statements have specific relevance due to their authenticity and origin. The scope and quality of information contained in financial reports is quite extended by the analysis of it.

The subject of this paper is the analysis of the income statement as one of the main components of the mandatory reporting set, aiming to recognize the significance of it for the efficient management of a company.

Keywords: company, management, financial statement, income statement, analyses, analytical indicators

JEL codes: M40

UVOD

Složenost upravljačkih zadataka i odgovornost donošenja upravljačkih odluka zahtjeva da odluke budu zasnovane na tačnim, potpunim i jasnim pokazateljima. Ti pokazatelji su sadržani, između ostalog, i u informacijama koje se prezentuju u finansijskim izvještajima. „Finansijski izvještaji su strukturirani prikaz finansijskog položaja i finansijske uspješnosti subjekta. Cilj finansijskih izvještaja opšte namjene je pružiti informacije o finansijskom položaju, finansijskoj uspješnosti i novčanim tokovima poslovnog subjekta koje su korisne širokom krugu korisnika u donošenju ekonomskih odluka. Finansijski izvještaji, takođe, prikazuju rezultate uprave u upravljanju resursima koji su joj povjereni. Radi ispunjavanja tih ciljeva, finansijski izvještaji pružaju informacije o:

- imovini;
- obavezama;
- kapitalu;
- prihodima i rashodima, uključujući dobitke i gubitke;
- uplate vlasnika i isplate vlasnicima po osnovu kapitala u njihovom svojstvu vlasnika i
- novčanim tokovima subjekta.“ [3, str. 39]

Potpunost sagledavanja stanja, uspjeha i perspektive kompanije obezbjeđuje se setom finansijskih izvještaja koji se međusobno upotpunjuju. Osnovni elementi seta finansijskih izvještaja su bilansi i to bilans stanja i bilans uspjeha.

Bilans stanja se definiše kao finansijski izvještaj koji na sistematizovan način prikazuje stanje imovine, obaveza i kapitala u određenom trenutku. Dakle, bilans stanja pruža informacije korisniku o sredstvima kojim preduzeće raspolaže i izvorima tih sredstava tj. koje je izvore finansiranja preduzeće koristilo u sticanju tih sredstava.

Drugi veoma bitan finansijski izvještaj jeste bilans uspjeha. Osim potrebe za uvidom u stanje imovine, obaveza i kapitala, korisnici informacija iz finansijskih izvještaja imaju potrebu za saznanjima kakva je bila uspješnost poslovanja preduzeća. Uspješnost poslovanja se mjeri ostvarenim rezultatom od poslovnih aktivnosti tj. razlikom između rashoda nastalih u toku poslovanja i prihoda ostvarenih poduzetim

poslovnim aktivnostima. Upravo ove informacije sadržane su u bilansu uspjeha koji je sastavni dio seta finansijskih izvještaja.

Složenost uslova u kojima preduzeća djeluju kao i izazovi savremenog poslovnog ambijenta nameću potrebu da se upravljačke aktivnosti oslanjaju na što širu i kvalitetniju informatičku osnovu koja prevazilazi informacije sadržane u finansijskim izvještajima. U cilju proširenja obima informacija i unapređenja njihovog kvaliteta kao redovna aktivnost javlja se analiza finansijskih izvještaja. Svaki finansijski izvještaj ima svoje specifičnosti u sadržaju informacija koje prezentuje tako da se njegovom analizom dolazi do njemu svojstvenih analitičkih pokazatelja. Tako i bilans uspjeha sadrži specifične njemu svojstvene informacije čijom se analizom proširuje njihov obuhvat i unapređuje kvalitet, što ga čini nezaobilaznim predmetom pažnje upravljačkih struktura preduzeća.

BILANS USPJEHA - POJAM I OSOBINE

Pored bilansa stanja drugi temeljni izvještaj u kategoriji redovnih opštih izvještaja jeste bilans uspjeha. Bilans uspjeha pruža informacije o uspješnosti preduzeća u određenom periodu. Uspješnost preduzeća je širok pojam ali najkraće rečeno može se definisati kao stepen ostvarenja planiranih ciljeva. Ciljeve preduzeća čini širok spektar željenih stanja u koje bi preduzeće trebalo dovesti. Različitost ciljeva daje prostor i za različito razumijevanje uspješnosti preduzeća. No, najčešće se pod uspješnošću podrazumijeva ostvarenje profitabilnosti poslovanja. Da bi se sagledala profitabilnost poslovnih aktivnosti koje su provedene u određenom vremenskom periodu potrebno je sagledati prihode ostvarene tim aktivnostima i rashode koji su nastali u toku provedbe poslovnih aktivnosti. Upravo bilans uspjeha sadrži informacije o ovim kategorijama, a na osnovu kojih se može utvrditi konačan rezultat ostvaren u posmatranom periodu u formi dobiti ili pak gubitka. Dakle, osnovne kategorije sadržane u bilansu uspjeha su: prihodi i rashodi, kao i dobit ili gubitak. S toga se u literaturi za bilans uspjeha često koristi termin račun dobiti i gubitka. Zato se bilans uspjeha može definisati kao „dvostrani, sumarni, tabelarni pregled rashoda i prihoda u jednom određenom vremenskom periodu.“[10, str.147] Za razliku od bilansa stanja koji sadrži informacije o imovini, obavezama i kapitalu u određenom trenutku, bilans uspjeha prezentuje informacije o prihodima i rashodima u određenom vremenskom periodu. Dakle, osobenost bilansa stanja je statičnost dok je bilans uspjeha dinamičan jer prati kretanje strukturalnih kategorija kroz određen vremenski period.

Iz definicije bilansa uspjeha proizilaze njegove osnovne osobine koje možemo prepoznati kao:

- da je sistematizirani prikaz informacija;
- da je dvostrani prikaz informacija;
- da je sumarni prikaz informacija;
- da je tabelarni prikaz informacija;
- da je prikaz informacija za određeni vremenski period i
- da je dinamičan.

Preduzeće u toku provedbi poslovnih aktivnosti djeluje na imovinu kojom raspolaže i koja trpi promjene. Imovina preduzeća u toku poslovnog procesa stalno mijenja svoj pojavni oblik transformišući se iz jednog u drugi. Poznato je da svaki poslovni proces počinje sa ulaganjem novčanih sredstava koja se kupovinom sirovina i materijala transformišu u materijalni oblik. Sirovine i materijali se u toku proizvodnog procesa pod uticajem ljudskog rada transformišu u novi proizvod, koji se prodajom kupcima pretvara u novčani oblik. Ovim stalnim kretanjem od novčanog u materijalni oblik i materijalnog ponovo u novčani, preduzeće ostvaruje prihode s jedne strane, dok s druge strane troši određene resurse što predstavlja rashode poslovanja. Tokom odvijanja poslovnog procesa dolazi do promjene na imovini preduzeća kao i na obavezama bilo da se one smanjuju ili pak povećavaju. Prihodi u svojoj suštini predstavljaju povećanje ekonomske koristi koja se manifestira ili povećanjem imovine ili smanjenjem obaveza. Rashodi kao smanjenje ekonomske koristi se manifestiraju kroz smanjenje imovine ili povećanje obaveza. Dakle, bilansom uspjeha se prate promjene na imovini, obavezama i kapitalu kao kategorijama bilansa stanja u toku određenog perioda i efekat tih promjena kao krajnji rezultat poslovnih aktivnosti preduzeća. „Na neki način ako uzmemo da je bilans stanja nepokretna slika, bilans uspjeha je kao „film“ o „aktivnostima“ preduzeća tokom određenog perioda koji objašnjava kako se izgled dvije nepokretne slike (početni i zaključni bilans stanja) mijenjao tokom tog perioda.“[5, str. 66]

Definisanje bilansa uspjeha kao izvještaja koji prezentuje informacije o prihodima i rashodima, te dobiti ili gubitku u određenom vremenskom razdoblju ukazuje na njegovu strukturu. Dakle, osnovni elementi strukture bilansa uspjeha jesu:

- prihodi;
- rashodi i
- dobit ili gubitak.

Imajući u vidu informacije koje sadrži bilans uspjeha jasno je da je on jedan od nezaobilaznih izvještaja koje preduzeće treba da prezentuje. Interes za informacije sadržane u njemu pokazuju, prije svega menadžment kojem služi kao potvrda ili demantij uspješnog upravljanja. Osim menadžmenta i ostali korisnici finansijskih izvještaja imaju veoma izražen interes za informacijama o uspješnosti poslovanja a vlasnici, zaposleni radnici, kao i povjerioci posebno jer njihove buduće ekonomske odluke umnogome zavise od ostvarenih rezultata poslovanja preduzeća u kojem imaju interes. Zato je bilans uspjeha izvještaj koji se zajedno sa bilansom stanja smatra osnovom svakog ekonomskog odlučivanja i analiziranja poslovanja preduzeća.

ANALIZA BILANS USPJEHA

Pored bilansa stanja značajan finansijski izvještaj jeste svakako i bilans uspjeha. Bilans uspjeha je izvještaj koji pruža informacije o prihodima koji su ostvareni poslovnim aktivnostima, o rashodima nastalim u toku odvijanja poslovnih aktivnosti, kao i o rezultatu kao posljedici razlike između ostvarenih prihoda i nastalih rashoda određenog vremenskog perioda. „Bilans uspjeha jeste važan finansijski izvještaj za ocjenu uspješnosti poslovanja u prethodnom i tekućem

periodu, ali i za projektovanje budućih poslovnih poteza menadžmenta (pošto se preispituju i prihodi i rashodi).“[7, str. 482]

Cilj svakog poslovnog subjekta jeste da ulaganjem i trošenjem određenih resursa dođe do novostvorenih vrijednosti bilo u formi proizvoda ili usluge koju će ponuditi tržištu tj. potencijalnom kupcu, te na taj način ostvariti prihod koji u sebi sadrži višak vrijednosti u odnosu na troškove uloženog, kako bi se osigurala egzistencija i razvoj. Zato su prihodi i rashodi veoma važne ako ne i najvažnije kategorije poslovanja, jer se u ovisnosti od njihove veličine generiše razvoj ili pak stagnacija i gašenje poslovnih subjekata. Iz ovih razloga uz analizu bilansa stanja nužno je analizirati i poziciju bilansa uspjeha, a posebno imajući u vidu brojnost faktora koji utječu na njihovo ostvarenje. Analiza bilansa uspjeha obuhvata:

- analizu prihoda;
- analizu rashoda i
- analizu ostvarenog rezultata.

Ostvarenje prihoda jeste konačni cilj svakog poslovnog subjekta. Prihodi su ti od kojih se pokrivaju troškovi poslovanja i ostvaruje povrat na uloženi kapital. Iz tih razloga oni su kategorija za koju izražavaju interes svi korisnici finansijskih izvještaja, jer od veličine i strukture prihoda zavisi u kojoj i kolikoj mjeri će i oni ostvariti svoje vlastite ciljeve. Zbog ovakvog značaja prihoda za svako preduzeće i analiza istih treba da bude potpuna i sveobuhvatna kako bi se oni sagledali u obimu, strukturi i tendenciji budućeg kretanja.

Analiza prihoda obuhvata analizu sa dva aspekta i to: sa aspekta obima i strukture. Analizom obima tj. veličinom prihoda želi se identifikovati koliki su oni u stvarnom realnom iznosu, koliko su ostvareni u odnosu na planirane, koji su faktori uticali na nivo njihovog ostvarenja i sl.. S druge strane, analizom strukture sagledava se struktura prihoda sa različitih aspekata kao i njihovi međusobni odnosi.

Druga osnovna komponenta bilansa uspjeha jesu rashodi. Rashodi kao poslovna kategorija imaju isto tako veliki značaj kao i prihodi, jer je njihov uticaj na poslovni rezultat i uspjeh preduzeća jednak prihodovnom.

Analizom obima rashoda nastoji se utvrditi veličina ostvarenih rashoda u odnosu na planirane, veličina rashoda u tekućoj u odnosu na prethodnu godinu, odnos rashoda i ostvarenih prihoda, kao i veličina rashoda u odnosu na druga preduzeća iz iste grupacije. Svi ovi pokazatelji su neophodni menadžmentu prije svega, a i drugim korisnicima finansijskih izvještaja, kako bi se sagledali dinamika i tendencije njihovog rasta ili opadanja. Poređenje sa drugim preduzećima u okviru iste grupacije daje sliku mjesta i odnosa posmatranog preduzeća spram konkurencije i perspektivu zauzimanja bolje tržišne pozicije.

Analiza strukture rashoda u biti predstavlja analizu učešća svake vrste rashoda u ukupnim rashodima. Analizom poslovnih rashoda identifikuje se njihov stepen učešća u ukupnim rashodima. Naravno da oni zauzimaju najveći dio u ukupnim rashodima poslovanja preduzeća, jer su u direktnoj vezi sa djelatnošću koja se obavlja. Stoga je potrebno obavezno sagledati njihov odnos spram poslovnih prihoda i njihov uticaj na ostvarenje istih. Svakako da je potrebno ustanoviti dinamiku i uzroke takve dinamike. Ukoliko je riječ o nesrazmjernom povećanju u odnosu na poslovne prihode nužno je utvrditi uzroke i predložiti mjere za njihovo otklanjanje.

Poslovni rezultat se također može analizirati sa više aspekata. Prije svega analiza poslovnog rezultata se obavlja sa aspekta obima prihoda i rashoda, jer je on i uslovljen sa ove dvije kategorije. Drugi aspekt analize poslovnog rezultata jeste strukturalni tj. analiza dekomponovanih komponenti poslovnog rezultata.

Posebno mjesto i značaj u analitičkim aktivnostima ima horizontalna ili komparativna analiza i vertikalna ili strukturalna analiza.

Horizontalnom analizom bilansa uspjeha se identifikuju promjene koje su se desile na analiziranim kategorijama bilansa uspjeha kako u apsolutnim tako i u relativnim iznosima. Dakle, ovom analizom se metodom komparacije tj. upoređivanja uočavaju tendencije i dinamika promjena koje su se desile na pojedinim pozicijama bilansa uspjeha u određenom promatranom vremenskom periodu. Zato se ova analiza naziva još i komparativnom analizom. „Analiza finansijskih izvještaja koja omogućava uspoređivanje podataka kroz dulje vremensko razdoblje da bi se otkrile tendencije i dinamika promijena pojedinih bilansnih pozicija (finansijskih podataka) uobičajeno se naziva horizontalnom analizom.“[10, str. 653] Dakle, horizontalnom analizom uočavamo promjene tj. dinamiku na pojedinim stavkama bilansa uspjeha u određenom vremenskom periodu. Ova analiza zbog svog dinamičnog pristupa ima značajnu ulogu u otkrivanju negativnih tendencija pojedinih bilansnih pozicija koje posmatrane statično tj. u odnosu na iste pozicije nekog drugog preduzeća, mogu dati privid dobrog i kvalitetnog stanja, a da s druge strane posmatrano u dužem vremenskom periodu imaju negativan trend.

Dok se horizontalnom analizom uočavaju promjene na posmatranoj bilansnoj poziciji, vertikalna analiza ukazuje na strukturu, zapravo odnos posmatrane bilansne pozicije spram unaprijed određene bazne veličine. Tako se pokazuje koliko je njeno učešće u baznoj veličini izraženo u apsolutnom i relativnom iznosu. „Vertikalna analiza je, zapravo, analiza strukture iskazana kao procentualno učešće svakog elementa bilansa stanja i bilansa uspjeha u odnosu na odgovarajući zbir navedenih izvještaja.“[4, str. 554] Vertikalna analiza se može primjeniti na bilo koji dio, odnosno segment bilansa uspjeha, kako bi se utvrdile veličine zastupljenosti pojedinačnih kategorija u odnosu na cjelinu tj. posmatrani segment.

U nastavku teksta ćemo se zbog ograničenosti prostora zadržati na horizontalnoj i vertikalnoj analizi bilansa uspjeha sa prezentovanjem osnovnih ostalih analitičkih pokazatelja.

Za primjere analize finansijskih izvještaja u ovome radu korišteni su finansijski izvještaji kompanije „BOSNALIJEK“ d.d. Sarajevo. U pripremnim aktivnostima za analizu, forma finansijskih izvještaja se obično prilagodi potrebama tako da nije nužno da se koriste izvorni oblici istih. U našem primjeru koji slijedi nastojalo se zadržati izvornu formu bilansa uspjeha kako bi rezultati bili potpuniji.

HORIZONTALNA ANALIZA BILANSA USPJEHA**Tabela 1. Komparativni bilans uspjeta**

	2010	2011	Iznos 11/10	% 11/10
POSLOVNI PRIHODI I RASHODI				
Poslovni prihodi	104.315.711	107.147.385	2.831.674	2,71
<i>Prihodi od prodaje robe:</i>	<i>11.869.840</i>	<i>11.594.067</i>	<i>(275.773)</i>	<i>(2,32)</i>
<i>Prihodi od prodaje robe na domaćem tržištu</i>	<i>11.825.366</i>	<i>11.594.067</i>	<i>(231.299)</i>	<i>(1,96)</i>
<i>Prihodi od prodaje robe na stranom tržištu</i>	<i>44.474</i>	<i>0</i>	<i>(44.474)</i>	<i>-</i>
<i>Prihodi od prodaje učinaka:</i>	<i>89.789.514</i>	<i>94.922.204</i>	<i>5.132.690</i>	<i>5,72</i>
<i>Prihodi od prodaje učinaka na domaćem tržištu</i>	<i>44.293.533</i>	<i>38.669.830</i>	<i>(5.623.703)</i>	<i>(12,70)</i>
<i>Prihodi od prodaje učinaka na stranom tržištu</i>	<i>45.495.981</i>	<i>56.252.374</i>	<i>10.756.393</i>	<i>23,64</i>
<i>Ostali poslovni prihodi</i>	<i>2.656.357</i>	<i>631.114</i>	<i>(2.025.243)</i>	<i>(76,24)</i>
Poslovni rashodi	91.859.063	94.171.776	2.312.713	2,52
<i>Nabavna vrijednost prodate robe</i>	<i>8.407.174</i>	<i>7.860.380</i>	<i>(546.794)</i>	<i>(6,50)</i>
<i>Materijalni troškovi</i>	<i>23.502.812</i>	<i>23.465.491</i>	<i>(37.321)</i>	<i>(0,16)</i>
<i>Troškovi plaća i ostalih ličnih primanja:</i>	<i>26.168.808</i>	<i>26.884.862</i>	<i>716.054</i>	<i>2,74</i>
<i>Troškovi proizvodnih usluga</i>	<i>10.790.865</i>	<i>13.031.044</i>	<i>2.240.179</i>	<i>20,76</i>
<i>Amortizacija</i>	<i>7.854.448</i>	<i>7.414.518</i>	<i>(439.930)</i>	<i>(5,60)</i>
<i>Nematerijalni troškovi</i>	<i>16.202.270</i>	<i>16.967.177</i>	<i>764.907</i>	<i>4,72</i>
<i>Povećanje vrijednosti zaliha učinaka</i>	<i>32.177.327</i>	<i>32.447.009</i>	<i>269.682</i>	<i>0,84</i>
<i>Smanjenje vrijednosti zaliha učinaka</i>	<i>31.110.013</i>	<i>30.995.313</i>	<i>(114.700)</i>	<i>(0,37)</i>
Dobit od poslovnih aktivnosti	12.456.648	12.975.609	518.961	4,17
FINANSIJSKI PRIHODI I RASHODI				
Finansijski prihodi	242.632	907.036	664.404	273,83
<i>Prihodi od kamata</i>	<i>27.002</i>	<i>28.607</i>	<i>1.605</i>	<i>5,94</i>
<i>Pozitivne kursne razlike</i>	<i>95.200</i>	<i>168.930</i>	<i>73.730</i>	<i>77,45</i>
<i>Ostali finansijski prihodi</i>	<i>120.430</i>	<i>709.499</i>	<i>589.069</i>	<i>489,14</i>
Finansijski rashodi	2.256.236	1.348.930	(907.306)	(40,21)
<i>Rashodi kamata</i>	<i>1.487.265</i>	<i>1.223.963</i>	<i>(263.302)</i>	<i>(17,70)</i>
<i>Negativne kursne razlike</i>	<i>495.001</i>	<i>124.967</i>	<i>(370.034)</i>	<i>(74,75)</i>
<i>Ostali finansijski rashodi</i>	<i>273.970</i>	<i>-</i>	<i>(273.970)</i>	<i>-</i>
Gubitak od finansijskih aktivnosti	2.013.604	441.894	(1.571.710)	(78,05)
Dobit redovne aktivnosti	10.443.044	12.533.715	2.090.671	20,02
Ostali prihodi i dobici, osim iz osnova st. sreds. namijenjenih prodaji i obustavljenog poslovanja	271.219	251.755	(19.464)	(7,18)
<i>Dobici od prodaje stalnih sredstava</i>	<i>11.962</i>	<i>114.307</i>	<i>102.345</i>	<i>855,58</i>
<i>Viškovi</i>	<i>10.475</i>	<i>3.624</i>	<i>(6.851)</i>	<i>(65,40)</i>
<i>Naplaćena otpisana potraživanja</i>	<i>248.782</i>	<i>133.824</i>	<i>(114.958)</i>	<i>(46,21)</i>
Ostali rashodi i gubici, osim iz osnova st. sred. namijenjenih prodaji i obustavljenog poslovanja	6.571.700	5.980.242	(591.458)	(9,00)
<i>Gubici od prodaje i rash. stalnih sredstava</i>	<i>1.831.302</i>	<i>205.488</i>	<i>(1.625.814)</i>	<i>(88,78)</i>
<i>Manjkovi</i>	<i>12.748</i>	<i>4.734</i>	<i>(8.014)</i>	<i>(62,86)</i>
<i>Rashodi po osnovu ispravke vrijednosti i otpisa potraživanja</i>	<i>2.291.934</i>	<i>3.295.439</i>	<i>1.003.505</i>	<i>43,78</i>
<i>Rashodi i gubici na zalihama i ostali rashodi</i>	<i>2.435.716</i>	<i>2.474.581</i>	<i>38.865</i>	<i>1,60</i>
Gubitak po osnovu ostalih prihoda i rashoda	6.300.481	5.728.487	(571.994)	(9,08)
<i>Prihodi iz osnova promjene računovo. politika i ispravki neznačajnih grešaka iz ranijih perioda</i>	<i>1.914.567</i>	<i>293.178</i>	<i>(1.621.389)</i>	<i>(84,69)</i>
<i>Rashodi iz osnova promjene računovo. politika i ispravki neznačajnih grešaka iz ranijih perioda</i>	<i>1.875.472</i>	<i>1.160.277</i>	<i>(715.195)</i>	<i>(38,13)</i>
Dobit neprekinutog poslovanja prije poreza	4.181.658	5.938.129	1.756.471	42,00
Porez na dobit	0	0	-	-
Neto dobit perioda	4.181.658	5.938.129	1.756.471	42,00

Osnov za horizontalnu analizu bilansa uspjeha jeste komparativni bilans. Ovom analizom se stavljaju u odnos tj. upoređuju istovjetne kategorije, odnosno bilansne pozicije različitih perioda kako bi se sagledale kvantitativne promjene istih.

U našem primjeru iz komparativnog bilansa uspjeha vidljivo je da su poslovni prihodi u 2011. g. porasli za 2.71% u odnosu na 2010. g., a što iznosi 2.831.674 KM. Detaljnijim sagledavanjem da se primjetiti da je povećanje uzrokovano porastom prihoda od prodaje učinaka na stranom tržištu u iznosu od 10.756.393 KM ili 23,64% u odnosu na prethodni period, dok su sve ostale pozicije poslovnih prihoda smanjene. Ovakvi pokazatelji nameću potrebu za identifikovanjem uzroka pada svih ostalih pozicija poslovnih prihoda i ustanovljenje mjera i aktivnosti za eliminisanje tih uzroka. Poslovni rashodi su porasli za 2,52% što iznosi 2.312.713 KM i u približnom su trendu porasta poslovnih prihoda. Unutar pojedinačnih pozicija poslovnih rashoda neke su pozicije smanjene, a neke povećane. Najveće povećanje imali su troškovi proizvodnih usluga u iznosu od 2.240.179 KM ili 20,76% što je bilo i za očekivati imajući u vidu porast prihoda ostvarenih prodajom učinaka.

Finansijski prihodi su zabilježili znatan porast od 273,83% ali zbog njihovog niskog učešća u ukupnim prihodima taj iznos nije od posebnog značaja, a koji je 664.404 KM. Finansijski rashodi su zabilježili smanjenje od 40,21%, a to iznosi 907.306 KM. Ipak preduzeće je ostvarilo gubitak od finansijskih aktivnosti u iznosu od 441.894 KM, ali je on u odnosu na prethodnu godinu manji za 78,05%, što je dobar trend. No, potrebno je analizirati razloge ostvarenja gubitaka od finansijskih aktivnosti i nastojati unaprijediti upravljanje finansijskim resursima.

Ostali, i prihodi i rashodi su smanjeni i to prihodi za 7,18%, a rashodi za 9,00%. Ipak pokazatelji analize ostalih prihoda i rashoda ukazuju na veoma veliku disproporciju između njih i izuzetno visok iznos gubitaka po ovome osnovu i to 5.728.129 KM. Ovako visok gubitak od ostalih prihoda i rashoda je znatno umanjio ukupnu dobit i u dobroj mjeri neutralisao dobit od poslovnih aktivnosti. Imajući u vidu da su ostali prihodi i rashodi kategorija koja se na javlja redovno u poslovanju, nego su posljedica nekih vanrednih okolnosti i događaja, potrebno je istražiti uzroke ovako visokih ostalih, odnosno vanrednih rashoda. Ukoliko su razlozi njihovog nastanka objektivne prirode na koje se ne može djelovati onda se njihov uticaj u budućem periodu ne može neutralisati. S druge strane, ako su uzroci nastanka ovih rashoda subjektivnog karaktera, potrebno je obavezno utvrditi mjere za njihovo neutralisanje kako bi se eliminisao njihov negativan utjecaj na rezultate poslovanja. Neto dobit perioda je porasla za 42,00%, a što iznosi 1.756.471 KM što je zadovoljavajući trend posebno imajući u vidu globalne uslove poslovanja i efekte finansijske krize.

U zavisnosti od ciljeva analize i potreba korisnika dobivenih pokazatelja ova analiza može biti više ili manje detaljna tj. obim obuhvaćenih kategorija koje će se analizirati zavisi od zahtjeva korisnika analitičkih pokazatelja.

VERTIKALNA ANALIZA BILANSA USPJEHA

Tabela 2. Strukturni bilans uspjeha

	2010	%	2011	%
POSLOVNI PRIHODI I RASHODI				
Poslovni prihodi	104.315.711	97,73	107.147.385	98,67
<i>Prihodi od prodaje robe:</i>	<i>11.869.840</i>	<i>11,12</i>	<i>11.594.067</i>	<i>10,68</i>
<i>Prihodi od prodaje robe na domaćem tržištu</i>	<i>11.825.366</i>	<i>11,08</i>	<i>11.594.067</i>	<i>10,68</i>
<i>Prihodi od prodaje robe na stranom tržištu</i>	<i>44.474</i>	<i>0,04</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Prihodi od prodaje učinaka:</i>	<i>89.789.514</i>	<i>84,12</i>	<i>94.922.204</i>	<i>87,41</i>
<i>Prihodi od prodaje učinaka na domaćem tržištu</i>	<i>44.293.533</i>	<i>41,50</i>	<i>38.669.830</i>	<i>35,61</i>
<i>Prihodi od prodaje učinaka na stranom tržištu</i>	<i>45.495.981</i>	<i>42,62</i>	<i>56.252.374</i>	<i>51,80</i>
<i>Ostali poslovni prihodi</i>	<i>2.656.357</i>	<i>2,49</i>	<i>631.114</i>	<i>0,58</i>
Poslovni rashodi	91.859.063	86,06	94.171.776	86,71
<i>Nabavna vrijednost prodane robe</i>	<i>8.407.174</i>	<i>7,88</i>	<i>7.860.380</i>	<i>7,24</i>
<i>Materijalni troškovi</i>	<i>23.502.812</i>	<i>22,02</i>	<i>23.465.491</i>	<i>21,61</i>
<i>Troškovi plaća i ostalih ličnih primanja:</i>	<i>26.168.808</i>	<i>24,52</i>	<i>26.884.862</i>	<i>24,76</i>
<i>Troškovi proizvodnih usluga</i>	<i>10.790.865</i>	<i>10,11</i>	<i>13.031.044</i>	<i>12,00</i>
<i>Amortizacija</i>	<i>7.854.448</i>	<i>7,36</i>	<i>7.414.518</i>	<i>6,83</i>
<i>Nematerijalni troškovi</i>	<i>16.202.270</i>	<i>15,18</i>	<i>16.967.177</i>	<i>15,62</i>
<i>Povećanje vrijednosti zaliha učinaka</i>	<i>32.177.327</i>	<i>30,14</i>	<i>32.447.009</i>	<i>29,88</i>
<i>Smanjenje vrijednosti zaliha učinaka</i>	<i>31.110.013</i>	<i>29,14</i>	<i>30.995.313</i>	<i>28,54</i>
Dobit od poslovnih aktivnosti	12.456.648	11,67	12.975.609	11,95
FINANSIJSKI PRIHODI I RASHODI				
Finansijski prihodi	242.632	0,23	907.036	0,84
<i>Prihodi od kamata</i>	<i>27.002</i>	<i>0,03</i>	<i>28.607</i>	<i>0,03</i>
<i>Pozitivne kursne razlike</i>	<i>95.200</i>	<i>0,09</i>	<i>168.930</i>	<i>0,16</i>
<i>Ostali finansijski prihodi</i>	<i>120.430</i>	<i>0,11</i>	<i>709.499</i>	<i>0,65</i>
Finansijski rashodi	2.256.236	2,11	1.348.930	1,24
<i>Rashodi kamata</i>	<i>1.487.265</i>	<i>1,39</i>	<i>1.223.963</i>	<i>1,13</i>
<i>Negativne kursne razlike</i>	<i>495.001</i>	<i>0,46</i>	<i>124.967</i>	<i>0,12</i>
<i>Ostali finansijski rashodi</i>	<i>273.970</i>	<i>0,26</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
Gubitak od finansijskih aktivnosti	2.013.604	1,89	441.894	0,41
Dobit redovne aktivnosti	10.443.044	9,78	12.533.715	11,54
Ostali prihodi i dobici, osim iz osnova stal.sreds. namijenjenih prodaji i obustavljenog poslovanja	271.219	0,25	251.755	0,23
<i>Dobici od prodaje stalnih sredstava</i>	<i>11.962</i>	<i>0,01</i>	<i>114.307</i>	<i>0,11</i>
<i>Viškovi</i>	<i>10.475</i>	<i>0,01</i>	<i>3.624</i>	<i>0,01</i>
<i>Naplaćena otpisana potraživanja</i>	<i>248.782</i>	<i>0,23</i>	<i>133.824</i>	<i>0,12</i>
Ostali rashodi i gubici, osim iz osnova stal. Sred. namijenjenih prodaji i obustavljenog poslovanja	6.571.700	6,16	5.980.242	5,51
<i>Gubici od prodaje i rashodovanja stal. sredstava</i>	<i>1.831.302</i>	<i>1,72</i>	<i>205.488</i>	<i>0,19</i>
<i>Manjkovi</i>	<i>12.748</i>	<i>0,01</i>	<i>4.734</i>	<i>0,01</i>
<i>Rashodi po osnovu isprav. vrijed. i otpisa potraž.</i>	<i>2.291.934</i>	<i>2,15</i>	<i>3.295.439</i>	<i>3,03</i>
<i>Rashodi i gubici na zalihama i ostali rashodi</i>	<i>2.435.716</i>	<i>2,28</i>	<i>2.474.581</i>	<i>2,28</i>
Gubitak po osnovu ostalih prihoda i rashoda	6.300.481	5,90	5.728.487	5,27
<i>Prihodi iz osnova promjene račun. politika i ispravki neznačajnih grešaka iz ranijih perioda</i>	<i>1.914.567</i>	<i>1,79</i>	<i>293.178</i>	<i>0,27</i>
<i>Rashodi iz osnova promjene račun. politika i ispravki neznačajnih grešaka iz ranijih perioda</i>	<i>1.875.472</i>	<i>1,76</i>	<i>1.160.277</i>	<i>1,07</i>
Dobit neprekinutog poslovanja prije poreza	4.181.658	3,92	5.938.129	5,47
Porez na dobit	0	-	0	-
Neto dobit perioda	4.181.658	3,92	5.938.129	5,47
Ukupni prihodi	106.744.129	100,00	108.599.354	100,00
Ukupni rashodi	102.562.471	96,08	102.661.225	94,53

Vertikalnom analizom bilansa uspjeha za 2011. g. došlo se do sljedećih pokazatelja. Poslovni prihodi učestvuju sa 98,67% od ukupnih prihoda i iznose 107.147.385 KM, a ostvareni su prodajom učinaka koji učestvuju sa 87,41% od čega na stranom tržištu 51,80%, a na domaćem 35,61%. Prihodi od prodaje robe su zastupljeni sa 10,68% i ostvareni su u ukupnom iznosu na domaćem tržištu. Učešće finansijskih prihoda je 0,84% i iznose 907.036 KM. Ostali prihodi iznose 544.933 KM ili 0,51%, a u njima učestvuju prihodi po osnovu promjena poslovnih politika i ispravki grešaka iz ranijeg perioda sa 0,27%. Analizom odnosa između pojedinih kategorija vidljivo je da je koeficijent odnosa poslovnih i finansijskih prihoda 118,13 što znači da je na 1 KM ostvarenih finansijskih prihoda preduzeće ostvarilo 118,13 KM poslovnih prihoda. Isto tako na osnovu koeficijenta odnosa poslovnih i ostalih prihoda proizilazi da je preduzeće ostvarilo 196,62 KM poslovnih prihoda na 1 KM ostvarenih ostalih prihoda. Ovakav odnos unutar kategorija prihoda je zadovoljavajući jer ukazuje na to da je rezultat preduzeća proizišao po osnovu obavljanja osnovne djelatnosti što je poželjno stanje.

Strukturu rashoda čine poslovni rashodi sa učešćem od 86,71% ili 94.171.776 KM, finansijski rashodi iznose 1.348.930 KM ili 1,24% dok ostali rashodi učestvuju sa 6,95% ili 7.140.519 KM. Ovako visoko učešće ostalih rashoda zahtjeva detaljnu analizu njihove strukture kao i uzroka njihovog nastanka, jer nije uobičajeno da ova kategorija rashoda ima ovako visoko učešće. I kod rashoda međusobni odnos ide u korist poslovnih rashoda što je i za očekivati. Koeficijent poslovnih u odnosu na finansijske rashode iznosi 69,81 a koeficijent poslovnih i ostalih rashoda je 13,20. Oba ova koeficijenta ukazuju na visoko učešće finansijskih i ostalih rashoda što iziskuje detaljnu analizu strukture istih i uzroke njihovog nastanka.

OSTALI BITNI POKAZATELJI ANALIZE BILANSA USPJEHA

a) Pokazatelji analize prihoda

$$\text{Stopa učešća poslovnih prihoda} = \frac{\text{poslovni prihodi}}{\text{ukupni prihodi}} \times 100 = \frac{107.147.385}{108.599.354} \times 100 = 98,66\%$$

$$\text{Stopa učešća finansijskih prihoda} = \frac{\text{finansijski prihodi}}{\text{ukupni prihodi}} \times 100 = \frac{907.036}{108.599.354} \times 100 = 0,83\%$$

$$\text{Stopa učešća ostalih prihoda} = \frac{\text{ošali prihodi}}{\text{ukupni prihodi}} \times 100 = \frac{544.933}{108.599.354} \times 100 = 0,51\%$$

$$\text{Odnos poslovnih i finansijskih prihoda} = \frac{\text{poslovni prihodi}}{\text{finansijski prihodi}} = \frac{107.147.385}{907.036} = 118,13$$

$$\text{Odnos poslovnih i ostalih prihoda} = \frac{\text{poslovni prihodi}}{\text{ošali prihodi}} = \frac{107.147.385}{544.933} = 196,62$$

$$\text{Odnos finansijskih i ostalih prihoda} = \frac{\text{finansijski prihodi}}{\text{ostali prihodi}} = \frac{907.036}{544.933} = 1,66$$

b) Pokazatelji analize rashoda

$$\text{Stopa učešća poslovnih rashoda} = \frac{\text{poslovni rashodi}}{\text{ukupni rashodi}} \times 100 = \frac{94.171.776}{102.661.225} \times 100 = 91,73\%$$

$$\text{Stopa učešća finans. rashoda} = \frac{\text{finansijski rashodi}}{\text{ukupni rashodi}} \times 100 = \frac{1.348.930}{102.661.225} \times 100 = 1,31\%$$

$$\text{Stopa učešća ostalih rashoda} = \frac{\text{ostali rashodi}}{\text{ukupni rashodi}} \times 100 = \frac{7.140.519}{102.661.225} \times 100 = 6,95\%$$

c) Pokazatelji analize rezultata poslovanja

Dobit od pos. aktivnosti = pos. prihodi - pos. rashodi =

$$107.147.385 - 94.171.776 = 12.975.609$$

Dobit / gubitak od fin.aktiv. = fin. prihodi - fin. rashodi =

$$907.036 - 1.348.930 = -441.894$$

Dobit / gubitak od ostalih akti. = ostali prih. - ostali rash. =

$$544.933 - 7.140.519 = -6.595.586$$

$$\text{Stopa neto dobiti nakon poreza u odnosu na poslovnu dobit} = \frac{\text{neto dobit}}{\text{dobit od posl.aktivnosti}} \times 100 = \frac{5.938.129}{12.975.609} \times 100 = 45,76\%$$

$$\text{Stopa neto dobiti u odnosu na posl. prihode} = \frac{\text{neto dobit}}{\text{poslovni prihodi}} \times 100 = \frac{5.938.129}{107.147.385} \times 100 = 5,54\%$$

Analiza rezultata poslovanja pokazuje da je dobit od poslovnih aktivnosti na zadovoljavajućem nivou i da iznosi 12.975.609 KM. Međutim, od finansijskih i ostalih aktivnosti rezultat je negativan i iznosi -441.894 KM odnosno -6.595.586 KM. Ovakav negativan rezultat ovog dijela poslovanja preduzeća je rezultirao time da je ukupna dobit svedena na 5.938.129 KM, a što je svega 45,76 % od poslovne dobiti. Isto tako da se primjetiti da je neto dobit u odnosu na poslovne prihode zastupljena sa 5,54% što je skromno imajući u vidu da nije bilo poreskih opterećenja na dobit.

d) Analiza prihoda prema području ostvarenja

Tabela 3. Komparativni prikaz prihoda prema području ostvarenja (u 000 KM)

PODRUČJE	2010.	2011.	IZNOS POVEĆANJA I SMANJENJA	% POVEĆANJA I SMANJENJA
1. Bosna i Hercegovina	56.126	50.264	(5.862)	(10,44)
2. Ex Jugoslavija i Albanija	13.347	14.486	1.139	8,53
3. Istočna Evropa i Rusija	30.923	40.800	9.877	31,94
4. Srednji Istok i Afrika	1.263	966	(297)	23,51
UKUPNO	101.659	106.516	4.857	4,78

Slika 1. Geografski aspekt ostvarenja prihoda

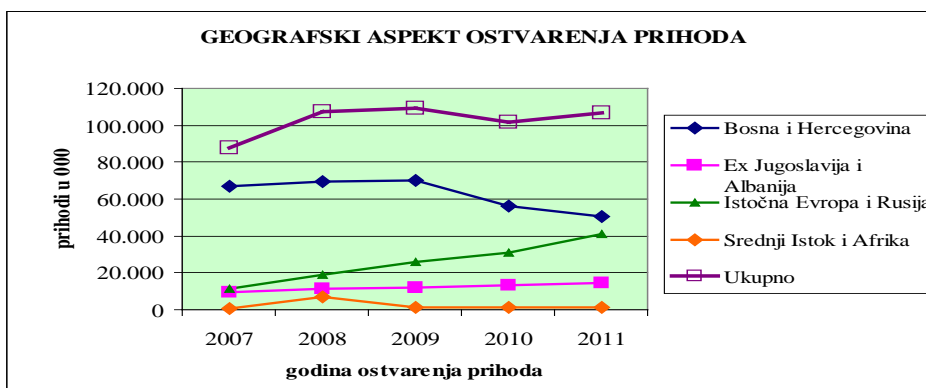
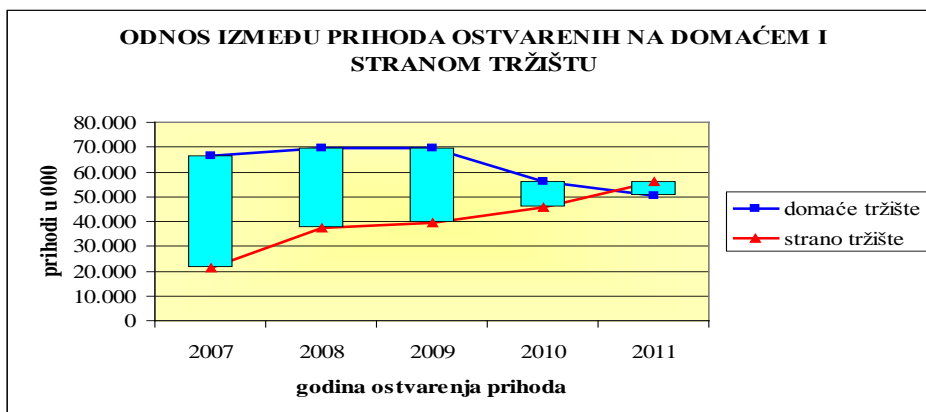


Tabela 4. Strukturni prikaz prihoda prema području ostvarenja (u 000 KM)

PODRUČJE	2010.	%	2011.	%
1. Bosna i Hercegovina	56.126	55,21	50.264	47,19
2. Ex Jugoslavija i Albanija	13.347	13,13	14.486	13,60
3. Istočna Evropa i Rusija	30.923	30,42	40.800	38,30
4. Srednji Istok i Afrika	1.263	1,24	966	0,91
UKUPNO	101.659	100,00	106.516	100,00

Slika 2. Odnos između prihoda ostvarenih na domaćem i stranom tržištu

Analizom prihoda prema području ostvarenja vidljivo je da je odnos ostvarenih prihoda na domaćem i stranom tržištu takav da je na domaćem tržištu ostvareno u 2011. g. 47,19%, a na stranom 52,81%. Prihodi ostvareni na domaćem tržištu su smanjeni za 10,44% za razliku od prihoda ostvareni na stranom tržištu koji bilježe porast od čega su najveći prihodi ostvareni na području Istočne Evrope i Rusije od 31,94%. Ovakva struktura prihoda je zadovoljavajuća s tim što treba proanalizirati uzroke njihovog smanjenja na domaćem tržištu i iste nastojati neutralisati unapređenjem prodajne politike.

ZAKLJUČAK

Bilans uspjeha je izvještaj koji sadrži informacije o приходima, rashodima, kao i rezultatu poslovanja u određenom vremenskom razdoblju za koji se sastavlja i prezentuje. Sam sadržaj informacija iz bilansa uspjeha ukazuje na njegove mogućnosti i značaj. Informacije o uspješnosti poslovanja su ključne informacije koje zaokupljaju pažnju i interes mnogih korisnika finansijskih izvještaja. Sadržaj informacija o obimu i strukturi prihoda kao i obimu i strukturi rashoda daju dobru sliku zainteresovanim stranama, a prije svega vlasnicima tj. akcionarima, kako se raspolaže i upravlja imovinom preduzeća koje su oni vlasnici. Informacije sadržane u bilansu uspjeha mogu biti detaljno raščlanjene prema zahtjevima korisnika te na taj način omogućiti dobru identifikaciju eventualnih propusta kao i odgovornost za njih. Iznosi koje sadrže informacije u bilansu uspjeha nisu trenutne veličine nego su rezultat poslovnih aktivnosti koje su se provodile pod upravom menadžera u određenom vremenskom intervalu. Zato bilans uspjeha ukazuje na uspješnost upravljačke politike i upravljačkih aktivnosti u posmatranom periodu. Analiza bilansa uspjeha omogućava sagledavanje i identifikovanje uzroka koji su doveli do promjena na konačnom rezultatu poslovanja. Ukoliko su promjene bile pozitivne odnosno uspješnost poslovanja manifestirana kroz povećanu dobit, uprava preduzeća će nastojati unaprijediti i afirmisati aktivnosti koje su to rezultirala. U suprotnom ako je došlo do negativnih efekata i smanjenja rezultata poslovanja analizom će se identifikovati uzroci takvih tendencija i uprava preduzeća će donijeti

mjere i poduzeti aktivnosti za otklanjanje uzroka i zaustavljanje takvog negativnog trenda. Značaj analize bilansa uspjeha se ogleda i u mnogim drugim segmentima upravljačkih aktivnosti kao što su prepoznavanje i ocjenjivanje osjetljivosti poslovanja na uticaje drugih internih i eksternih ekonomskih i drugih poslovnih faktora, sagledavanje tendencija rasta prihoda, sagledavanje mogućnosti smanjenja ili pak zaustavljanja rasta troškova, procjenjivanje i planiranje trenda profitabilnosti i sl. Da li je struktura pozicija prihoda i rashoda zadovoljavajuća i gdje i šta treba mijenjati menadžment će odlučiti na osnovu pokazatelja ove analize. Da li je zadovoljavajući odnos između rashoda i prihoda, da li je on mogao biti povoljniji tj. da li su rashodi mogli i trebali biti manji a prihodi veći, stalno je polje preispitivanja menadžmenta. Zato su ovi pokazatelji predmet stalne menadžerske pažnje.

Slobodno se može konstatovati da je bilans uspjeha nezaobilazan finansijski izvještaj koji zajedno sa ostalim izvještajima čini nezamjenljiv instrument informiranosti zainteresovanih strana o stanju i uspješnosti te tendencijama i perspektivi preduzeća, i da je kao takav predmet posebnog interesovanja upravljačkih struktura preduzeća.

BIBLIOGRAFIJA

1. Bogetić, P.M. (2000) *Analiza bilansa*. Podgorica-Beograd: Univerzitet Crne Gore-Ekonomski fakultet i Poslovni biro Beograd.
2. Dervišević, F. (2008) *Analiza poslovanja za menadžere*. Bihać: Grafičar.
3. *Međunarodni standardi finansijskog izvještavanja (MSFI/MRS)*, (2011). Mostar: SRRF BiH.
4. Njuhović, Z., i drugi. (1997) *Poslovne finansije*. Sarajevo: Svjetlost d.d.
5. Omerhodžić, S. (2010) *Analiza finansijskih izvještaja*. Tuzla: Harfo-graf d.o.o.
6. Pavlović, V. (2007) *Analiza poslovanja*. Beograd: Megatrend Univerzitet.
7. Ristić, Ž., Komazec, S. (2010) *Globalni finansijski menadžment*. Beograd: EtnoStil.
8. Rodić, J., Vukelić, G., Andrić, M., Lakićević, M., Vuković, B., (2011) *Analiza finansijskih izvještaja*. Podgorica: Ekonomski fakultet.
9. Smith, J.L., Keith, R. M., Stephens, W. L. (1988) *Financial Accounting*. New York: McGraw.
10. Vukša, S., Milojević, I. (2007) *Analiza bilansa*. Beograd: Univerzitet „Braća Karić“.
11. Žager, K., Mamić, Sačer, I., Sever, S., Žager L. (2008) *Analiza finansijskih izvještaja – II prošireno izdanje*. Zagreb: MASMEDIA.

RESUME

Complexity of managing tasks and the responsibility in delivering management decisions require decision making based on complete, accurate and clear indicators. Those indicators are contained, *inter alia*, in the information being presented in the financial statements. The thorough overview of the situation, success and the perspective of a company are provided by a set of financial statements which are mutually complementary. Basic elements of this documents' set are the balances, more precisely balance sheet and the income statement.

One of the very relevant financial statements is the income statement. Along with the need to have the insight in the balance of assets, liabilities and capital, the financial statements' users have a need to find out what was like the company's performance in business operations. Performance of business operations is measured by the performed results from the business activities, i.e. the difference between the expenditures made in the course of business running and the revenues produced by the taken business activities. Exactly those very pieces of information are contained in the income statement, which is the integral part of the financial statements set.

Aiming to expand the scope of the information and the upgrading of its quality, we have the regular activity, which is an analysis of the financial statements. The balance sheet contains the specific and typical information, and through its analysis we expand its scope and improve its quality, which makes it an inevitable point of interest for the governing structures of a company.

Special place and the importance in the analytical activities have the horizontal or comparative analysis and vertical or structural analysis.

Horizontal analysis of income statement identifies the changes that have happened on the analyzed categories of income statement as in absolute, so as in relative amounts. Therefore, with this analysis and via method of comparison we recognize the trends and dynamics of changes that have happened on certain positions of the income statement in a certain observed time period.

Vertical analysis points out the structure, i.e. the ratio of an observed balance position against a predefined basis value. By this, we show how big is its share in the basis value expressed in absolute and relative amount.

The income statement is an inevitable financial statement which, together with other statements, makes an indispensable instrument to inform the interested parties on balance and performances, trends and perspective of a company, and as such, it is the subject of special interest of company governing structures.

OBAVEZA SASTAVLJANJA KONSOLIDOVANIH FINANSIJSKIH IZVEŠTAJA

Marija Nikodijević

Mozzart doo
Beograd, Srbija
marijanikod@yahoo.com

Apstrakt

Konsolidovani finansijski izveštaji nastaju kao rezultat procesa spajanja finansijskih izveštaja preduzeća pripadnika grupe u jedan finansijski izveštaj. Radi se o finansijskim izveštajima jedinstvene ekonomske celine koju čine matično preduzeće i njegova zavisna preduzeća. Obavezu njihovog sastavljanja imaju grupe preduzeća u kojima između članica postoje odnosi nadređenosti i podređenosti odnosno grupe u kojima postoji kontrola jednog preduzeća nad drugim. Kontrola postoji kada matično preduzeće poseduje, direktno ili indirektno, preko zavisnih preduzeća, više od polovine glasačkih prava u pravnom licu. Konsolidovani finansijski izveštaji sastavljaju se na osnovu bilansa preduzeća članica grupe. Da bi pojedinačni bilansi bili osnova za izradu konsolidovanog bilansa moraju biti formalno i materijalno uporedivi. Formalna i materijalna uporedivost pojedinačnih bilansa postiže se sprovođenjem odgovarajućih mera od strane matičnog preduzeća, pošto ono ima obavezu da sastavlja konsolidovani finansijski izveštaj. Takođe, prilikom sastavljanja konsolidovanih finansijskih izveštaja moraju se poštovati načela koja se primenjuju pri izradi pojedinačnih bilansa (načelo jasnosti, realizacije, uzročnosti, istinitosti, ekonomičnosti, i sl.), ali i načela koja važe samo za konsolidovani obračun, kao što su načelo fikcije pravne celine, načelo ekvivalencije, načelo stalnosti i načelo potpunosti.

Ključne reči: konsolidovani finansijski izveštaji, grupa, kontrola, formalna i materijalna uporedivost bilansa, načela izrade bilansa

THE OBLIGATION TO PREPARE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

Abstract

The consolidated financial statements are the result of merging financial statements of group members in single financial report. These are the financial statements of a single economic unit consisting of the parent company and its subsidiaries. The obligation to prepare them belongs to group of companies in which there are relations of dominance and subordination between members, in essence groups in which there is control of one company over another. Control exists when the parent owns, directly or indirectly through subsidiaries, more than half of the voting rights of an enterprise. The consolidated financial statements are based on the balances of the group member companies. Separate balances can be the basis for preparation of the consolidated balance if they are formally and materially comparable. Formal and material comparability of separate balances is achieved by the implementation of appropriate measures by the parent company, as it has an obligation to prepare the consolidated financial statements. Furthermore, during preparation of the consolidated financial statements must be used the principles applied in the preparation of separate balances (the principle of clarity, realization, causality, truthfulness, effectiveness, etc.) and

the principles which are valid only for the consolidated accounts, as the principle of legal entity fiction, the principle of equivalence, the principle of permanence and the principle of completeness.

Keywords: consolidated financial statements, group, control, formal and material comparability of balances, principles for balance preparation

JEL codes: M40

UVOD

Konsolidovani finansijski izveštaji, kao računovodstvena inovacija, javili su se kao rezultat promena u privrednom ambijentu u SAD krajem 19. veka. Tadašnje privredne okolnosti u SAD (brza industrijalizacija, dinamičan privredni razvoj, pojava holding kompanija i sl.) stvorile su potrebu za novom vrstom finansijskih izveštaja koji treba da pruže sliku o imovinskom, finansijskom i prinosnom položaju grupe preduzeća kao da se radi o jednom jedinstvenom ekonomskom entitetu.

U prvom delu rada obrađena je obaveza sastavljanja konsolidovanih finansijskih izveštaja. Ovaj deo rada posvećen je određivanju kada preduzeće, pored pojedinačnog bilansa, treba da sastavlja i konsolidovani bilans. S tim u vezi obradićemo i utvrđivanje kruga konsolidovanja odnosno koja preduzeća pored matičnog pripadaju grupi za koju se sastavlja konsolidovani bilans. U drugom delu rada biće reči o osnovama i pretpostavkama za izradu konsolidovanog obračuna, formalnoj i materijalnoj uporedivosti pojedinačnih bilansa na osnovu kojih se sastavljaju konsolidovani bilansi, kao i o načelima koja se moraju poštovati prilikom njihove izrade.

POJAM I ZNAČAJ KONSOLIDOVANIH FINANSIJSKIH IZVEŠTAJA

U računovodstvenoj teoriji i praksi često se sreće pojam konsolidacija finansijskih izveštaja. Konsolidacija je proces prilagođavanja i kombinovanja finansijskih informacija iz pojedinačnog finansijskog izveštaja matičnog preduzeća i njegovih zavisnih preduzeća kako bi se sastavili konsolidovani finansijski izveštaji koji predstavljaju finansijske informacije za grupu kao jedinstvenu ekonomsku celinu. [5, str. 96]. Prvi primeri konsolidovanja finansijskih izveštaja zabeleženi su u SAD krajem 19. veka.¹ Ova računovodstvena inovacija javila se kao rezultat tadašnjih privrednih okolnosti u SAD (naglašena industrijalizacija i privredni razvoj, brojna povezivanja preduzeća, pojava holding kompanija i sl.).

¹ Postoje navodi da su prvi konsolidovani izveštaji bili pripremljeni za American Cotton Oil Trust 1886. godine. Ipak, većina autora smatra da su prve godišnje obračune u konsolidovanoj formi sastavili National Lead Co. (1892) i General Electric (1893). Trend izrade i publikovanja je praktično uspostavila United States Steel Corporation, tadašnja "konsolidacija konsolidacija" koja od osnivanja 1901. godine publikuje konsolidovane bilanse.

Konsolidovani finansijski izveštaji treba da pruže što verniji uvid u imovinski, finansijski i prinostni položaj grupe, kao da se radi o pravno jedinstvenom preduzeću. Drugim rečima, glavni cilj konsolidovanih izveštaja je da obezbede sliku o grupi preduzeća kao da je to jedna jedinstvena kompanija. Da bi se to postiglo treba eliminisati interna učešća, interna potraživanja i obaveze, interne prihode i rashode i interne rezultate. Drugim rečima, u konsolidovanom obračunu iskazuju se samo iznosi iz odnosa sa trećim licima koja nisu uključena u krug konsolidovanja.

Potreba za izradom i konsolidovanog obračuna, pored pojedinačnih obračuna preduzeća članica grupe, proizilazi iz činjenice da pojedinačni obračuni imaju nižu iskaznu moć od godišnjih obračuna preduzeća koja su ekonomski samostalna. Ovo je posledica okolnosti što matično preduzeće ima moć da utiče na finansijski i prinostni položaj preduzeća koja su mu podređena čime se iskazna moć njihovih godišnjih obračuna narušava. Stoga se pojedinačni obračuni zavisnih preduzeća ne mogu smatrati pouzdanim izvorom informacija i javlja se potreba za konsolidovanim obračunom za grupu kao celinu.

Samo udruženi pojedinačni obračuni preduzeća pripadnika grupe i konsolidovani obračun predstavljaju pouzdan i potpun izvor informacija. Treba napomenuti da konsolidovani bilans ne zamenjuje bilanse pojedinačnih preduzeća, već se oni međusobno dopunjuju i paralelno koriste kako bi zadovoljili informacione potrebe brojnih korisnika. Stoga interni i eksterni adresati konsolidovanog obračuna (investitori, berza, poverioci, dobavljači, kupci, država, zaposleni, menadžment i ostala javnost) imaju na raspolaganju dva izvora informacija – bilanse pojedinačnih preduzeća i bilanse grupe kao celine, odnosno konsolidovane finansijske izveštaje.

ODREĐIVANJE KRUGA KONSOLIDOVANJA

Pri konsolidaciji finansijskih izveštaja polazi se od pretpostavke da se grupa preduzeća može tretirati kao jedinstveni računovodstveni entitet. Radi se o procesu spajanja finansijskih izveštaja preduzeća pripadnika grupacije u jedan finansijski izveštaj. Grupacije preduzeća nastaju međusobnim povezivanjem pravno samostalnih preduzeća, pri čemu svako od povezanih preduzeća zadržava svoju pravnu samostalnost. Formirana grupa nije prost zbir pravno samostalnih preduzeća, već ekonomska celina koju treba posmatrati kao jedinstveni subjekt. U zavisnosti od međusobnih odnosa između članica grupe, razlikuju se grupe sa odnosima ravnopravnosti između članica i grupe sa odnosima nadređenosti i podređenosti.

Kod grupa sa odnosima ravnopravnosti između članova osnov nastanka grupe je obično međusobni sporazum. Dva ili više pravno samostalnih preduzeća se na osnovu ugovora stavljaju pod jedinstvenu upravu izabranu od strane preduzeća pripadnika grupe radi ostvarenja zajedničkih interesa i ciljeva. Pri tome, ova preduzeća pored pravne, zadržavaju i visok stepen ekonomske samostalnosti odnosno njihova ekonomska samostalnost biće umanjena samo onoliko koliko su ona to prihvatila sporazumom. Grupe sa odnosima ravnopravnosti između članova karakteriše odsustvo kontrole i one mogu da sastavljaju konsolidovani obračun za sopstvene potrebe, ali nemaju obavezu da ga objavljuju.

Grupe sa odnosima nadređenosti i podređenosti između članica predstavljaju ekonomske celine koje obuhvataju jedno matično odnosno nadređeno preduzeće i makar jedno zavisno tj. podređeno preduzeće. Pored pravne samostalnosti, matično preduzeće zadržava i svoju ekonomsku samostalnost. Sa druge strane, zavisno preduzeće zadržava pravnu samostalnost, ali je ekonomski zavisno od matičnog preduzeća. Na čelu grupa sa odnosima nadređenosti i podređenosti je jedinstvena uprava koju vrši matično preduzeće. Ove grupe najčešće nastaju povezivanjem putem kapitala odnosno ulaganjem kapitala od strane jednog u druga preduzeća kako bi se time ostvario uticaj na njihovu poslovnu i finansijsku politiku, a radi unapređenja sopstvenog poslovanja.

Prema MRS 27 – Konsolidovani i pojedinačni finansijski izveštaji grupu čine matični entitet i zavisni entiteti. Grupa shvaćena na ovaj način predstavlja grupu u užem smislu. Međutim, MRS 28 - Investicije u pridružene entitete i MRS 31 - Učešća u zajedničkim poduhvatima proširuju shvatanje grupe kao ekonomske celine. Grupa shvaćena u širem smislu pored matičnog i zavisnih entiteta, obuhvata i zajednička i pridružena preduzeća. Zajednička preduzeća su preduzeća koja se nalaze pod zajedničkom upravom nekog od preduzeća koje pripada grupi (matičnog ili zavisnog) i nekog od preduzeća koje nije član grupe odnosno koje je ekonomski i pravno samostalno. Pridružena preduzeća su preduzeća u kome matično preduzeće poseduje učešće u glasačkim pravima u visini od 20% do 50% odnosno na koja matično preduzeće vrši značajan uticaj. Međunarodnim računovodstvenim standardima je propisano da se zavisni entiteti konsoliduju metodom potpunog konsolidovanja. Učešća u kapitalu pridruženih pravnih lica u konsolidovanim finansijskim izveštajima se procenjuju primenom metode učešća, dok se zajednički kontrolisana pravna lica konsoliduju metodom proporcionalne konsolidacije ili metodom učešća. [3, str. 25]

Prema MRS 27 i Sedmoj direktivi Evropske unije obavezu sastavljanja konsolidovanog obračuna imaju grupe preduzeća sa odnosima nadređenosti i podređenosti između članica odnosno grupe u kojima postoji kontrola jednog preduzeća nad drugim. Kontrola postoji kada matično preduzeće poseduje, direktno ili indirektno, preko zavisnih preduzeća, više od polovine glasačkih prava u pravnom licu. Matično preduzeće najčešće stiče većinsko glasačko pravo ulaganjem kapitala. Međutim, većinsko učešće u kapitalu drugog pravnog lica ne mora da znači uvek i mogućnost ostvarivanja kontrole nad finansijskim i poslovnim politikama tog pravnog lica. Na primer, posedovanje preferencijalnih akcija ne daje pravo glasa i tada je učešće u glasačkom pravu niže od učešća u kapitalu.

Pri utvrđivanju većinskog glasačkog prava MRS 27 nalaže uključivanje i potencijalnih glasačkih prava, kao što su varanti, opcije, konvertibilne preferencijalne akcije, konvertibilne obveznice itd. Uslov za obuhvatanje i potencijalnih glasačkih prava prilikom utvrđivanja glasačkog prava je mogućnost i izvesnost njihovog iskorišćenja. Iskorišćenje ili konvertovanje ovih finansijskih instrumenata može pravnom licu dati glasačko pravo pa samim tim i omogućiti kontrolu nad finansijskim i poslovnim politikama drugog pravnog lica.

Kontrola takođe postoji kada matični entitet poseduje pola ili manje glasačkih prava entiteta, ali ima:

- moć nad više od polovine glasačkih prava putem sporazuma sa ostalim investitorima;
- moć upravljanja finansijskim i poslovnim politikama entiteta na osnovu statuta ili sporazuma;
- moć imenovanja ili opoziva većine članova upravnog odbora ili ekvivalentnog upravljačkog tela, a kontrola nad entitetom je u rukama tog odbora ili tela, ili
- moć većinskog glasanja na sastancima upravnog odbora ili ekvivalentnog upravljačkog tela, a kontrola nad entitetom je u rukama tog odbora ili tela. [2, paragraf 13].

Na primer, preduzeće X poseduje 80%, a preduzeće Y 20% udela u kapitalu preduzeća A. Ugovorom je utvrđeno da preduzeće Y ima 51% glasačkih prava, a preduzeće X 49%. Prema MRS 27, kontrola postoji kada matični entitet poseduje više od polovine glasačkih prava u pravnom licu što je i odlučujući kriterijum za identifikaciju matičnog preduzeća. Kako preduzeće Y ima većinsko pravo glasa i poseduje kontrolu, ono je matično preduzeće koje ima obavezu sastavljanja konsolidovanih finansijskih izveštaja.

Međutim, pretpostavka o kontroli matičnog preduzeća nad nekim pravnim licem kada matično preduzeće poseduje većinsko pravo glasa je osporiva. Radi se o okolnostima kada matično preduzeće može jasno dokazati da vlasništvo nad više od polovine glasačkih prava u pravnom licu ne podrazumeva istovremeno i kontrolu. Sem toga, matično preduzeće može da izgubi kontrolu nad zavisnim entitetom i time da izgubi moć upravljanja finansijskim i poslovnim politikama entiteta u koje je izvršilo ulaganje radi ostvarivanja koristi od njegovog poslovanja. Do gubitka kontrole može doći sa ili bez promene vlasništva. Gubitak kontrole može nastati u slučaju kada zavisni entitet postane predmet kontrole vlade, suda, administrativnog ili regulatornog tela, kao i na osnovu ugovorenog sporazuma.

Postoje i okolnosti kada i pored toga što matično preduzeće poseduje većinsko pravo glasa u nekom preduzeću ne treba da uključi to preduzeće u konsolidovanje. Zavisna preduzeća se ne uključuju u krug konsolidovanja kada su stečena radi prodaje u bliskoj budućnosti odnosno u roku kraćem od godinu dana. Pri tome se namera buduće prodaje mora dokazati aktivnim traženjem kupca. U ovakvim zavisnim preduzećima matično preduzeće ima privremenu kontrolu pa takva zavisna preduzeća ne smatra članom grupe i ne uključuje u krug konsolidovanja.

U MRS 27 obaveza sačinjavanja konsolidovanog bilansa definisana je na sledeći način: Matični entitet, osim matičnog entiteta opisanog u paragrafu 10, prezentuje konsolidovane finansijske izveštaje u kojima konsoliduje svoje investicije u zavisne entitete, u skladu sa ovim standardom. [2, paragraf 9] Po paragrafu 10 MRS 27 matični entitet ne mora da sastavlja konsolidovane finansijske izveštaje ako i samo ako:

- a) je i sam matični entitet zavisni entitet koji je u potpunosti ili delimično u vlasništvu nekog drugog entiteta, i ako su njegovi ostali vlasnici, uključujući i one koji inače nemaju pravo glasa informisani o, i ne protive se, tome da matični entitet ne sastavlja konsolidovane finansijske izveštaje;

- b) se dužničkim ili instrumentima kapitala matičnog entiteta ne trguje na javnom tržištu (na domaćoj ili stranoj berzi ili na slobodnim berzanskim tržištima, uključujući lokalna i regionalna tržišta);
- c) matični entitet nije podneo, niti je u procesu podnošenja svojih finansijskih izveštaja Komisiji za hartije od vrednosti ili drugom regulatornom telu radi izdavanja bilo koje vrste instrumenata na javnom tržištu; i
- d) krajnji matični entitet ili neki od matičnih entiteta u lancu konsolidovanja sastavlja konsolidovane finansijske izveštaje dostupne za javnu upotrebu, u saglasnosti sa Međunarodnim standardima finansijskog izveštavanja." [2, paragraf 10].

Možemo zaključiti da je veoma bitno precizno definisanje obaveze i kruga konsolidovanja. Međunarodni računovodstveni standardi i Sedma direktiva EU obavezu sastavljanja konsolidovanog obračuna utvrđuju polazeći od postojanja većinskog prava glasa i podređenosti jedinstvenoj upravi. Treba istaći da zbog značaja koji konsolidovani obračun ima kao izvor informacija u svim zemljama je obavezno njegovo objavljivanje i revizija.

PREDUSLOVI I PRETPOSTAVKE SASTAVLJANJA KONSOLIDOVANOG OBRAČUNA

Slično pojedinačnim obračunima, konsolidovani obračun obuhvata: konsolidovani bilans stanja, konsolidovani bilans uspeha, izveštaj o novčanim tokovima grupe, izveštaj o promenama kapitala i napomene uz finansijske izveštaje. Osnovu za sastavljanje konsolidovanih bilansa stanja i bilansa uspeha čine bilansi stanja i bilansi uspeha preduzeća koja pripadaju grupi, dok osnovu za sastavljanje ostalih delova godišnjeg izveštaja grupe čine konsolidovani bilans stanja i konsolidovani bilans uspeha. Da bi pojedinačni bilansi bili osnova za sastavljanje konsolidovanog bilansa moraju biti formalno i materijalno uporedivi. Uporedivost pojedinačnih bilansa preduzeća grupe postiže se sprovođenjem odgovarajućih mera od strane matičnog preduzeća, pošto ono ima obavezu da sastavljanja konsolidovani bilans. Prema dejstvu, mere koje sprovodi matično preduzeće se, mada samo uslovno, mogu podeliti na: (1) mere za postizanje formalne i (2) mere za postizanje materijalne uporedivosti pojedinačnih bilansa.

Formalna uporedivost pojedinačnih bilansa obezbeđuje se korišćenjem:

1. jedinstvenih bilansnih šema,
2. jedinstvenih kontnih okvira,
3. jedinstvenih naloga za knjiženje i
4. istim obuhvatanjem i iskazivanjem internih odnosa.

Korišćenje jedinstvene bilansne šeme predstavlja zapravo osnovnu pretpostavku, dok su ostale navedene pretpostavke iz nje izvedene. Problemi koji se javljaju u realizaciji uslova primene jedinstvene bilansne šeme odnose se na:

1. različitu sadržinu aktive zbog različitih delatnosti preduzeća članica, kao što su proizvodnja, trgovina, bankarstvo, osiguranje i sl., što utiče na bilansiranje zaliha, različitost i grupisanje sredstava itd.,

2. različitu sadržinu pasive zbog različitih pravnih formi, tako je neko preduzeće akcionarsko društvo, neko je društvo sa ograničenom odgovornošću i sl. što se odražava na bilansiranje kapitala, i
3. različite osnove nastanka poslovnih prihoda i rashoda.

Sem toga, bilansne šeme preduzeća članica u pogledu dubine rasčlanjavanja pozicija mogu biti različite u zavisnosti od veličine preduzeća pa se može desiti da jedno preduzeće ima skraćenu, a drugo potpuno razvijenu bilansnu šemu.

Primena jedinstvenih bilansnih šema podrazumeva korišćenje i istih kontnih okvira i naloga za knjiženje. Neophodno je i da se interne transakcije između preduzeća koja pripadaju grupi obuhvataju i iskazuju u bilansima na isti način. U našoj zemlji propisana je obaveza korišćenja istih bilansnih šema i kontnih okvira za sva preduzeća, dok se pravilnicima o kontnom okviru i sadržini računa u kontnom okviru obezbeđuje istovetnost naloga za knjiženje i iskazivanja internih odnosa.

Materijalna uporedivost bilansa postiže se korišćenjem:

- jedinstvenog bilansnog roka,
- jedinstvene novčane jedinice,
- jedinstvenih pravila za procenjivanje bilansnih pozicija,
- stalnog kruga konsolidovanja i primenjenih metoda konsolidovanja.

Jedinstvenost bilansnog roka podrazumeva da se konsolidovanje vrši na osnovu bilansa matičnog preduzeća i njegovih zavisnih preduzeća koji su sastavljeni na isti dan. Dan izveštavanja (dan bilansa) za konsolidovani bilans je obično dan izveštavanja matičnog preduzeća. U Srbiji sva pravna lica sastavljaju svoje bilanse na dan 31.12. tako da sva preduzeća grupe imaju isti dan bilansa. Međutim, to nije slučaj svugde u svetu jer u nekim zemljama nije propisan jedinstven dan bilansa. Na primer, preduzećima koja obavljaju delatnost sa izrazito sezonskim karakterom dopušta se odstupanje od jedinstvenog bilansnog roka i da kraj obračunskog perioda bude kraj sezone. Ako je takvo preduzeće deo grupe tada se problem različitog dana izveštavanja rešava izradom međubilansa. Međutim, izradu međuobračuna prate izvesni problemi kao što su nedostatak pouzdanosti jer ovi izveštaji nisu usvojeni na skupštini i nisu revidirani. Ukoliko je odstupanje u bilansnom roku manje od 3 meseca kao rešenje se predlaže samo navođenje značajnih poslovnih promena i događaja koji su se desili između dana bilansa zavisnog i matičnog preduzeća.

Kao osnova za izradu konsolidovanog bilansa mogu se javiti bilansi iskazani u različitim valutama. U tom slučaju merodavan je MRS 21 - Efekti promena deviznih kurseva. Prevođenje različitih valuta bilansa obično na valutu zemlje u kojoj sedište ima matično preduzeće vrši se primenom odgovarajućih kurseva valuta. Kako postoje više različitih kurseva koji se mogu primeniti, matično preduzeće mora da propiše pravila za izbor kursa koji će se koristiti. Izbor obično zavisi od stabilnosti monetarne jedinice zemlje čija se valuta prevodi. Pri tome se pravi razlika između prevođenja finansijskih izveštaja u valutu za prezentaciju ako je privreda u kojoj posluje subjekt hiperinflatorna i ako nije hiperinflatorna. U slučaju nehiperinflatorne privrede, sredstva i obaveze iskazane u bilansu stanja prevode se po zaključnom kursu, važećem na dan tog bilansa. Prihodi i rashodi iskazani u bilansu uspeha prevode se po kursu važećim na dan transakcije. Iz praktičnih razloga može se koristiti i prosečan kurs za dati period. Međutim, ako kurs značajno fluktuirá, nije prikladno koristiti prosečan kurs za period. Sem toga, utvrđene kursne razlike

tretiraju se kao komponenta kapitala. U slučaju postojanja manjinskih akcionara, deo akumuliranih kursnih razlika se pripisuje visini učešća manjinskih akcionara u kapitalu. U slučaju hiperinflatorne privrede za prevođenje finansijskih izveštaja u valutu za prezentaciju merodavan je MRS 29 – Finansijsko izveštavanje u hiperinflatornim privredama.

Pri sastavljanju bilansa sva preduzeća su u obavezi da poštuju propise, načela i računovodstvene standarde. Stoga ne bi trebalo da postoje razlike u sadržini i načinu utvrđivanja pojedinih bilansnih pozicija. Međutim, razlike se javljaju jer normativa daje slobodu izbora u pogledu priznavanja i procenjivanja bilansnih pozicija. Ukoliko preduzeća članice grupe izaberu različita pravila, njihovi bilansi neće biti materijalno uporedivi. Na primer, ako dva preduzeća nabave u istom period istu mašinu, a pri tom koriste različite metode amortizacije, neopisana vrednosti mašine iskazana u njihovim bilansima biće različita. Takođe, moguće je da pojedina preduzeća koja ulaze u krug konsolidovanja imaju usvojene različite politike iskazivanja efekta kursnih razlika i valutne klauzule.

Radi sastavljanja konsolidovanih finansijskih izveštaja sva preduzeća koja ulaze u krug konsolidovanja treba da primenjuju iste računovodstvene politike, metode i rešenja. Iz ovog razloga matično preduzeće zahvaljujući svom nadređenom položaju u odnosu na zavisna preduzeća mora utvrditi jedinstvena pravila za priznavanje i procenjivanje bilansnih pozicija u svim preduzećima grupe. Na nivou grupe mora postojati jednoobrazna računovodstvena politika koju donosi matično preduzeće i koja se primenjuje u svim preduzećima koja pripadaju grupi. Po pravilu, matično preduzeće propisuje ona pravila koje ono primenjuje u izradi svog pojedinačnog bilansa. Sedma direktiva EU propisuje da ukoliko se pojedinačni bilans nekog od preduzeća grupe sastavlja po drugačijim pravilima, mora se izvršiti ponovno procenjivanje i vrednovanje tako da podaci budu u skladu sa jedinstvenim pravilima i računovodstvenom politikom prihvaćenom za konsolidovani bilans.

Radi ostvarivanja uporedivosti konsolidovanih finansijskih izveštaja mora postojati stalnost kruga konsolidovanja i primenjenih metoda konsolidovanja. Stalnost kruga konsolidovanja utvrđuje se odlukom o tome koja preduzeća ulaze u konsolidovanje. Stalnost kruga konsolidovanja može se narušiti samo iz ozbiljnijih razloga, na primer ako se promeni sastav grupe prodajom ili kupovinom nekog zavisnog preduzeća. Sem stalnosti kruga konsolidovanja, neophodna je i stalnost primenjenih metoda konsolidovanja odnosno svih postupaka koji se primenjuju pri izradi konsolidovanog bilansa. Nije dopušteno menjati metode konsolidovanja, ali se dopušta promena parametara na kojima se metode zasnivaju.

NAČELA SASTAVLJANJA KONSOLIDOVANOG OBRAČUNA

Pri sastavljanju finansijskih izveštaja moraju se poštovati izvesna računovodstvena pravila. Sa aspekta grupe konsolidovani obračun ima karakter pojedinačnog bilansa i stoga načela koja se primenjuju pri izradi pojedinačnih bilansa važe i pri sastavljanju konsolidovanog bilansa grupe. Radi se o skupu pravila na osnovu kojih dobijamo bilanse koji su razumljivi, pouzdani, uporedivi i koji sadrže sve važne informacije neophodne za poslovno odlučivanje. Tako se načelo jasnosti, načelo realizacije,

načelo impariteta, načelo uzročnosti, načelo istinitosti, načelo ekonomičnosti, načelo važnosti i sl. primenjuju na konsolidovani kao i na pojedinačni obračun. Ova pravila podjednako važe i za pojedinačne i za konsolidovane bilanse jer je cilj bilansa isti.

Međutim, postoje i izvesna pravila koja važe samo za konsolidovani obračun. U stručnoj literaturi iz ove oblasti, kao i u relevantnoj zakonskoj i profesionalnoj regulativi ne postoji opšta saglasnost o tome koja su to načela konsolidovanja. Na primer, Sedma direktiva EU navodi kao principe konsolidovanja: princip potpunosti (član 22), stalnosti (član 25), fikcije pravne celine (član 26), jedinstvenog bilansnog dana (član 27) i jedinstvenog vrednovanja (član 29). Može se primetiti da svi autori i merodavni propisi ističu načelo fikcije pravne celine, načelo stalnosti, načelo potpunosti konsolidovanog obračuna kao načela koja su od odlučujuće važnosti za ispunjenje informativne funkcije konsolidovanog obračuna. [10, str. 16].

Načelo fikcije pravne celine sreće se u literaturi i pod nazivom načelo ekonomskog jedinstva. Načelo fikcije pravne celine predstavlja jedino načelo koje se primenjuje samo pri sastavljanju konsolidovanih bilansa. Ovo načelo neposredno proizilazi iz zahteva da konsolidovani obračun treba da prikaže imovinski, finansijski i prinostni položaj grupe kao da se radi o jedinstvenom preduzeću. Suština principa fikcije pravne celine je da se pri izradi bilansa grupe zanemari pravna samostalnost preduzeća koja pripadaju grupi, već da ona imaju tretman kao delovi jednog preduzeća. Bilans treba sastaviti tako kao da je grupa i u pravnom i u ekonomskom smislu jedinstveno preduzeće. Ovaj princip se sprovodi preduzimanjem mera konsolidovanja kojima se iz zbirnog bilansa eliminišu interna učešća, interna potraživanja i obaveze, interni prihodi i rashodi i interni rezultati. Svi iznosi i salda koji su posledica međukompanijskih transakcija između pravnih lica u sastavu konsolidovanja tretiraju se kao transakcije u okviru jednog pravnog lica i eliminišu iz konsolidovanog obračuna. [3, str. 26]. U konsolidovanim bilansima iskazuju se samo iznosi iz odnosa sa trećim licima koja nisu uključena u krug konsolidovanja.

Načelo ekvivalencije nalaže postizanje što višeg stepena analogije kada se radi o metodama koje se koriste pri izradi bilansa pojedinačnih preduzeća i konsolidovanog bilansa. Drugim rečima, kako se radi u pojedinačnom bilansu tako treba raditi i u konsolidovanom. Međutim, može se javiti problem kako u bilansu grupe evidentirati transakcije koje mogu nastati, a koje ne bi ni postojale da je grupa pravno jedinstveno preduzeće. U ovim slučajevima načelo ekvivalencije zahteva oslanjanje na analogiju kako bi se postigla što je moguće šira ekvivalencija između bilansa pojedinačnih preduzeća i bilansa grupe.

Pri izradi konsolidovanih bilansa načela potpunosti i stalnosti imaju nešto drugačiju sadržinu nego što je pri sastavljanju bilansa pojedinačnih preduzeća. Kod pojedinačnih bilansa načelo potpunosti se obezbeđuje obuhvatanjem u bilansu stanja sve imovine i obaveza preduzeća, i u bilansu uspeha svih prihoda i rashoda koji se odnose na dati obračunski period. Kod izrade konsolidovanog bilansa načelo potpunosti ima izmenjenu sadržinu u smislu da se postiže uključivanjem u krug konsolidovanja odnosno u bilans grupe svih preduzeća koja pripadaju grupi kao ekonomskoj celini.

Primarni cilj načela stalnosti je formalna i materijalna uporedivost bilansa u sukcesivnim obračunskim periodima. Što se tiče pojedinačnih bilansa, to se postiže korišćenjem istog načina za raščlanjavanje, prezentiranje i procenjivanje pojedinih

bilansnih pozicija. Kod konsolidovanih bilansa načelo stalnosti podrazumeva kontinuitet u pogledu kruga i primenjenih metoda konsolidovanja. Na taj način se obezbeđuje vremenska uporedivost konsolidovanih obračuna odnosno stiče uvid u dinamiku konsolidovanih podataka u odgovarajućem periodu.

ZAKLJUČAK

Pre više od jednog veka usled promena u privrednom ambijentu javila se potreba da se obezbede informacije o finansijskom, imovinskom i prinostnom položaju grupe preduzeća kao celine. Kao rezultat ove potrebe nastali su konsolidovani finansijski izveštaji. Radi se o finansijskim izveštajima grupe koji su prezentovani kao da se radi o jedinstvenom ekonomskom subjektu, a radi zadovoljenja informacionih zahteva brojnih internih i eksternih korisnika.

Suština ovih izveštaja je eliminisanje internih učešća, internih potraživanja i obaveza, internih prihoda i rashoda i internih rezultata odnosno svih bilansnih pozicija koje su posledica međusobnih ekonomskih odnosa između udruženih članica. Sve iznose i salda koji proizilaze iz internih transakcija između članica grupe treba isključiti iz konsolidovanog obračuna. Drugim rečima, u konsolidovanim bilansima priznaju se samo iznosi i salda iz odnosa sa trećim licima koja ne ulaze u krug konsolidovanja.

Obaveza sastavljanja konsolidovanog obračuna vezuje se za grupe sa odnosima nadređenosti i podređenosti između članica odnosno grupe koje obuhvataju jedno matično odnosno nadređeno preduzeće i makar jedno zavisno, tj. podređeno preduzeće. U ovim grupama matično preduzeće ima kontrolu nad drugim preduzećem odnosno poseduje, direktno ili indirektno, preko zavisnih preduzeća, više od polovine glasačkih prava u pravnom licu. Na taj način, matično preduzeće je u mogućnosti da utiče na poslovnu i finansijsku politiku zavisnih preduzeća, a radi unapređenja sopstvenog poslovanja i realizacije sopstvenih interesa.

Pošto matično preduzeće ima obavezu da sastavlja konsolidovani finansijski izveštaj, ono treba i da, primenom odgovarajućih mera, obezbedi formalnu i materijalnu uporedivost pojedinačnih bilansa koji služe kao osnova za izradu konsolidovanih bilansa. Sem toga, pri izradi konsolidovanog obračuna moraju se uvažavati kako načela urednog bilansiranja koja važe za pojedinačne obračune, tako i načela koja važe samo za konsolidovani obračun kao što su: načelo fikcije pravne celine, načelo ekvivalencije, načelo potpunosti i načelo stalnosti.

BIBLIOGRAFIJA

1. Gray, S. & Needles, B. (2002) *Finansijsko računovodstvo – Ulaganja u okviru grupe, konsolidovani finansijski izveštaji i računovodstveno obuhvatanje efekata promene kurseva stranih valuta*, Sarajevo.
2. Međunarodni računovodstveni standard 27 - Konsolidovani i pojedinačni finansijski izveštaji, izvor: <http://mfp.gov.rs>
3. Negovanović, M. (2013): *Konsolidovani finansijski izveštaji*, Privredni savetnik br. 7, Beograd
4. Ranković, J. (1994): *Konsolidovanje godišnjeg zaključka*, Beograd: Ekonomski fakultet.

5. Rathore, S. (2009): *International accounting* (2nd ed.), New Delhi: PHI Learning Private Limited.
6. Slović, D. (2003): *Dinamička analiza bilansa*, Beograd: Fineks.
7. Walker, R. (2006): *Consolidated statements: A history and analysis*, Sydney: University Press.
8. http://womlib.ru/book/Accounting_Theory_And_Conceptual_Frameworks.pdf
9. http://www.ekof.bg.ac.rs/analiza_konsolidovanog_obracuna.doc
10. http://www.ekof.bg.ac.rs/Konsolidovani_obracun-ciljevi_premise_i_pravila_sastavljanja.doc

RESUME

Consolidated financial statements, as an accounting innovation, have emerged as a result of changes in the economic environment in the United States in the late 19th century. Then, economic conditions in the United States (rapid industrialization, dynamic economic development, forming of holding companies, etc.) has created the need for new kind of financial statements that should provide information about finance, assets and profits of the group as it would be a single company. As a result of this need, consolidated financial statements arose. Consolidated financial statements are financial statements of a group presented as a single economic entity in order to meet the information requirements of numerous internal and external users.

The essence of consolidated financial statements is to eliminate internal participations, internal receivables and liabilities, internal incomes and expenses and internal results, in essence to balance all items which are the result of mutual economic relations between group members. All amounts arising from internal transactions between group members should be excluded from the consolidated accounts. In other words, in the consolidated balance only recognizes the amounts from transactions with third parties that are not included in the scope of consolidation.

This paper deals with the obligation to prepare consolidated financial statements. The paper is devoted to determining when the company, along with individual balance, needs to prepare a consolidated balance. In this regard, we will process and determine the scope of consolidation, in essence which enterprises in addition to the parent company belong to the group for which the consolidated balance should be prepared. The paper examines the basis and assumptions for the preparation of the consolidated accounts, the formal and material comparability of separate balances, which are bases for preparation the consolidated balances, as well as the accounting principles to be followed during preparation.

Obligation to prepare consolidated accounts is linked to the group with the relations of dominance and subordination between members. A group includes the parent company and at least one dependent, i.e. a subordinate company. At these groups, the parent company has control over another company that owns, directly or indirectly through subsidiaries, more than half of the voting rights of an enterprise. Therefore, the parent company is able to govern the operating and financial policies

of subsidiaries in order to obtain benefits from their activities and to improve its own operations.

Since the parent company is required to prepare consolidated financial statements, it should also, using appropriate measures, ensure the formal and material comparability of separate balances, which are the basis for the preparation of consolidated financial statement. In addition, during the preparation of consolidated accounts, proper accounting principles must be applied for separate accounts, and also the principles which are applied only for consolidated accounts as well as the principle of legal entity fiction, the principle of equivalence, the principle of permanence and the principle of completeness.

GORA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Šerif Aga, MSc

Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
serif-aga@hotmail.com

Apstrakt

Svojom izrazitom alpskom prirodom i visokoplaninskim ambijentom, Gora i njena neposredna okolina po svom geografskom položaju i turističkoj ponudi podsjeća na poznatije evropske turističke centre. U radu su predstavljeni koraci koje treba implementirati u realnosti kako bi turizam u ovom kraju, pored stočarstva, bio glavna grana egzistencije domicilnog stanovništva. Posebna pažnja u radu je posvećena kulturnoj baštini regije Gora, strategiji, viziji, pravicima i SWOT-analizi razvoja turizma regije Gora.

Ključne riječi: Gora, geografski položaj, prirodni potencijal, turistička ponuda, kulturna baština, SWOT-analiza

GORA AS A TOURIST DESTINATION

Abstract

With its distinct alpine nature and high mountain environment, Gora and its immediate surroundings resemble famous European tourist centres by their geographical location and its tourism offer. This paper presents concrete steps to develop tourism in this area, which should be, in addition to livestock, be the main source of income. Particular attention is dedicated to the cultural heritage of the region of Gora, the strategy, the vision, direction and SWOT analysis of the development of tourism in the region of Gora.

Keywords: Gora, geographical position, natural resource, tourist industry, cultural heritage, SWOT-analysis

JEL codes: L83

UVOD

Gora je regija koja se nalazi na tromeđi Kosova, Albanije i Makedonije, dok će poseban akcenat analize biti stavljen na kosovski dio Gore. Regija Gora se nalazi na jugu Kosova između dveju granica susjednih država, Albanije (sa jugo-zapadne strane) i BJR Makedonije (sa jugo-istočne strane), na sjeveru se graniči sa regijom Opolje [8, str. 103], a od Prizrena je odvojena niskim pobrđem Cvilena [7, str. 233]. Ima površinu od 309,6 km², sa 14.000 stanovnika (2011), sa varijabilnim demografskim podacima, odnosno gustinom naseljenosti od 45 stanovnika po km², broji 17 sela. Zauzima južnu stranu Šar-planine i nalazi se na nadmorskoj visini od 750 do 2600 m. Administrativni centar ove regije je varošica Dragaš, koji administrativno-politički spaja regiju Gore sa regijom Opolje, koji zajedno čine

opštinu Dragaš. Područje Gore se kao rijetko koji kraj na Kosovu odlikuje velikim bogatstvom biodiverziteta i raznovršnošću šumskih, livadskih, rječnih, pašnjačkih i drugih ekosistema. Kičmu saobraćaja u području predstavlja jedan jedini regionalni put Prizren-Dragaš-Restelica i Dragaš-Brod. Zbog saobraćajno-geografskog i turističko-geografskog položaja, zatvorenosti, područje zaostaje u odnosu na već postojeće turističke destinacije (Brezovica na Kosovu i Mavrovo u Makedoniji).

Međutim, kosovski Nacionalni park „Šara“ (osnovan 1986. god.), još se ne prostire do teritorije Opštine Dragaš. Razvojni Program Ujedinjenih Nacija (UNDP), uz pomoć Vlade Finske, podržava Vladu Kosova i Opštinu Dragaš u procesu uključivanja dijela teritorije opštine Dragaš u Nacionalni park „Šara“ u površini od 22 000 he. Za vrijeme izrade naučnog rada, Vlada Kosova je donijela odluku o proširenju parka. Prema trenutnom stanju, dio teritorije Gore treba biti obuhvaćen Nacionalnim parkom „Šara“.

ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA

Postojeće privredno stanje Gore je po mnogim pokazateljima zabrinjavajuće, a u zadnje vrijeme mnogo ulažu se naponi za oživljavanje ovog područja. To je posljedica dosadašnjeg negativnog trenda razvoja koji su ograničavali i otežavali brojni naprijed izloženi limitirajući faktori. Dragaš kao opština je uvijek bio među najnerazvijenim opštinama u Srbiji, pa i na Kosovu. Njen nacionalni dohodak *per capita* je u toku 1989. godine bio sedam puta manji od istog u Srbiji [1, str. 212]. Također, stopa nezaposlenosti u regiji Gora iznosi više od 85%, što je također, jasan pokazatelj da ova regija spada u red nedovoljno razvijenih područja.

Od privrednih djelatnosti najrazvijenija je trgovina, zatim poljoprivreda (stočarstvo), i ugostiteljstvo, a u zadnje vrijeme mnogo se ulažu naponi za oživljavanje turizma i obezbjeđuju se uslovi za nesmetano oživljavanje ove privredne grane. Što se tiče finansijskog sektora nije dovoljno razvijen. Na opštinskom nivou trenutno egzistiraju filijale triju banaka i to: Poslovna Banka (BpB), ProCredit Banka i Raiffeisen Banka. Poljoprivreda i stočarstvo sa ekološkim proizvodima imaju potencijal za ekonomski razvoj, ali su ove grane izgubile svoj značaj kroz deagrarizaciju sela, napuštanje posjeda, zbog nedovoljne primjene modernih tehnologija, starenja domaćinstava, učestalih krađa stoke, smanjenja proizvodnje, nepostojanja tržišta i nedovoljne svijesti stanovništva o investiranju u ovim granama. Turistička privreda se nije razvijala u skladu sa potencijalima koje raspolaže ovo područje, a u posljednjoj deceniji investira se u rekonstrukciju i proširenje receptivnih kapaciteta, koji će omogućiti turističku ponudu.

PRIRODNI POTENCIJAL I TURISTIČKA PONUDA REGIJE GORA

U Gori postoje izvanredni prirodni i antropogeni uslovi za organizovanje raznovrsne turističke ponude i razvijanje raznih vidova turizma. Turistička privreda u Gori u dosadašnjem periodu nije se razvijala u skladu sa raspoloživim prirodnim i ljudskim resursima.

Geografski položaj, teren/reljef, klima, hidrografija, flora i fauna su najvrijednija bogatstva regiona Gora. Sve to predstavlja idealan preduslov za razvijeni turizam ovoga područja. U stvari, kada se turizam kao profitabilna privredna grana počeo razvijati na Kosovu, Dragaš je bio zapostavljen i skoro ništa nije ulagano u ovoj oblasti. Sada se preduzimaju sve moguće mjere za oživljavanje ove vrste privredne djelatnosti na ovom području. Stoljetne šume na Koritniku, raskošne livade i beskrajni pašnjaci prepuni raznovrsnim cvijećem, ljekovitim biljem, rijetkim vrstama divljači su samo neke zanimljivosti ovog regiona. Nerazvijeni planinski masiv Šar-planine je idealan za neprocjenjivu avanturu u prirodi [10, str. 37]. Relativno visoke količine padavina i vododržljive stijene uslovljavaju pojavu guste riječne mreže i bogatstvo u izvorima i površinskim vodama. Veliki broj izvora i potočića sa hladnom i bistrom vodom su poseban kolorit ovog predjela. Analiza prirodnih i antropogenih potencijala ukazuje da u Gori postoje izvanredno povoljni uslovi za razvoj turizma i organizovanje raznovrsne turističke ponude i zadovoljavanje heterogenih potreba savremenih turista. Prema tome, stvaranje kompleksne, savremene i moderno organizovane i adekvatno locirane receptivne osnove, turizam može postati bitna solucija privrednog i socijalnog razvoja ovog dijela Šar-planine. Turistička destinacija Gore sa svojim proizvodima za sada pruža uslove za zadovoljavanje pretežno rekreativnih i kulturnih potreba turista. Glavno obilježje ovdašnjem turističkom proizvodu daju prirodne turističke atrakcije.

Među njima se ističu:

- planine koje imaju nadmorsku visinu iznad 2000 metara, kao što su: Vraca, Rudoka, Čulje, Kaćina glava, Koritnik, Oblo, Bajrak, Abdaf, Krastaec, Crni Vrh i dr., sa prostranim pašnjacima, lovnom faunom, prirodnim ljepotama i izuzetnim reljefnim i florističkim diverzitetom;
- pogodni klimatski uslovi za razvoj više oblika turizma: zimskog, ljetnjeg, manifestacionog, lovačkog i ribolovačkog, ekskurzivnog i dr.;
- hidrografski potencijali (rijeke, izvori i jezera).

Za kulturni turizam najveće atrakcije predstavljaju slikoviti ruralni pejzaži, etnografski elementi, folklorni festivali i sakralni objekti.

Ljeti se turisti u Gori mogu prepustiti bliskom dodiru sa prirodom kroz organizovana pešačenja, rekreaciju, izlete, lov, ribolov i obilazak brojnih kulturno-historijskih spomenika ove regije. Turističko-rekreativni centar „Arxhena“ i hotel „Meka“ tokom cijele godine otvorene su za organizovanje seminara, simpozijuma, naučnih skupova i dr.

KULTURNA BAŠTINA GORE

Kultura kao duhovna i fizička vrijednost svakog naroda u Gori je prošla kroz različite faze. Kompletna kultura Gore naslanja se na islamsku kulturu i civilizaciju kao i primjese srodnih islamskih naroda, te konačno i na ostale paganske elemente iz davne prošlosti.

Osnovne karakteristike kulturnog nasljeđa regije Gora ogledaju se u sljedećem:

- proizvod je lokalnog, odnosno autohtonog neimarstva, te sadrži određene specifičnosti po kojima se razlikuje od kulturnih naslijeđa drugih krajeva, npr. Prizrena.
- održava prisustvo različitih civilizacija i etničkih zajednica, ali sa dominacijom tursko-istočnjačkih uticaja,
- najveći dio tog naslijeđa nije sačuvan u svom autentičnom obliku, što umanjuje njegove vrijednosti.

Glavne svečanosti koje bi mogle da se iskoriste, ne samo da privuku turiste nego i da pomognu zaštititi kulturnog naslijeđa, su: sakralni objekti, nošnja [3], svadbeni običaji, festivali (Đurđevdan, Prolječni dan i dr.), pehlivani, konjske trke, šarplaninci i dr..

VIZIJA TURIZMA REGIJE GORE

Vizija razvoja turizma Gore treba da se ogleda u sljedećem:

- Kroz adekvatno korištenja raspoloživih prirodnih potencijala, koje neće ugroziti kvalitet životne sredine, povećati bogatstvo i stvoriti bolje uslove za poboljšanje životnog standarda stanovništva;
- transformacijom privrede, kroz razvoj turizma, poljoprivrede i drugih djelatnosti, omogućiti brži ekonomski i društveni razvoj;
- razvojem turizma povećati komunikativnost, ekonomski i kulturni napredak lokalnog stanovništva;
- voditi računa da razvoj ne ugrozi ekološko stanje životne i prirodne sredine;
- stvoriti uslove za kvalitetnije obrazovanje i zapošljavanje mladih ljudi.¹

PRAVCI RAZVOJA TURIZMA

Turizam kao nova privredna grana koja se tek budi na prostoru Gore, mora aktivno i konceptualno osmisliti njen budući razvoj. S obzirom da se na opštinskom nivou ulažu napori u razvoj ove privredne grane i dalje se očekuje velika podrška od strane UNDP-a, tako da Dragaš postane turistička destinacija koja će se nositi sa turističkim destinacijama u okruženju (Brezovica i Mavrovo), te da opština izađe iz aktuelne krize i postane održiva i likvidna.

Da bi strategija bila ispunjena potrebno je:

- otkloniti opšte nepovjerenje u nelikvidnost poslovanja privrednih subjekata na ovom području, posebno turističko-ugostiteljskih, poljoprivrednih, industrijskih i dr.;
- ubijediti potencijalno zainteresovane investitore za ulaganje na ovom području;
- objektivno izmjeriti vrijednost raspoloživih resursa za razvoj turizma i predočiti kvantitativne pokazatelje ekonomskog razvoja područja [6, str.159];

¹ Autor je u fazi izrede Strategije razvoja turizma opštine Dragaš učestvovao na panelu održanom septembra mjeseca 2011. god., u Ulcinu, te insistirao da se uzmu u obzir prijedlozi koje je iznio, kako bi pomogao radionici da dođe do efikasnih vizija.

- obezbjediti adekvatnu infra i suprastrukturnu opremljenost koja će omogućiti turističku funkcionalnost prostora tokom cijele godine;
- ambijentalnom oblikovanju turističkih zona, maksimalno poštovati autentične prirodne i kulturne vrijednosti i tradiciju ovog područja;
- oživjeti ruralne zone i uključiti ih u savremene tokove razvoja, zaustaviti proces iseljavanja i demografskog starenja sela, zaštititi i unaprijediti životnu sredinu i dati doprinos podizanju standarda i kvaliteta života domicilnog stanovništva;
- ostvariti svestranu međuzavisnost sa poljoprivredom, domaćom radinošću, malom privredom [2, str. 198], kulturom i drugim turizmu komplementarnim djelatnostima s ciljem racionalnog korišćenja prirode.

SWOT ANALIZA RAZVOJA TURIZMA I PRIVREDE UOPŠTE

SWOT analiza prednosti, nedostataka, opasnosti i šansi za održivi razvoj na ovom području i opštini je nezaobilazna pri utvrđivanju strategije tog razvoja. Pored internih faktora (prirodnih, kulturnih, privredni i ljudski potencijali), na razvoj turizma utiču i eksterni faktori ili faktori iz okruženja, kao što su smanjenje ili gubitak domaćeg i stranog tržišta, globalna finansijska kriza, protekcionizam, preusmjeravanje robne i turističke tražnje u druge destinacije, kupovna moć stanovništva i dr. Na osnovu SWOT analize, data je ocjena mogućnosti održivog razvoja u opštini Dragaš sa gledišta integralnog pristupa za čitavo područje opštine.

Tabela 1. SWOT analiza

PRILIKE	OPASNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - -Ekološki zdrava sredina, - -Geografski položaj, - -Divlja priroda očuvana u znatnom dijelu područja, - -Neponovljive estetske vrijednosti planinskog pejzaža, - -Graničenje područja sa dvije susjedne države, međugranična saradnja, - -Unapređenje školskog obrazovnog sistema i sistema osposobljavanja za potrebe turizma, - -Nastavak integracionih procesa sa Evropskom unijom, - -Rastuća međunarodna tražnja za turizmom koji je orijentisan na prirodu, - -Značajni ali nedovoljno iskorišćeni potencijali za razvoj turizma, poljoprivrede i stočarstva, - -Povoljni uslovi za proizvodnju ekološki zdrave hrane, - -Povećanje broja smeštajnih kapaciteta- 	<ul style="list-style-type: none"> - -Emigracija stanovništva, - -Nerazvijena komunalna i turistička infrastruktura, - -Posljedice svjetske finansijske i ekonomske krize, - -Zatvorenost područja i dosta izražena saobraćajna izolovanost sela, - -Skromno tržište turističke tražnje u susjednim zemljama zbog njihove nedovoljne razvijenosti, - -Ekološko zagađenje, ekološki problemi i opasnost od ekološke katastrofe, - -Uticaj klimatskih promjena, posebno na poljoprivredu i turizam, - -Nedostatak smještajnih kapaciteta za masovni turizam, - -Previsoke cijene usluga u odnosu na standard, - -Neobjektivna turistička propaganda, - -Nepostojanje svesti građana o razvoju ovog područja,

<ul style="list-style-type: none"> - hotela, motela, apartmana, - Kreiranje i realizacija turističkih programa za cjelogodišnji odmor, - Realizacija turističkih programa za zadovoljavanje rekreativnih potreba u prirodi za tematske sadržaje, - Razvoj programa za klimatsko liječenje na planinama i šumskom ekosistemu, - Prezentacija programa na bazi tradicije, kulture i historije, - Modernizacija postojećih i izgradnja novih puteva, - Razvoj komplementarnog turizma planina-more, grad-planina. 	<ul style="list-style-type: none"> - Orijentacija na jednosezonski turizam i jedan vid ponude, - Napuštanje poljoprivredne proizvodnje i stočarstva na selu, - Učestalost krađa stoke, - Česti prekidi saobraćaja usljed zimske sezone, zbog sniježnih nanosa i neredovnog čišćenja, - Ekspanzija divlje gradnje i njeno nesprečavanje, - Nepovoljan ambijent za investitore.
---	---

ZAKLJUČAK

Suština vizije razvoja turizma u regionu Gora treba se sastojiti se u sljedećem:

- Kroz adekvatno korišćenje raspoloživih prirodnih potencijala koji neće ugroziti kvalitet životne sredine povećati bogatstvo i stvoriti bolje uslove za poboljšanje životnog standarda stanovništva;
- Transformacijom privrede, kroz razvoj turizma, poljoprivrede (stočarstva) i drugih djelatnosti omogućiti brži ekonomski i društveni razvoj;
- Razvojem turizma povećati komunikativnost, ekonomski i kulturni napredak lokalnog stanovništva;
- Voditi računa da razvoj turizma ne ugrozi ekološko stanje životne i prirodne sredine;
- Stvoriti uslove za kvalitetnije obrazovanje i zapošljavanje mladih ljudi.

Uprkos izazovima sa kojima se Gora suočava, regija ima ogroman turistički potencijal koji proističe iz prirodnih karakteristika, seoskog života i kulturnih različitosti. Strategija prirodnog turizma koja naglašava veze između prirode i ruralnog planinskog gostoprimstva pruža ne samo najkonkurentniju turističku ponudu kojom Dragaš raspolaže, nego isto tako nadograđuje prirodne vrijednosti regiona koje će pomoći smanjenju troškova ulaganja. Regija Gora je neistraženo područje ispunjeno mogućnostima za razvoja turizma.

Turizam i poljoprivreda (stočarstvo), treba da prednjače u ukupnom ekonomskom razvoju područja i da omoguće veće zapošljavanje, bolju valorizaciju raspoloživih resursa, revitalizaciju sela, poboljšanje standarda, uslova života i rada stanovništva, povećanje društvene radinosti građana.

BIBLIOGRAFIJA

1. Adamović J., i Đoković V. (1997), *Geografski institut „Jovan Cvijić“ SANU*, Beograd.

2. Ćukić D. (1997), Priština, *Karakteristike razvoja turizma*, Šarplaninske župe Gora, Opolje i Sredska, SANU, Geografski institut „Jovan Cvijić“, Knjiga 40/III, Beograd.
3. Çoruhlu T. (2007), *Gora- halk sanatları*, Istanbul.
4. ECNC-European Centar for Nature Conservation. (2011), *Lokalni Plan Delovanja Biodiverziteta Opštine Dragaš 2011-2015*, Dragaš.
5. *Feasibility Study on establishing a transboundary protected area Shar/Šarplanina – Korab – Dešat*. UNEP Vienna – ISCC, 2010.
6. Vujić T. (2009), *Planiranje marketing aktivnosti turističke destinacije*, Turizam i hotelijerstvo; Beograd.
7. Lutovac M. (1948), *Gora i Opolje-Antropogeografska proučavanja*, *Srpski etnografski zbornik*, knj. LXIX 35, Beograd.
8. Mastilović M. (1990), *Geografski Atlas za osnovne i srednje škole*, Zavod za kartografiju, Geokarta, Beograd.
9. Nacrt prostornog plana NP Šar-planina (2009), Institut za prostorno planiranje, MŽSPP, Priština.
10. Neiman M. (2010), *Vodič za neotkrivenu lepotu*: UNDP Kosovo – Dragaš.
11. Nikolić S. (1994), *O problemima razgraničenja Republike Srbije i BJRMakedonije na prostoru Šar planine*, Zbornik radova Vojnogeografskog institute, Beograd.
12. Opštinska kancelarija za povratak (2010), opštine Dragaš.
13. *Report on the State of Nature 2008-2009*, KEPA, Priština, 2010.

RESUME

The paper discusses the region of Gora, which is located between the borders of Kosovo, Albania and Macedonia, while special emphasis is placed on the analysis of the Kosovo part of Gora. The mentioned section has an area of 309.6 km² and 14.000 inhabitants (2011), with varying demographics and a population density of 45 inhabitants per km² and 17 settlements. It occupies the south side of Shar Mountain and is located at an altitude of 750 to 2600 m. The administrative center of this region is the small town of Dragash, which administratively and politically connects the region Gora with the region of Upper Opolje, which together make up the municipality of Dragash. The area of Gora is characterized by high biodiversity richness and diversity of forest, grassland, river and other ecosystems. The area is included in the national park "Shara". The current economic situation of Gora, according to many indicators, is worrying. The unemployment rate in the region of Gora is more than 85%, which is also a clear indication that the region belongs to the group of underdeveloped areas, and more recently, efforts have been made to revive the area. The most developed economic activity is trade, then agriculture (livestock), catering, and more recently efforts have been made to revive tourism and other economic sectors. In Gora, there are extraordinary natural and anthropogenic conditions for organizing various tourism and developing various types of tourism. The whole culture is adjacent to Islamic culture and civilization as well as the related impurities Islamic nations, and finally to other pagan elements from the ancient past. Based on the SWOT analysis, opportunities are presented for a sustainable development in the municipality of Dragash from the viewpoint of the entire territory of the municipality. Despite the challenges faced in Gora, the region has an enormous tourism potential that derives from the natural characteristics of

rural life and cultural diversity. The strategy of nature tourism that emphasizes the connection between nature and rural mountain hospitality provides the most competitive tourist offer of Gora, which has, but also builds on the natural values of the region that will help reduce the investment cost. Gora region is an unexplored territory filled with opportunities for tourism development. Tourism and agriculture (livestock), should pave the way in the overall economic development of the area and provide more employment, better evaluation of available resources, the revitalization of villages, improving standards of living and working conditions of the population.

STRATEŠKI PRAVCI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U ROŽAJAMA

Nedžad Kalač

Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
nedzo.k@live.com

Apstrakt

Svi relevantni pokazatelji o dosadašnjem razvoju turizma u Rožajama ukazuju da turizam predstavlja propuštenu šansu jer dosadašnji nivo turističke valorizacije lokalnih planina i rijeka nije zadovoljavajući. To se posebno odnosi na stanje posle devedesetih godina prošlog vijeka, kada su ratni, politički i ekonomski događaji negativno uticali na turizam uopšte, a samim tim i na turizam u opštini Rožaje. Ovakvo stanje se u izvjesnoj mjeri može popraviti razvojem turizma, posebno ruralnog turizma zbog komparativnih prednosti koje posjeduje teritorija opštine Rožaje.

Ključne riječi: turizam, ruralni turizam, strategija, Rožaje, Crna Gora

STRATEGIC DIRECTIONS OF THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN ROZAJE

Abstract

All relevant factors about the development of tourism of Rozaje up to now have shown that tourism is a missed opportunity, because the current level of tourist valorisation of the local mountains and rivers is not satisfactory. This especially applies to the situation after the 1990s, when war, political and economic events adversely affected tourism in general, and consequently the tourism in the municipality of Rozaje. This situation can, to some extent, be remedied by the development of tourism, especially rural tourism, due to the comparative advantages that the territory of the municipality Rozaje has.

Keywords: tourism, rural tourism, strategy, Rozaje, Montenegro

JEL codes: L83

UVOD

Turizam se danas može smatrati jednom od privrednih djelatnosti u svijetu čiji dalji rast se može očekivati. [10] Razvoj svakog turizma je određen prije svega prirodnim i geografskim karakteristikama, kao i kulturnim, uz odgovarajući razvoj i angažovanje ljudskog faktora.

Za mnoge razvijene zemlje turizam predstavlja značajan izvozni proizvod koji je između ostalog i generator novog zapošljavanja. Turizam zbog svoje prirode i karakteristika obuhvata širok splet pojava koji nastaju prije, za vrijeme i nakon

turističkog putovanja, a u svojoj realizaciji zadire ne samo u ekonomski, već i u ekološki i socijalni aspekt života.

U brojnim analizama i projekcijama na duži rok turizam se ocjenjuje kao jedna od najdinamičnijih pojava, a njegov značaj u razvoju svjetskog stanovništva i razvoju svjetske privrede, neprocjenjiva. [11] Prognoza „Turističke vizije 2020“ Svjetske turističke organizacije predviđa da će međunarodni dolasci dostići 1,56 milijardi do 2020. godine odnosno ostvariti promet od oko 2 biliona američkih dolara što jasno dokazuje važnost turizma.

Zbog izuzetnog značaja turizma i njegovog uticaja na sve sfere privrede i društva, a znajući da osnova svakog turizma leži u biološkoj potrebi čovjeka koja se oslikava kroz njegovo kretanje u prostoru, na osnovu toga zaključujemo da bi ljudi morali biti u fokusu interesovanja svih turističkih organizacija. Dakle, u turizmu je izuzetno važan odnos sa potrošačima zato što je tražnja dominantna na tržištu, a primjena koncepcije marketinga kao tržišne koncepcije mora biti imperativ svakog poslovnog uspjeha.

S druge strane, usled mogućnosti uzajamnog komuniciranja velikog broja zainteresovanih segmenata potrošača posredstvom interneta, isti značajno utiče na formiranje, održavanje ili promjenu imidža.

Turizam je bez sumnje najjača industrija svijeta, za mnoge zemlje značajan izvozni proizvod i generator novog zapošljavanja radne snage. Obuhvata širok splet pojava i odnosa koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja, a u svojoj realizaciji zadire ne samo u ekonomski, već i ekološki, socijalni i kulturni aspekt života.

Predmet ovog rada će biti koji su prirodni potencijali sa kojim raspolaže teritorija opštine Rožaje, i kako da se ti potencijali valorizuju i adekvatno iskoriste kako od strane turista tako i stanovništva, jer smo svjedoci da se nije iskoristilo ni minimum od prirodnih potencijala sa kojima raspolaže ova opština.

Svrha rada je upravo da naglasi potrebu realizacije i isporučivanja turističkog proizvoda kao cjeline, onako kako ga doživljava posjetilac.

Opšta hipoteza rada je teritorija opštine Rožaje raspolaže svim potrebnim resursima na osnovu kojih bi mogla postati značajna turistička destinacija, a posebno u sferi ruralnog turizma. Cilj rada je da ukaže na to da turizam, a posebno ruralni na ovom prostoru, posebno promoviše održivost koja se temelji na očuvanju životne sredine što je u budućnosti prioritet društva u cjelini.

U strukturnim analizama i dugoročnim projekcijama turizam se ocjenjuje kao jedna od najdinamičnijih pojava s gotovo neprocjenjivom važnošću za razvitak svjetske ekonomije.

Uprkos velikim oscilacijama u svjetskoj ekonomiji i raznim događajima koji narušavaju globalnu stabilnost, turizam pokazuje fascinantnu otpornost na promjene u ekonomskom i društvenom okruženju, što dokazuje činjenica da dosad nisu zabilježene negativne stope rasta.

PRIRODNI RESURSI ROŽAJA

GEOGRAFSKI POLOŽAJ I ADMINISTRATIVNO-TERITORIJALNO PODRUČJE

Rožajsko područje nalazi se na sjevernoistočnom dijelu Crne Gore odnosno na tromeđi Srbije, Crne Gore i Kosova, i obuhvata prostor od 417 km² u kojem živi preko 23.000 stanovnika. Reljef područja opštine je planinski sa visokom nadmorskom visinom i kao takvo se može svrstati u visokoplaninske oblasti sa određenim specifičnostima. Sam grad nalazi se na 1006m nadmorske visine, kojeg okružuju planinski vrhovi, Hajla 2403 m, Štedim 2272 m, Žlijeb 2365 m i Rusulija 2382 m. Rožaje karakteriše dobra saobraćajna povezanost, kroz opštinu prolazi magistralni „Ibarski put“, koji povezuje Rožaje sa Beranama, Kosovskom Mitrovicom i Novim Pazarom, najbliža željeznička stanica je Bijelo Polje, dok je najbliži funkcionalni aerodrom u Podgorici.

KLIMATSKE KARAKTERISTIKE

Klima predstavlja jedan od glavnih faktora koji u većoj mjeri privlače ljude na putovanje.

Po geografskom položaju, razvijenosti reljefa i nadmorskoj visini, ovo područje pripada kontinentalnom tipu klime sa izrazito planinskim odlikama. Zbog visokih planina koje ga okružuju, rožajsko područje ima po malo specifičnu, planinsku klimu, mali broj dana sa vjetrovima smanjene jačine, smanjenu oblačnost i rijetku maglovitost.

U centralnom dijelu je relativno mala količina padavina, ali na visokim planinama izručuju se velike količine vodenog taloga i sniježni pokrivač koji se dugo zadržava. U Rožajama prosječna godišnja visina padavina iznosi oko 900 mm, najveću količinu padavina ima mjesec maj, oko 111,3 mm, a najmanju avgust 49,4 mm. [6]

KULTURNO ISTORIJSKO NASLEĐE ROŽAJA

Vrijeme nastanka Rožaja ne može se tačno utvrditi, ali je pouzdano ustanovljeno da je naselje pod imenom Rožaje u jednom turskom pisanom izvoru zabilježeno 1571. godine, dok se istoimena tvrđava pominje u turskom popisu iz 1640. godine, međutim, po turskom istoričaru Hameru, naselje Rožaje je utemeljeno 1683. godine. U osmanlijsko doba, naselje nastalo oko utvrđenja zove se „Trgovište“ i to ime nosi sve do 1912. godine po jednom tumačenju kojeg podržava većina, grad je dobio ime po imenu starog utvrđenja „Rogaje“, a francuski putopisac Ami Bue ime Rožaje izvodi iz riječi „rog“ po krečnjačkim krakovima koji se nalaze ispod Ganića krša. Arheološka nalazišta svjedoče o ljudskim naseobinama iz prastarih vremena, čak i prije nove ere, prije dolaska Slovena ovdje su boravili Iliri i Rimljani. U srednjem vijeku područje Rožaja i Bihora predstavljalo je središnji dio srednjovekovne države Raške. Dokaz za to su arheološki nalazi Grac, Gospodin vrh, Gradina, Bačevac,

ostaci crkava i manastira, isposničke pećine, stara groblja, u narodu poznata kao latinska i grčka.

Brojni spomenici i materijalne kulture iz srednjeg vijeka i turskog doba, a najznačajniji među njima su; zavičajni muzej „Ganića kula“, Crkva ružica u suhom dolu, crkva gospodin vrh na istoimenoj planini, zadužbina Jelene Anžijske, žene Uroša I Nemanjića, Kurtagića džamija koju je 1697. godine podigao sultan Murat II, Kučanska džamija sagrađena 1830. godine, Ganića kula sagrađena u prvim godinama XIX vijeka.

U Rožajama pored osnovnih djeluju i dvije srednje škole Gimnazija i Mješovita srednja škola. Za organizovanje kulturnog života i kulturnih manifestacija zadužen je centar za kulturu koji pored ostalog, izdaje časopis „Rožajski zbornik“, organizuje promocije knjiga, likovne izložbe a posebno izložbe slika zavičajnih slikara okupljenih u udruženju „Kula“. U okviru Centra za kulturu nalazi se i narodna biblioteka. Već gotovo dvije decenije Centar za kulturu svakog marta organizuje renomirani festival dječije pjesme „Zlatna pahulja“. U zimskom periodu se održavaju kulturne, zabavne i turističke manifestacije pod zajedničkim imenom „Vrela zima u brdima“. [13]

TURIZAM KAO PRIVREDNI FENOMEN XXI VIJEKA

Autori imaju različita gledišta na kretanje turizma u budućnosti. Neki autori daju dosta pesimistička, odnosno optimistička predviđanja razvoja turizma u narednom periodu. Ipak, svi se slažu u svojim prognozama, da turizam u budućnosti zavisi od razvoja graničnih područja.

Veličina i struktura stanovništva, ekonomski potencijal, tehnološke inovacije, politička i kulturna kretanja predstavljaju najčešće navedene faktore od kojih zavise pravci razvoja turizma u navedenom periodu.

U periodu od 1975. do 2000. godine stopa rasta turističke djelatnosti bila je za 35% brža os stope rasta svjetskog BDP. Turizam predstavlja jedan od najvećih svjetskih privrednih djelatnosti, čija je prosječna stopa rasta do 2000. godine iznosila 7%, koji u svjetskom BDP obuhvata 11%, zapošljava 9% svih zaposlenih u svijetu i predstavlja 8% svjetskog izvoza.

Prema podacima Svjetske turističke organizacije, turistička djelatnost u Evropi zapošljava približno 8 miliona ljudi, i većina je zaposlena u sektoru malih i srednjih preduzeća. Evropa ima važnu ulogu u svjetskom turizmu i promet u turističkoj djelatnosti u 2003. godini iznosio je 467 milijardi USD. Po svijetu je putovalo 697 miliona ljudi, od čega je u Evropi bilo 403 miliona putnika, što predstavlja 58% svih putnika u svijetu.

Što se tiče prometa iz turizma, on je neravnomjerno raspoređen u pojedinim regionima Evrope. Naime, 87% prihoda koncentrisano je u 12 zemalja, dok ostale 34 države ostvaruju svega 13% Evropskih prihoda od turizma. Najveću stopu rasta turističke djelatnosti u Evropi su, prema podacima STO u poslednjim godinama, imale regije Južne Evrope i Sredozemlja, prva zbog smirenja krize na Kosovu, druga zbog visokog turističkog rasta Turske.

Prema dugoročnim predviđanjima STO, do 2020. godine ostaju 3 velike regije: Evropa (predviđa porast za 717 miliona turista), Azija i Pacifik(397 miliona) i SAD (282 miliona). Očekuje se pad udjela vodeće Evrope u ukupnom broju turista sa 60 na 46%, s jedne strane, a sa druge, porast broja turista u azijsko-pacifičkom dijelu na 25% ukupnog broja turista u svijetu. U okviru Evrope očekuje se da će regije Centralne i Istočne Evrope rasti brže od regije Zapadne Evrope. [9]

TURIZAM U BUDUĆEM PRIVREDNOM RAZVOJU ROŽAJA

Glavnu hipotezu ovog rada zasnivali smo na hipotetičkoj tvrdnji da turistička destinacija ovog kraja svojim povoljnim geografskim položajem, atraktivnim prirodnim i antropogenim resursima, perspektivnom saobraćajnom i urbanom infrastrukturom, raznovrsnim smeštajnim kapacitetima, bogatom ugostiteljskom i trgovinskom ponudom, zdravom prirodnom vodom i hranom, domaćim kulinarski specijalitetima, tradicionalnim gostoprimstvom ljudi ovog kraja, daje realnu osnovu za razvoj turističke destinacije kako ljetnjem tako i zimskom periodu. Međutim, iako ovaj kraj ima široku lepezu kvalitetnih resursa, neophodni su novi smeštajni i ugostiteljski kapaciteti. Izgradnja i renoviranje turističkih kapaciteta, investiranje u znanje i stručnost zaposlenih, uvođenje i razvoj sistema kvaliteta poslovanja, jačanje marketinških aktivnosti, uvođenje savremenih turističkih programa, spadaju u ključne generatore, tj. nosioce daljeg razvoja i garancije uspjehnosti ove turističke destinacije.

Sve ovo dalje vodi ka većem broju domaćih i stranih gostiju, povećanju njihovog prosječnog zadržavanja, kao i povećanje njihove potrošnje, što je generalno i cilj svake turističke destinacije.

Opšte je poznato da se današnja svetska konkurencija u turizmu više ne rukovodi kriterijumima proizvoda i kvaliteta turističke ponude u užem smislu. U vrijeme globalnih konkurencija i sveopšteg pristupa informacijama, tehnologije razvoja proizvoda i različitih vrsta turističkih ponuda su svima dostupne, pa se lako i brzo kopiraju. Današnje ozbiljne turističke politike, koje su vođene na principima ekonomije iskustva, sve su više usmjerene na izgradnju i njegovanje kapitalnih dugoročnih strateških potencijala iza kojih stoje različite ponude i proizvodi koje je znatno teže kopirati, te koji, usled toga, predstavljaju strateške resurse za uspjeh u budućnosti.

Strateške potencijale Rožaja zato možemo definisati kao:

- pozitivan odnos samog stanovništva prema turizmu, otvorenost, urođeno gostoprimstvo i jak pozitivan odnos koji gost dobija kao rezultat svog boravka u ovoj oblasti,
- geostrateški položaj cjelokupnog područja na tromeđi Crne Gore, Srbije i Kosova, kao i planina koje ga okružuju, predstavlja još uvijek neotkrivenu turističku destinaciju u Evropi,
- nedirnuta prostranstva planina, šuma, agrarnih područja, lovno-ribolovnih zona, čije slike stvaraju prepoznatljivi imidž jedinstvenog i kontrastima bogatog pejzaža,

- na međunarodnom tržištu još uvijek nema svijesti o Rožajama kao turističkoj destinaciji, najviše usled nedostatka finansijskih sredstava i nedostatka organizacije oko formulisanja javnog brenda koji će ovaj grad definisati i promovisati.

RURALNI TURIZAM KAO BITNA ODREDNICA RAZVOJA TURIZMA

Ruralni prostor je osnov za razvoj ruralnog turizma. Ruralni turizam je u isto vrijeme i stara i nova pojava. Interesovanje za rekreaciju u seoskim predjelima počelo je da raste već u 19. vijeku kao reakcija na pritisak rastuće urbanizacije i industrijalizacije.

Danas broj turista koji se uključuju u ovaj vid turizma sve više raste i on se razvija u svim tipovima seoskih predjela. Ova vrsta turizma uključuje širok opseg aktivnosti, usluga i zadovoljstava obezbijedenih od strane poljoprivrednika i seljaka da bi privukli turiste u njihovu oblast u cilju stvaranja dodatnog prihoda. Ako se prihvati ovaj koncepta agroturizma, on podrazumijeva ne samo turizam na seoskim domaćinstvima ili agroturizam, već i određene odmore u prirodi, izlete u seoske predjele i boravišni turizam i usluga osim smještaja uključuju i manifestacije, festivali, rekreacija, proizvodnju i prodaju ručnih radova i zanatskih i poljoprivrednih proizvoda.

Ruralni turizam uključuje posjete nacionalnim parkovima i parkovima prirode te ostaloj baštini u ruralnom prostoru, zatim panoramske vožnje, uživanje u ruralnom predjelu i boravak na turističkim seoskim domaćinstvima. Naziv „Ruralni turizam“ prihvaćen je u mnogim zemljama „Ruralni tourism“ (Engleska), „Tourisme rural“ (Francuska), „Turismo rurale“ (Italija). [2] Prema pojedinim autorima ruralni turizam obuhvata veliki broj pojava oblika kao: agroturizam, zavičajni, sportsko-rekreativni, avanturistički, zdravstveni, edukativni, kulturni, vjerski, lovni, ribolovni, vinski, aktivnosti u prirodi, eko-turizam i dr. [7]

Agroturizam se često koristi da opiše sve turističke aktivnosti u ruralnim predjelima (npr. festivali, muzeji, zanatske izložbe i dr. kulturne manifestacije), ali se uobičajenije odnosi na turističke proizvode koji su direktno za poljoprivrednu/agraru sredinu i poljoprivredne proizvode ili za vidove boravka kao što su boravak na farmi bilo u sobi ili u vidu kampovanja, obroci, rekreativne aktivnosti i prodaja poljoprivrednih proizvoda i ručne radinosti. [4]

Termin „ruralni turizam“ je prihvaćen od strane Evropske unije i odnosi se na sve turističke aktivnosti u ruralnim predjelima. Seoski kapital je osnova razvoja sela, seoskih naselja i pijačnih gradova. U tabeli 1. su prikazani elementi seoskog kapitala.

Tabela 1. Sastavni elementi seoskog kapitala

PEJZAŽ
BILJNI I ŽIVOTINJSKI SVIJET
BIODIVERZITET
GEOLOGIJA ZEMLJIŠTA

VAZDUH I KVALITET VAZDUHA
ŽIVICA I OGRAĐIVANJE POLJA
POLJOPRIVREDNE GRAĐEVINE
RURALNA NASELJA
ISTORIJSKE KARAKTERISTIKE, OSTACI INDUSTRIJE
STAZE, PUTEVJI, ULICE I PUTEVI
POTOCI, RIJEKE, BARE I JEZERA
VODA I KVALITET VODE
LOKALNI OBIČAJI, JEZICI, NOŠNJE
HRANA, ZANATI, FESTIVALI, TRADICIJE

PRIMJERI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U POJEDINIM ZEMLJAMA

Jedan od najpoznatijih primjera u razvoju ruralnog turizma i ruralnih područja jesu Alpi.

U Austriji je uključeno preko 300 sela u turističkoj ponudi, što je omogućilo da ova zemlja kao kontinentalna, bez izlaska na more, ima prihod 7 mlrd. dolara od turizma. Izuzetan devizni priliv od turizma koji ostvaruju kako Austrija tako i Švajcarska nastao je oslanjajući se na smeštajni potencijal seoskih domaćinstava i ulaganja u njegovu modernizaciju i izgradnju.

Na primjer, turizam u selu u Velikoj Britaniji se vezuje na tzv. farmerske kuće. Irska je najviše napredovala u odnosu na ostale zemlje Evrope u ponudi ruralnog turizma, a Španija ne zaostaje mnogo za Irskom. Njihova ponuda je raznovrsna, od kurseva kulinarstva lokalne kuhinje upoznavanja sa biljnim i životinjskim svijetom, otkrivanja autentične ruralne kulture do učenja lokalnih zanata i praktičnih savjeta koje turisti mogu da primjenjuju ukoliko su iz sličnog podneblja. [7, str. 38, 39]

RURALNI TURIZAM U HRVATSKOJ

Ruralni turizam u Hrvatskoj se nalazi na početnoj pionirskoj fazi, a to je posledica preterane usmjerenosti Hrvatskog turizma na primorske prostore. Ruralna područja Hrvatske čine oko 90% ukupnog stanovništva države, i u njima živi oko 47% ukupnog stanovništva.

To su područja, još od sredine 19. vijeka, a posebno tokom realsocijalističkog perioda od sredine 1956-1990. godine, tranzicijom u poslednjih desetak godina, bila izložena degradacijskim procesima koji su dovele do praga izumiranja selosnog elementa ruralnog prostora. Bez obzira na prirodu i kulturološku atraktivnost Hrvatskog ruralnog prostora, ruralni turizam, posebno onaj na turističkim seoskim domaćinstvima, razvija se vrlo sporo u odnosu na potražnju i ponudu u susjednim zemljama.

Osnovni uzrok tome je vrlo mali i usitnjen seljački posjed u Hrvatskoj, na kojem se ne može organizovati isplativa poljoprivredna proizvodnja, a još manje pružanje turističkih usluga kao dodatne djelatnosti, zatim nerazvijena komunalna i društvena infrastruktura, i na kraju, nedostatak državnog interesa, podsticaja i značajnije

podrške za turistički razvoj kontinentalnog dijela zemlje, koji je ostao u sjenci primorskog dijela zemlje.

Osim toga, za razvoj ruralnog turizma nisu dovoljna samo turistička seoska domaćinstva i drugi smeštajni objekti u ruralnom prostoru, već je potrebna i ostala ugostiteljska infrastruktura od restorana do vinskih podruma, potrebne su uređene turističke atrakcije, osmišljene pješačke staze, biciklističke staze, ukratko, potrebne su osmišljene i organizovane ruralne turističke destinacije.

RURALNI TURIZAM U CRNOJ GORI

Crna Gora raspolaže brojnim resursima za razvoj svih vrsta turizma, uz uključivanje privrednih, vanprivrednih djelatnosti, koje imaju interes za razvoj turizma, turizam bi trebalo da postane jedan od generatora razvoja republike i rasta ukupnih ekonomskih aktivnosti.

Crna Gora, naročito sjeverni dio, ima izuzetno povoljne uslove za razvoj planinskog turizma, odnosno ruralnog. Prije svega, to su posebno povoljni uslovi očuvane prirode, kontinentalna klima, čist vazduh, nezagađene rijeke i jezera, bogata flora i fauna, a ove pogodnosti su naročito izražene u brdsko planinskim predjelima.

Boravak u prirodi pruža turistima mogućnost za šetnje, rekreaciju, bavljenje sportom, jahanje, planinarenje, branje šumskih plodova i ljekovitog bilja i druge rekreativno zabavne aktivnosti u prirodi. Turisti koji za to pokazuju interesovanje mogu se uključiti u obavljanje poljoprivrednih radova. Takođe je moguće organizovano posjetiti razne izložbe koje se organizuju u okruženju, posebno slikara, kao i turističke manifestacije i tradicionalne priredbe preko kojih se upoznaju narodni običaji i obeležja seoskog života.

Razvoj turističke djelatnosti u selima Crne Gore nema dugu tradiciju, jer se organizovaniji promet turista na ovim prostorima počeo odvijati od kraja 90-tih godina prošlog vijeka.

U početku nije bio praćen adekvatnim stimulativnim mjerama, niti mu je pridavan odgovarajući značaj, nasuprot raspoloživim resursima i stalno rastućoj tražnji. Zato se nisu mogli ostvariti značajniji rezultati kako u pogledu strukture i kvaliteta turističkog proizvoda, tako i obima prometa i potrošnje.

I pored dobre opremljenosti objekata za smeštaj i donekle osmišljenog programa boravka, problemi u daljem razvoju ruralnog turizma u Crnoj Gori predstavljaju:

- nedovoljna edukacija zainteresovanih seoskih domaćinstava o načinu prihvatanja i ugošćavanja posjetilaca,
- nedovoljan broj turističkih punktova u selima koja se bave ovim vidom turizma i slaba povezanost sa opštinskim turističkim organizacijama,
- nedovoljna i neadekvatna infrastruktura.

ULOGA KLJUČNIH AKTERA U RAZVOJU RURALNOG TURIZMA

Ruralni turizam i njegov razvoj se ne mogu tretirati odvojeno od aktivnosti zajednice, odnosno ruralni turizam mora biti integrisan sa inicijativama razvoja zajednice.

Strategija razvoja ruralnog turizma i njena realizacija nužno mora da se odvija kroz saradnju ne samo na nivou lokalnih zajednica već i kroz regionalnu kooperaciju i integraciju u šire internacionalne programe.

Povezivanje sa nacionalnim i međunarodnim asocijacijama, čija je djelatnost vezana ne samo za razvoj u cjelini, pored toga što omogućava razmjenu informacija, usvajanje metodologije doprinosi i efikasnom marketingu.

ULOGA REPUBLIČKOG NIVOVA UPRAVLJANJA

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede je prepoznalo ruralni turizam kao jednu od aktivnosti ruralne ekonomije, koja će kroz programe razvoja biti podržavana u narednom periodu, a sve u cilju razvoja ruralnih područja i poboljšanja kvaliteta života u selu.

U strategiji razvoja turizma do 2010. godine u okviru projekcije razvoja u Crnoj Gori djelimično je obuhvaćena i tema razvoja planinskog turizma, mada se o njoj govori generalno, bez specifikacije užih strateških ciljeva.

Za Crnu Goru je turizam, kao i ruralni turizam, jedna od prioritetnih privrednih i društvenih aktivnosti.

ULOGA LOKALNOG STANOVIŠTVA

Važnost zajednice, odnosno opšte prihvaćena uloga zajednica u ruralnom turizmu se ogleda u sledećem:

- pružanje esencijalnog socijalnog povezivanja određenog prostora i njegovih stanovnika
- ostvarivanje veze između lokalnog o globalnog - zajednice su primaoci i pošiljaoci u procesu globalizacije
- potencijalno žarište otpora prema homogenizaciji kojom pretil globalizacija
- lokalne zajednice treba da imaju značajno učešće u projektima koji se odnose na primjenu održivog turizma u njihovim sredinama, samim tim što je učešće zajednice neophodno kao preduslov za održivost turističkog projekta.

Kadrovski, tehnički i organizaciono, lokalne samouprave u Crnoj Gori su još uvijek nedovoljno osposobljene da se angažovanije bave ruralnim razvojem.

Farmerima se pokušava pomoći kroz edukativne programe, bolju informisanost, olakšane administrativne poslove, ali i obezbeđenje poljoprivrednog osiguranja, odobravanje beskamatnih kredita, nabavka sistema za navodnjavanje itd. Takođe, lokalne samouprave podstiču razvoj određene poljoprivredne proizvodnje kroz davanje subvencija, premija ili regresa, i ove aktivnosti si značajne za razvoj ruralnog turizma.

Razvoj ruralnog turizma je značajan i sa aspekta očuvanja životne sredine. On pruža mogućnosti na kojima se može bazirati lokalna i regionalna strategija.

Zbog toga, njegov uspješan razvoj zavisi od strateške saradnje koja uključuje širok spektar interesnih grupa. Efektivna partnerstva javnog i privatnog sektora su osnova za održivi razvoj. Ali dok je učešće javnog sektora dobrodošlo, inovacije

treba i često dolaze iz privatnog sektora od strane onih koji žive i rade na tom području.

SWOT ANALIZA PONUDE U DESTINACIJI ROŽAJA

Swot analiza, kao savremen, opšte prihvaćen, standardizovan metodološki postupak, instrument strateškog planiranja, namijenjen je identifikaciji svih relevantnih karakteristika turističke destinacije, izvedenih na osnovu detaljne analize pojedinih oblasti. Ovim putem dolazi se do glavnih obilježja i specifičnosti turističke destinacije Rožaja, posmatrani kroz pregled prednosti i nedostataka, tj. šansi i opasnosti, čime se utvrđuju glavni inputi i generatori daljeg razvoja turizma.

Tabela 2. Swot analiza razvoja turizma Rožaja

PREDNOSTI	NEDOSTACI
<ul style="list-style-type: none"> - Dobar geografski položaj - Reljef, klima i prirodni potencijali - Biodiverzitet-specifične biljne zajednice (flora i fauna) - Atraktivnost prirodnog okruženja(Hajla, Rusolija) - Cjenovna konkurentnost - Manifestacije - Predispozicije seoskog područja za organizovanje izletničkog i ekoturizma 	<ul style="list-style-type: none"> - Obim i struktura tur. prometa nepovoljna - Prosječno zadražavanje gostiju opada - Mali budžet za promocione aktivnosti - Skromno znanje upravljačke strukture o tehnikama i metodama marketinga - Nedostatak stručnih kadrova, tj. specijalizovanih kadrova za područje menadžmenta destinacije - Nedovoljna kvalifikovana radna snaga - Nizak nivo kvaliteta usluge - Neizgrađena turistička marka - Slaba turistička signalizacija - Nepostojanje atraktivnih sadržaja i atrakcija - Nepostojanje standarda kvaliteta ponude - Nedovoljna iskorišćenost smeštajnih kapaciteta - Nedostatak edukacije - Veliki broj neprijavljenih gostiju u privatnom sektoru - Niska kupovna moć domaćih gostiju - Nedostatak strategije većeg uključivanja seoskih domaćinstava u razvoj seoskog turizma

ŠANSE	OPASNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - Razvoj saobraćaja - Razvoj kreditnih linija za investicije u privatni smeštaj - Ponuda proizvoda i usluga raznovrsnih sadržaja - Ulazak svežeg (stranog) kapitala kroz privatizaciju - Razvoj informacione-komunikacione tehnologije - Edukacija kadrova iz oblasti uostiteljstva i marketinga - Razvoj centralnog informacionog sistema-centralnog registra i povezivanje sa velikim turističkim operaterima, strategija očuvanja životne i prirodne sredine - Jače povezivanje i podrška turističkih nosioca na regionalnom i lokalnom nivou 	<ul style="list-style-type: none"> - Nedovoljno investiranje u modernizaciju postojećih smeštajnih kapaciteta - Nerazumijevanje ili loše usmeravanje na tržištu - Neispunjavanje očekivanja turista - Nedovoljna ulaganja u informacionu tehnologiju - Konkurentnost zemalja u regionu iz okruženja - Nespremnost turističkih radnika na promjene i prihvatanje nove marketing koncepcije - Nedovoljna brzina uvođenja novih standarda - Nerazumijevanje domaćeg stanovništva u svatanju turizma kao vodeće razvojne grane opštine - Ekološka "needukovanost" domicilnog stanovništva - Duže vrijeme potrebno za prilagođavanje standardima za strane goste(infrastruktura kapaciteti, jezik, mentalitet), nedovoljan obim razvojnih stimulansa za razvoj turizma - Nepostojanje javno-privatnog partnerstva

Varijable turizma koje su ocjenjivane u Swot analizi, a koje utiču na razvoj turizma su: resursi (prirodni, antropogeni, kulturno-istorijski), lokacija i dostupnost, smeštajni kapaciteti, ljudski potencijali, marketing i kapital.

ODRŽIVI RAZVOJ RURALNOG TURIZMA

Uglavnom, u većini ruralnih turističkih destinacija je malo vjerovatno da turizam može biti jedini izvor prihoda, ali se smatra vrlo značajnim za očuvanje i unapređenje životne sredine i ruralnih djelova i područja, naročito u brdsko-planinskim regionima.

U ruralnim područjima u kojima dominira poljoprivreda, turizam može predstavljati dopunski izvor prihoda poljoprivrednim domaćinstvima, i zato predstavlja značajnu komponentu integralnog ruralnog razvoja, prije svega ulaganjem u infrastrukturu i uređenje prostora, povoljnim kreditima i stimulativnom poreskom politikom za poljoprivredna domaćinstva koja žele da se bave turizmom.

Kako turizma generiše razvoj drugih usluga i povećava potrošnju, to direktno i indirektno doprinosi ekonomskom prosperitetu lokalne zajednice uopšte.

Opšti cilj planiranja i upravljanja razvojem ruralnog turizma je postizanje održivog razvoja ruralnog područja, očuvanje i afirmaciju autentičnih predeonih i kulturnih vrijednosti i kvaliteta životne sredine koji su ujedno i preduslov razvoja ruralnog turizma. Postojanje ravnoteže, odnosno partnerskog odnosa između brojnih učesnika

u razvoju ruralnog turizma je drugi bitni činilac uspješnosti planiranja i upravljanja razvojem ruralnog turizma.

Ovdje je u centru pažnje prvenstveno odnos između javnog i privatnog sektora odnosno između državnih i paradržavnih organa, s jedne strane, i s druge strane, turističkih preduzeća i svih drugih organizacija koje se neposredno i posredno uključuju u razvoj ruralnog turizma.

Neophodno je neposrednije i djelotvornije angažovanje države, kao i drugih relevantni subjekata, tj. primjenjivanje šireg spektra podsticajnih mjera koje se mogu svrstati u četiri osnovne grupe:

1. ekonomske - kreditiranje seoskih domaćinstava i gazdinstava,
2. infrastrukturne - izgradnja saobraćajne, elektro, ptt i komunalne mreže,
3. organizacione - aktivniji rad odgovarajućih republičkih organa subjekata lokalne samouprave (TO i sl.),
4. edukativne - obrazovanje i informisanje lokalnog stanovništva iz domena turizma, ekologije, kulture ponašanja i dr.

Osnovne dimenzije održivog turizma su:

- Ekološka održivost-koja znači da razvoj turizma ne uzrokuje ireverzibilne promjene u datom ekosistemu destinacije, najopštije je prihvaćena dimenzija, budući da je potreba širom svijeta da se zaštite prirodni resursi od negativnog uticaja turističkih aktivnosti,
- Društvena održivost - upućuje na sposobnost lokalne zajednice da prihvati turizam i turiste bez stvaranja društvenog nesklada.
- Kulturna održivost - znači da je određena lokalna zajednica sposobna da sačuva ili prilagodi sopstvenu karakterističnu kulturnu crtu uprkos pritisku tzv. "turističke kulture" posjetilaca.
- Ekonomska održivost - se odnosi na nivo ekonomske dobiti od turizma koja je dovoljna da obezbijedi određeni dohodak za lokalnu zajednicu i da pokrije sve troškove posebnih mjera koje se preduzimaju u zadovoljavanju turista (iako je preduslov ekonomske održivosti atraktivnost određene oblasti i shvatanje da je potreban visok kvalitet usluga bez postojanja konkurentske pozicije na svetskom tržištu, nijedna destinacija ne može biti ekonomski održiva).

Najbitniji i najznačajniji ishod koji treba istražiti je ekonomska profitabilnost seoskih turističkih usluga, iz razloga što je tražnja često sezonskog karaktera, popunjenost kapaciteta je dosta niska, a ulaganja koja su neophodna da bi se napravili ili poboljšali objekti za turiste, su ruralne destinacije, i u pozitivnom i u negativnom smislu.

On obično podstiče bolje korišćenje raspoloživih resursa npr. zemljište, rad, kapital, prirodne i kulturne aktivnosti. Ruralna područja su kulturni predjeli više ili manje bliski prirodi nastali interakcijom čovjekovih aktivnosti i prirode i stoga značajni za razumijevanje uticaja čovjeka na predio i upoznavanje sa doprinosom u očuvanju prirode kroz edukativnu ulogu ruralnog turizma. Kultura i identifikacija lokalnog stanovništva predstavlja važan faktor za razvoj turizma, odnosno, kultura je sve ono što je stvorio čovjek kroz interakciju sa okolinom-materijalno kao npr. znanje, vještine, jezik, dijalekti i sl.

Kulturna raznolikost i specifičnost doprinosi autentičnosti turističkih destinacija, što posebno dolazi do izražaja kod raznolikih ruralnih predjela Crne Gore omogućava da stiču brojna iskustva i može biti dodatna motivacija za putovanje.

Kulturna i obrazovna interakcija između seoskih turističkih domaćinstava, lokalne zajednice i turista omogućava uvažavanje kulturnih različitosti i obogaćuje turistički doživljaj u destinaciji. Percepcija i poimanje turista evoluirala od upoznavanja pejzaža-prvi kontakt sa novom sredinom, do sagledavanja ostalih brojnih kulturnih obeležja ruralne zajednice.

Lokalni zanati predstavljaju osnovu privrede u mnogim ruralnim sredinama. U Bugarskoj je napravljen projekat „Made by Pirin“, kojim je stvorena tržišna marka (brand) nekoliko zanatskih proizvoda kao što su ručno tkani materijali i ručno rađena zvana za stoku. [3]

U razvoju ruralnog turizma posebna pažnja se posvećuje planiranju, organizovanju i sprovođenju rekreativnih aktivnosti u ruralnoj sredini, mora biti posledica usklađenih napora lokalnog stanovništva, turističkih organizacija zaduženih za razvoj i promociju turizma na lokalnom nivou.

Sve rekreativne aktivnosti moraju biti prilagođene turistima, očuvanju i upoznavanju predjela i uključivanju lokalnog stanovništva.

U tabeli 2 je prikazana moguća ponuda rekreativnih aktivnosti na selu, koja pokazuje veliku ideljenost i fragmentaciju ruralnog turizma, pri čemu su desetine hiljada preduzetnika i javnih inicijativa aktivni širom Evrope, ali su samo neki od njih identifikovani od strane lokalnih i regionalnih tijela kao što su turistički odbori. Turističko-kulturna ponuda ne obuhvata samo ponudu namijenjenu turistima, već i domaćem stanovništvu koje možda i čak i prije ostalih treba da se upozna sa svojim kulturnim potencijalima kako bi ih bolje razumjelo i više poštovalo. Tako, s jedne strane, dobija se novi okvir za dinamičan kulturni život lokalnog stanovništva, a s druge, atraktivna turističko-kulturna ponuda grada i sela, koja može da privuče turiste da bolje upoznaju njihove osobene kulturne potencijale. [1, str. 10-12]

U iniciranju i razvoju turizma i rekreacije neophodno je sagledati njegove potencijale, pozitivne i negativne uticaje na održivi razvoj ruralne oblasti (tabela 4).

Tabela 3. Ponuda rekreativnih aktivnosti na selu

Opšte aktivnosti	Pješačenje (pješačke staze, trim-fitness staze (parkovi prirode) jahanje konja, vožnja zaprežnim kolima, motorizovana vožnja (terenska vozila), obilasci i vožnja manjih mjesta i sela na razne načine, avanturistički odmor ili odmor u divljini, branje šumskih plodova, učestvovanje u raznim poslovima na seoskom domaćinstvu, učestvovanje u pripremanju hrane i zimmice, biciklizam, trčanje na skijama i sl.
Aktivnosti vezane za vodu	Plivanje, pećanje, turizam na rijekama (kućice na vodi), vožnja kanua i sl.
Aktivnosti u vazduhu	Lagane letilice, vožnja zmajica, paraglajding, padobranstvo
Sportske aktivnosti koje zahtijevaju prirodno okruženje	Aktivnosti u pećinama (speleo turizam), penjanje po stijenama, orijentiring (kretanje u nepoznatim predjelima pomoću mape i kompasa)
Sportske aktivnosti koje zahtijevaju izgrađeno	Odbojka, rukomet, mali i veliki fudbal, košarka, tenis, golf, skijanje, lov

okruženje	
Aktivnosti vezane za zdravlje	Fitness aktivnosti, upoznavanje ljekovitog bilja, branje i sušenje istog, savlađivanje zadatih prepreka na poligonu
Pasivne aktivnosti	Relaksacija u ruralnom ambijentu, proučavanje prirode na otvorenom-posmatranje ptica, fotografisanje, uživanje u vrijednostima prirodnog okruženja
Događaji i manifestacije	Seoske sportske manifestacije, tradicionalne narodne igre, pojedinačni narodni sportovi, poljoprivredne izložbe

Tabela 4. Uticaj turizma i rekreacije na ruralne oblasti

DRUŠTVENO EKONOMSKI -pozitivni-	<ul style="list-style-type: none"> - obezbeđuju izvor novih, alternativnih prihoda i zaposlenja, - pomažu da se smanji nejednakost polova i dr. društvenih oblika - podstiču kolektivnu aktivnost neke zajednice
-negativni-	<ul style="list-style-type: none"> - promjena lokalne strukture zaposlenosti, - zaposlene žene bi bile slabo plaćene, a pojačala bi se njihova uloga "rada u kući"
KULTURNI -pozitivni-	<ul style="list-style-type: none"> - ojačavanje lokalne kulture, - oživljavanje nekih starih lokalnih vrijednosti, - uvođenje osjećaja lokalnog ponosa, samopoštovanja i identiteta.
-negativni-	<ul style="list-style-type: none"> - pravljenje i promjena lokalne „kulture“ radi prilagođavanja - potrebama tržišta, - uništavanje autohtone kulture, - uništavanje nekih folklornih i običajnih vrijednosti.
FIZIČKI: vještački ili „prirodni“ -pozitivni-	<ul style="list-style-type: none"> - doprinos očuvanju i zaštiti, - pomoć pri obnovi napuštenih imanja.
-negativni-	<ul style="list-style-type: none"> - uništavanje staništa, - bacanje smeća i drugi vidovi zagađenja, - zakrčenost i problemi saobraćaja.

PLANIRANJE I UPRAVLJANJE ODRŽIVIM RAZVOJEM RURALNOG TURIZMA

Postojanje odgovarajućih resursa za razvoj turizma i tradicija o razvoju ruralnog turizma predstavljaju osnovu za razlikovanje tri posebna tipa prilaza u vezi sa planiranjem i upravljanjem razvoja turizma i to za:

- ruralna područja sa tradicijom u razvoju turizma,
- ruralna područja sa značajnim resursima, ali bez dovoljno tradicije u razvoju turizma,
- ruralna područja siromašna resursima i bez tradicije u razvoju turizma. [8]

Svaki od navedenih tipova zahtijeva različite vrste pristupa i strategija uz postojanje zajedničke metodologije i planiranja i naučna upravljanja. Jedan od osnovnih preduslova za uspješno planiranje i upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma

jeste i aktivno uključivanje seoske zajednice, odnosno lokalnog stanovništva u taj proces.

Ovo uključivanje je potrebno jer priroda, odnosno njeno okruženje, predstavlja bitan faktor ukupnog kvaliteta života stanovnika ruralnog područja. Svako korišćenje ovog resursa u svrhe razvoja turizma, bez saglasnosti lokalne zajednice, može biti ocijenjeno od strane lokalnog stanovništva zloupotrebom i predstavljati destimulirajući razvoj ruralnog turizma.

Ovaj partnerski odnos bi trebalo da rezultira uključivanjem u proces planiranja i upravljanja razvojem ruralnog turizma, širih društvenih pitanja.

Težnja ka održivom razvoju ruralnog turizma podrazumijeva da i posjetioci odnosno turisti aktivno učestvuju u ukupnom procesu, u cilju usmjeravanja njihovog ukupnog ponašanja postavljenim ciljevima razvoja, prvenstveno zaštititi i očuvanju prirodnog okruženja i kulturno-istorijskog nasleđa. Riječ je o usmjeravanju ponašanja turista, odnosno o upravljanju načinom korišćenja ukupnih resursa u ruralnim područjima od strane posjetilaca.

Jedan od najčešćih načina ostvarivanja ovog uticaja je objavljivanje zvaničnih pravila ponašanja kako bi i posjetioci prilagođavanjem svog ponašanja, preuzeli dio odgovornosti u zaštiti resursa ruralnog turizma.

Turbulentne promjene na turističkom tržištu, kako na strani turističke tražnje, tako i na strani turističke ponude, zahtijevaju stalnu adaptaciju svih učesnika u tom procesu. To podrazumijeva da proces planiranja i upravljanja mora biti kontinuiran i prožet inovativnim pristupima.

Proces planiranja razvoja ruralnog turizma počinje nakon situacione analize, istraživanjem. Proučavaju se svi relevantni činioci razvoja turizma kao i karakteristike ruralnog područja, koje ima pretpostavke za razvoj turizma. Posebno treba da budu proučeni: prirodne i socio-kulturne karakteristike područja, privredni razvoj, zaposlenost, nivo razvoja infrastrukture, stav lokalnog stanovništva prema razvoju turizma, karakteristike konkurentskih područja za razvoj turizma, organizacije koje su direktno ili indirektno uključene u turističko poslovanje, globalni, regionalni i lokalni trendovi u razvoju turizma i kretanje turističkog prometa i potrošnje.

Sledeću fazu procesa planiranja čini definisanje ciljeva razvoja. Oni mogu biti različiti: diversifikacija proizvodnje, povećanje zaposlenosti, obnavljanje tradicionalnih kuća i građevina i dr., uz stvaranje neophodnih uslova za zadovoljavanje potreba, zahtjeva i želja posjetilaca, odnosno turista.

Nakon navedenih, slijedi faza analize i sinteze odnosno donošenje zaključaka na osnovu rezultata istraživanja. Oni se odnose posebno na prirodne i kulturno-istorijske resurse, kao i na tržišne i ostale pretpostavke za razvoj turizma.

Kroz proces sinteze trebalo bi doći do podataka o odnosu između broja turista i mogućnosti prostora, kao i o potrebnim uslugama, objektima i rekreativnim mogućnostima za posjetioce.

U fazi oblikovanja prijedloga i preporuka porede se ponuđene razvojne alternative u odnosu na definisane ciljeve razvoja turizma, uticaj na lokalnu zajednicu i druge činioce i na osnovu toga se formulišu planovi i politike i oblikuju preporuke.

Te preporuke bi trebalo da budu zasnovane na sledećim aspektima razvoja turizma, prostoru kao faktoru razvoja, definisanju programa, formulisanju politike i prioriteta.

Faze primjene i upravljanja je u suštini kontinuiran proces u cilju stalne provjere stepena postizanja definisanih ciljeva. Ona bi trebalo da se zasniva na utvrđivanju stepena zadovoljstva turista, procjeni ostvarenih ekonomskih efekata, posebno u odnosu na lokalno stanovništvo, procjeni ukupnih uticaja razvoja turizma na prirodno i socio-kulturno okruženje, kao i na uklapanju u regionalne i nacionalne planove i programe razvoja turizma.

ZAKLJUČAK

Opština Rožaje je turističko mjesto sa šansom da postane poznata evropska destinacija planinskog turizma, privlačna u svim godišnjim dobima, koja bi svoju ponudu zasnivala na razvoju savremenih zdravstvenih programa, sportsko-rekreativnih i relaksacionih sadržaja, kulturno-zabavnih i poslovnih manifestacija. Da bi se to realizovalo, prioritetni cilj opštine Rožaja treba da bude dopuna turističke ponude programima i sadržajima koji prate savremene turističke trendove u ovoj oblasti turizma.

Razvoj dopunske ponude u turističkim destinacijama nužan je preduslov za povećanje iskorišćenosti smeštajnih kapaciteta, tj. produženje sezone i povećanje prosječne potrošnje turista.

Neophodno je inicirati i podržati razvoj dopunske turističke ponude Rožaja, koja se bazira na iskorišćavanju postojećih potencijala kao što su, kulturno-istorijsko nasleđe, prirodni resursi, stvaraju nove turističke ponude i dodatni atraktivni sadržaji.

Uz kvalitetan marketing, koji će se temeljiti na stvarnim potencijalima, kao i kreiranje priče ili doživljaja vezanog za taj potencijal, turizam može postati osnovni pokretač razvoja opštine Rožaje.

Razvoj ruralnog turizma, takođe, je značajan u aktivaciji i održivom razvoju ruralnih područja koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okolinu, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju i pomaže razvoju ruralnih krajeva na osnovu održivog razvoja.

Tradicionalni zanati mogu da doprinesu dodatnim prihodima lokalnog stanovništva, a da bi se ova vrsta proizvoda uklopila u ponudu ruralnog turizma potrebno je oživjeti stari način manufakture pojedinih proizvoda, osvježiti već postojeće i uklopiti ih kao dodatne vrijednosti primarnim proizvodima.

Uključivanje lokalnih zajednica u razvoj ruralnog turizma i turističko poslovanje čini se važnim uslovom za očuvanje i održivu upotrebu biološke raznovrsnosti.

Projektovanje dobre agro-ruralne sredine imalo bi bitan uticaj na rad, društveni život i rekreaciju, a veliki doprinos osjetio bi se i u ekološkom, socijalnom, kulturnom i ekonomskom domenu samog područja.

Definisanje strategije integralnog razvoja u ruralnim prostorima Crne Gore, u prvom planu podrazumijeva objektivno ekonomsko valorizovanje i adekvatno uključivanje u inovirani i savremeniji razvojni proces svih raspoloživih resursa lokalne sredine.

Aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u ovaj proces je od izuzetnog značaja, jer predstavlja osnovni preduslov za uspješno planiranje i upravljanje održivim razvojem.

Iznad svega ostalog, proizvodi ruralnog turizma će imati potrebu da se razvijaju do najvišeg standarda kako bi se dozvolile potrebe potrošača i kako bi se podstakao njihov ponovni dolazak, što je važno za obezbeđivanje dugoročne održivosti. Znači, potrebna je organizacija koja će se baviti valorizacijom pojedinih ponuđača i neko ko će učestvovati u stvaranju kriterijuma kvaliteta domaćinstava i ugostiteljskih objekata koji čine osnovne uslove za razvoj ruralnog turizma.

Iskustva pojedinih evropskih zemalja po pitanju razvoja ruralnog turizma su posebno značajna i mogli bi se primijeniti i u našoj zemlji. Na primjeru Irske se može izdvojiti Savet države i državni turistički savez koji aktivno učestvuju u razvoju i marketingu ruralnog turizma. Austrija takođe pokazuje kako se izolovani prostor može pretvoriti u turističku atrakciju tj. staviti u funkciju održivog razvoja i to primjenom odgovarajuće strategije.

Austrijski marketing u agroturizmu ima poseban značaj, a može se izdvojiti stroga kontrola kvaliteta svih članova i strategija za specijalizaciju farmi za turizam koje imaju propisane kriterijume za farme.

Ruralni turizam mora biti baziran na kvalitetnom proučavanju i razumijevanju turističkih potreba, neophodno je da razvoj turističkog proizvoda bude vođen tražnjom, a ne samim proizvodom. Ovo dalje znači prepoznavanje različitih kategorija potencijalnih posjetilaca na glavnim tržištima, npr. porodice, stariji ljudi preko 60 godina, omladina ispod 30 godina života, aktivni turisti, turisti za posebnim interesovanjima.

Svaka od ovih kategorija posjetilaca ima različite motivacije i zbog toga će svaki od ovih segmenata zahtijevati određivanje različitih proizvoda ruralnog turizma i različitih iskustava.

Ruralni turizam ima skoro neograničene mogućnosti u pogledu obogaćivanja ponude, jer sadržaji mogu biti i događaji iz svakodnevnih radova: kosidba, sjetva, žetva, posela, svadbe, slave, razni običaji, to predstavlja nov kvalitet za turističku prezentaciju zemlje kao i obogaćivanje već postojeće turističke ponude.

Posebni aspekt upravljanja razvojem ruralnog turizma u Crnoj Gori ispoljava se u potrebi za obukom kadrova. U ovom bi veliku ulogu trebalo da imaju nevladine organizacije, turističke organizacije opština, ali i svi zainteresovani subjekti. Najprije je potrebno, kroz stručnu obradu domaćih i stranih pozitivnih iskustava u bavljenju ruralnim turizmom, ukazati seoskim domaćinima na ekonomsku opravdanost bavljenja ovom djelatnošću. Obuka za rad u ruralnom turizmu bi trebala da se odnosi na sve osobe koje će biti uključene u ruralni turizam i to; u planiranje programa, pružanje usluga, neposredni kontakt s turistima, kao i na sve osobe i institucije koje generalno brinu ili bi trebale da brinu o razvoju turizma tog područja. Krajnji cilj svih obuka bi trebao da bude da svi potencijalni akteri od lokalnih organa vlasti do seoske domaćice, spoznaju vrijednosti koje razvoj ruralnog turizma može imati za pojedince, cjelokupnu lokalnu zajednicu i regiju, kao i da spoznaju koristi ali i eventualne loše posledice koje razvoj ruralnog turizma može donijeti. Ovo sve u cilju svjesnog razvoja ruralnog turizma, koji ne smije biti neplanski niti sporadičan, nego planiran, kontrolisan i kontinuiran.

Na posebno organizovanim predavanjima i uz odgovarajuću literaturu, trebalo bi domaćine upoznati sa svim standardima prihvata i smeštaja gostiju, odgovarajućim higijenskim zahtjevima, načinom, količinom i kvalitetom pružanja usluga ishrane,

ponašanjem prema gostu i drugim neophodnim uslovima za prijatan boravak turista u seoskom domaćinstvu.

Bez finansijske pomoći države razvoj svakog turizma pa i ruralnog u Crnoj Gori a samim tim i u Rožajama se ne može uspješno odvijati. Podrška ruralnom turizmu manifestuje se u obliku neposredne podrške tj. pomoći u vidu subvencija, kredita ali i neposrednog ulaganja.

Činjenica je da je ovaj rad turistički proizvod u velikoj mjeri namijenjen domaćem stanovništvu, a samo svojim manjim dijelom inostranim gostima, a uzroci niskog procenta inostranih turista u turističkom prometu leži u nedovoljnoj promociji ruralnih turističkih potencijala na inostranom tržištu, niskom nivou ponude.

Mogućnosti za održivi razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori nisu u dovoljnoj mjeri istražene, dok sa ukupnim rezultatima razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori ne možemo biti zadovoljni. Uzroci su brojni, veliki broj objekata u ruralnom turizmu nije kategorisano, turistička promocija nije intenzivna, postoji organizaciona i kadrovska manjkavost, odsustvo neophodnih sistematskih i kontinuiranih istraživanja i planiranja razvoja na regionalnom i lokalnom nivou.

Iz svega analiziranog može se zaključiti da je potvrđena polazna hipoteza ovog rada, razvoj ruralnog turizma može da ima značajnu ulogu za razvoj drugih vidova turizma i razvoj lokalnih zajednica na ruralnom području sa značajnim prirodnim i kulturnim vrijednostima.

BIBLIOGRAFIJA

1. Đukić-Dojčinović, V., ur. (2005) *Kulturni turizam - menadžment i razvojne strategije*. Beograd: Clio.
2. Hall D., Kirkpatrick I. & Mitchell, M., ed. (2005), *Rural Tourism and Sustainable Business*, Clevedon: An Imprint of Multilingual Matters Ltd.
3. Košić K. (2009) *Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj*. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu.
4. Lazić L. (2007) *Skripta: Ruralni turizam*. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu.
5. Maričić B. (2008) *Ponašanje potrošača*. Beograd: Savremena administracija.
6. Muković S. Kalač B., Sutović E., Skenderović I., Murić S. (2003) *Strategija integralnog razvoja opštine Rožaje*. Rožaje: Skupština opštine Rožaje.
7. Pasinović M. (2006) *Menadžment prirodnih i kulturnih resursa*. Bar: Univerzitet Mediteran - Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu.
8. Popesku J., (2008) *Turizam posebnih interesa - selektivni oblici turizma*. Priručnik. Beograd: Čugura.
9. *Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori* (2005) Podgorica: Ministarstvo turizma Crne Gore, Međunarodni institut za turizam u Ljubljani.
10. Unković S. (2004) *Ekonomika turizma*. Beograd: Ekonomski fakultet.
11. Unković S., Čačić K. & Bakić O. (2002) *Savremena kretanja na turističkom tržištu*. Beograd: Ekonomski fakultet.
12. Živković R. (2007) *Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu*. Beograd: Fakultet za turistički i hotelijerski Menadžment.
13. <http://www.rozaje.me/>

RESUME

Tourism can be considered as one of economic sectors with a high potential for further growth. The development of each type of tourism is primarily determined by natural and geographical characteristics, as well as cultural, with proper development and deployment of human factors.

The subject of this paper is to analyse the natural resources of the municipality of Rozaje, and how these resources can be valorised to adequately take advantage for the development of tourism, because we can witness that not even a minimum of natural resources are used for this purpose.

The purpose of this paper is to emphasise the need for implementation of tourism as a whole, as it should be experienced by a visitor.

The general hypothesis of the paper is that the territory of the municipality Rozaje has all the necessary resources to become an important tourist destination, especially in the field of rural tourism. The aim is to draw attention to the fact that tourism, especially in the rural area, based on the preservation of the environment as a priority, can be a base for the economic development of the whole municipality.

The municipality of Rozaje, as a tourist destination, has a chance to become a known European mountain tourism destination, attractive in all seasons, based on the development of modern health programs, sports and recreational facilities, cultural, entertainment and business events. In order to achieve this goal, the priority objective of the municipality Rozaje should be a complement tourist offer and facilities that accompany modern tourism trends in the field of tourism.

Furthermore, development of additional offerings in tourist destinations is a necessary precondition for increasing the utilisation of accommodation facilities, i.e. extend the season and increase average tourist spending .

It is necessary to initiate and support the development of additional tourist offer in Rozaje, which is based on the exploitation of existing resources such as cultural and historical heritage, natural resources, create new tourism products and additional attractive features.

With a high-quality marketing, which will be based on real resources, as well as the development of stories or experiences related to this potential, tourism can become the main engine of growth of the municipality of Rozaje.

The development of rural tourism also is important in the activation and sustainable development of rural areas, which will help to preserve the local identity, traditions and customs, protect the environment, strengthen local, traditional and organic production and help the development of rural areas in the context of sustainable development.

EKONOMSKA ŠPIJUNAŽA U SVETLU NOVOG MEĐUNARODNOG EKONOMSKOG PORETKA

Rejhan R. Kurtović, mr

Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru

Novi Pazar, Srbija

r.kurtovic@uninp.edu.rs

Ilija Zindović, prof. dr

Univerziteta Privredna akademija u Novom Sadu

Novi Sad, Srbija

zindovic.ina@open.telekom.rs

Dušan Novaković, prof. dr

Univerzitet Megatrend u Beogradu

Beograd, Srbija

adv.novakovic@gmail.com

Apstrakt

U radu se, u jednom kraćem obsegu, nastoji prikazati problem jednog segmenta savremenog međunarodnog ekonomskog poretka. Taj problem ogleda se u aktivnostima vršenja ekonomske špijunaže koja je, sa razvojem industrijske proizvodnje, dobila obeležje privrednog življenja. U cilju ekonomskog prosperiteta, pa i političkog uticaja, prikupljaju se informacije svih vrsta, svaki deo tih informacija se ceni i sa njima se posebno postupa. Osnivaju se i usavršavaju škole za obuku radi vršenja ekonomske špijunaže ali ne zaostaje ni preduzimanje mera za zaštitu od vršenja takvih delatnosti. Pravna zaštita na nivou države pokazala se kao nedovoljna pa zaštita kroz privatni sektor obezbeđenja, u različitim oblicima, sve više dolazi do izražaja.

Ključne reči: ekonomski poredak, informacije, špijunaža, uticaj, zaštita

ECONOMIC ESPIONAGE IN THE LIGHT OF THE NEW INTERNATIONAL ECONOMIC ORDER

Abstract

This paper, in a short manner, aims to show the problem of one segment of the modern international economic order. This problem is reflected by the activities of economic espionage, which, with the development of industrial production, has become a kind of economic lifestyle. For the purpose of economic prosperity, as well as political influence, information of all kinds is collected, every part of this information is assessed and separately treated. Also, schools for economic espionage have been established in order to improve

training, but also measures for protection from such activities have been undertaken. Legal protection at the state level has proven to be insufficient, and the protection of the private sector security, in various forms, is increasingly coming to the fore.

Keywords: economic order, information, intelligence, influence, protection

JEL codes: K19

UVOD

Danas mnoge zemlje, čak i one prijateljske, međusobno vode ekonomske ratove u kojima se kao glavno oružje koristi ekonomska špijunaža. Prema procenama FBI-a, Sjedinjene Države trpe godišnje između 250 i 330 milijardi dolara štete zbog industrijske špijunaže, dok industrijska špijunaža svake godine ošteti nemačka preduzeća za najmanje 53 milijardi evra. Pored toga, prema zajedničkom izveštaju koji su američkom kongresu podnele 14 američkih obaveštajnih agencija, američke korporacije, univerziteti i država godišnje gube do 50 milijardi dolara zbog „onlajn“ krađa poslovnih tajni izvedenih provalama u kompjuterske sisteme.

Sama reč „špijunaža“ potiče od starog francuskog glagola „espier“ prevedenom u smislu: gledati sa daljine, ili videti ili otkriti nešto što je ili bi trebalo biti sakriveno. U početku špijunaža je imala vojni karakter, ali vremenom sve više prerasta u sredstvo za prikupljanje podataka za ekonomsku moć, kao i unutrašnju i spoljnu politiku jedne države.

Špijunaža se može javiti u nekoliko oblika. S obzirom na objekt interesa špijunaža može biti: politička, vojna i ekonomska.

Ekonomska špijunaža predstavlja skup dobro planiranih i veoma stručno izvedenih aktivnosti u cilju pribavljanja poverljivih ekonomskih informacija, koje su od koristi za poslovne projekte firme ili zaštitu ekonomskih interesa svoje države. U suštini ekonomska špijunaža znači nelegalno prikupljanje ekonomskih podataka i informacija, koje konkurentske firme čuvaju u tajnosti. U tu svrhu koriste se sredstva kao što su zapošljavanje svojih ljudi u konkurentskim kompanijama, angažovanje specijalizovanih agencija, korišćenje diplomatskih predstavnika u inostranim zemljama gde kompanija ima poslovne interese itd.

Širok je spektar metoda i načina prikupljanja podataka ekonomskom špijunažom i kreću se od klasičnih, kao što su krađa i kupovina, do korišćenja sredstava visoke tehnologije. Pored toga mogu se navesti još i učešća na raznim međunarodnim forumima kao što su izložbe, sajmovi, naučni simpozijumi, konferencije, medijska izveštavanja, ekspertske ocene i analize i dr.

U 57 zemalja u svetu postoje državne institucije koje se bave industrijskom špijunažom, a još oko 100 zemalja izdvaja značajna budžetska sredstva za pokrivanje troškova industrijske špijunaže, među kojima prednjače: Nemačka, Japan, Francuska, Rusija, Kina i Južna Koreja.

Pored naziva ekonomska špijunaža u literaturi i svakodnevnom životu, mogu se sresti i drugi termini koji označavaju ovu pojavu, kao što su privredna i industrijska špijunaža.

NASTANAK I RAZVOJ EKONOMSKE ŠPIJUNAŽE

Prvi obrisi špijuniranja zabeleženi su još 1500. godine pre n.e. kada je Mojsije odabrao 12 špijuna i poslao ih u drugu zemlju sa zadatkom da razgledaju zemlju, narod da li je jak ili slab, koliko ih ima, da li su dobri ili zli, kakvi su gradovi, da li su utvrđeni ili ne (po Starom zavetu, Biblija).

Generalno, kao posebna i specifična delatnost države špijunaža se po prvi put javlja već sa prvim sukobima između država Starog veka. Špijunaža je tada korišćenja kao sredstvo za vreme rata ili neposredne ratne opasnosti za prikupljanje podataka o vojnoj moći, oružanim snagama, sistemu odbrane, strateškim vojnim planovima i namerama, količini i vrsti oružja kao i drugim podacima koji su značajni za vojnu snagu suprotne strane. [5, str. 128]

Kada je u pitanju ekonomska špijunaža, kao posebna vrsta špijunaže, korene njenog razvoja nalazimo još u staroj Kini. Prema jednoj legendi, kineska princeza je u XV veku napustila svoju otadžbinu sa kapom od cveća na glavi. U cveću su bile skrivene čaure svilene bube koje je tajno odnela princu u Indiji svom budućem mužu. Tako je Indija počela da proizvodi svilu krađom čaura svilenih buba iz Kine. Zanimljiv je i primer čuvenog kineskog porculana. Naime, u Kini je sve do XVII veka čuvana tajna kineskog porculana, dok jezuitski sveštenik D. Antrkol nije uspeo da uđe u kineske carske radionice, upozna tehnologiju proizvodnje, i ukrade izvesnu količinu istog i prenese u zapadnu Evropu. [1, str. 45]

Radi zaštite svoje tehnološke premoći, još od 1790. godine, u Engleskoj su postojali strogi zakoni koji su zabranjivali izvoz planova iz tekstilnih manufaktura. U tome periodu i u Brazilu su bile uvedene žestoke kazne za pokušaj krijumčarenja biljke ili semena kaučuka kako bi se sačuvao monopol na kaučuku. [4, str. 23]

Dolaskom Hitlera na vlast i stvaranjem nacističke Nemačke, počinje veliki uspon ratne, a samim tim i ekonomske špijunaže. Primenjuje se načelo "totalne špijunaže" koje glasi: *Nema podataka koji nije važan, nema mesta koje nije interesantno i za špijuna su sposobni svi deca, odrasli, vojnici, seljaci, intelektualci.*

Posle drugog svetskog rata dolazi do usavršavanja ekonomske špijunaže. U ilegalnom istraživanju konkurentskih aktivnosti na meti su visoke tehnologije, industrija naoružanja, elektronika, informacione tehnologije, farmaceutika, svemirski programi, automobilska industrija itd. [1, str. 59]

PREDMET I CILJ EKONOMSKE ŠPIJUNAŽE

Kao predmet ekonomskog špijuniranja javlja se sve ono što je nepoznato a što se želi doznati. Predmet interesovanja najčešće se javlja u sledećim sferama:

- Minerale sirovine.
- Tehnološke inovacije i tehnička unapređenja,
- Naučna istraživanja, i
- Kosmička dostignuća.

Mineralne sirovine su od najstarijih vremena do danas privlačile pažnju i predstavljale interes obaveštajnih službi. U osnovi interesa za mineralne sirovine, na planu ekonomske špijunaže, leži ustvari izuzetno veliki politički, socijalni, vojno-

strategijski značaj ovih iscrpljivih, neobnovljivih i često neravnomerno razmeštenih prirodnih resursa. Ta neravnomernost se odnosi kako na zemljinu koru, tako i na određene zemlje, regione, kontinente, i društveno političke sisteme.

Tehnologija je postala činilac koji u odlučujućoj meri određuje uspeh poslovne kompanije i u velikoj meri uređuje međunarodne ekonomske odnose. Na razradu nove tehnološke zamisli ponekad je potrebno uložiti velika finansijska sredstva i dug vremenski rad, zbog toga gro multinacionalnih kompanija vodi se idejom da je jeftinije do određene inovacije doći na ilegalan način špijunažom, nego kupovinom ili ulaganjem u istraživački rad. Stoga se lako dolazi do zaključka koji je izrekao italijanski stručnjak za špijunažu, Ivo Ingo, da je špijunaža u toj oblasti „jedan od najunosnijih poslova”.

Naučna istraživanja su takođe izložena ekonomskoj špijunaži. U tu svrhu, prate se sva područja života, koja su u vezi sa naučnim istraživanjem, pronalascima, sredstvima veze, medicinom, topografijom, ekonomijom, sociologijom, političkim naukama, pravom. Uzmimo za primer istraživanje u oblasti medicine, vezano za istraživanje radi pronalazačenja novog leka za lečenje neke teške bolesti. Pronalazačenje i proizvodnja takvog leka za neku kompaniju može da znači pravi “bum” u komercijalnom pogledu. S druge strane, ako bi toj kompaniji, koja je u istraživanje uložila ogroman novac, ta formula bila ukradena od konkurentske kompanije, prva kompanija ne samo da bi bila oštećena već bi mogla biti ugrožena i njena stabilnost. Kao predmet interesovanja ekonomske špijunaže mogu se javiti i kosmička dostignuća. Naučno-tehnički progres doprinosi razvoju kosmičkih dostignuća i nuklearne tehnike. Iako kosmička dostignuća i razvoj na polju nuklearne tehnike imaju i komercijalni karakter i mogu predstavljati predmet ekonomske špijunaže. Kosmička tehnika se sve više poboljšava na liniji pronalazačenja novih tipova i tehnika pravljenja snimaka boljeg kvaliteta (aparature, foto i video materijala). Stoga je i ovo područje postalo interesantno za špijuniranje, pa će u budućnosti biti sve teže sačuvati takve podatke i metodologiju primene tehnike.

Ciljevi ekonomske špijunaže jesu prikupljanje zaštićenih podataka (najčešće poslovnih tajni) iz poslovanja neke kompanije od strane neovlašćenih lica ili neke druge kompanije. Ciljevi ekonomske špijunaže su i: proučavanje poslovne strategije konkurentskih firmi ili država, proučavanje novih poslovnih projekata, proučavanje planova, istraživanje novih proizvoda, mogućnosti nastupa na stranom tržištu, nadvladavanje konkurenata u potrazi za novim tržištem ili u nadmetanju za nove poslove i suzbijanje konkurencije na novom i potencijalnom tržištu. [6, str. 63, 65]

U cilju ekonomske špijunaže konkurencija traži informacije svih vrsta, svaki deo tih informacija posebno se ceni i sa njima se izuzetno postupa.

Krajnji cilj ekonomske špijunaže je finansijska dobit, i poslovni uspeh onih koji vrše špijunažu. Logično je da se određene aktivnosti u vezi ekonomske špijunaže sprovode radi ostvarenja određenih ekonomskih koristi, na šta nas navodi i sama jezička konstrukcija i značenje izraza ovog vida špijunaže. Međutim, ta korist ne mora uvek biti izražena u finansijskoj dobiti, ona može biti izražena i kroz određene prednosti i druge pogodnosti, kao što su: veća popularnost proizvoda te kompanije zbog nove modernizacije proizvoda, ili pak diskvalifikacija konkurencije, i dr. Globalno gledano, sve aktivnosti u vezi ekonomske špijunaže, koje su

komercijalnog karaktera, sprovode se radi jačanja i širenja kompanije, a što se reflektuje i na uvećanje dobiti. [4, str. 269]

U delatnosti koja se može tretirati kao ekonomska špijunaža ne retko je prisutan javno-pravni element, koji izražava interes države. Stoga, kada se govori o ekonomskoj špijunaži, pored čisto ekonomskog cilja, može se govoriti i o ciljevima javno pravnog karaktera. Ne retko, u praksi dolazi do sjedinjenja ciljeva multinacionalne kompanije i matične države. Tačnije rečeno u tim slučajevima dolazi do stvaranja određenog kompromisa ciljeva. Kako ističe Galbraith, “razvijena korporacija u mnogo čemu predstavlja produženu ruku države, dok je država u značajnim pitanjima instrument industrijskog sistema”. Država sa jedne strane ekonomskom špijunažom zadovoljava svoj javno-pravni interes, a sa druge strane multinacionalne kompanije kroz takvu delatnost zadovoljavaju svoj ekonomski interes, ili ako istog nema dobijaju određene beneficije od svoje države. Špijun pod “pokrivačem” poslovnog čoveka lakše sklapa poznanstva, slobodnije putuje i deluje od špijuna koji se u ambasadama po inostranstvu predstavljaju kao politički savetnici, atašei za kulturu ili štampu, ili vojni izaslanici. Na taj način, daleko je veća mogućnost da se prodre do najčuvenijih poslovnih tajni velikih konkurentskih kompanija. [3, str. 45]

PRISTUPI ŠKOLE EKONOMSKE ŠPIJUNAŽE

U globalnoj ekonomiji današnjice, vode se ratovi u kojima ne učestvuju armije i ne koriste se klasično oružje. Mnoge zemlje vode ekonomske ratove, u kojima je omiljeno oružje – ekonomska špijunaža. Učesnici u operacijama ekonomske špijunaže nisu samo pojedinci ili kompanije (domaće ili strane), nego i strane države. Strane države se mogu baviti industrijskom špijunažom radi prikupljanja informacija koje im pomažu u tehnološkom razvoju vlastite industrijske osnove, radi eventualne dalje trgovine takvih informacije i njihove dalje prodaje trećim državama radi sticanja dobiti ili pak ustupanja tih informacija trećim državama radi stvaranja strateškog političkog ili vojnog partnerstva. Na taj način ekonomska špijunaža, pogotovo kada je reč o zaštićenim informacijama u vojnoj industriji prerasta u pitanje nacionalne, regionalne ili čak globalne bezbednosti. Premda se obaveštajne službe većine država u svetu između ostalog bave i ekonomskom špijunažom, neke od država donose i posebne zakone za zaštitu vlastitih ekonomskih subjekata i nacionalne bezbednosti, i prave posebne strategije pristupu ekonomskoj špijunaži. Kao što je navedeno u 57 zemalja u svetu postoje državne institucije koje se bave ekonomskom špijunažom.

Kolevka moderne ekonomske obaveštajnosti je Francuska. Ona je još u srednjem veku imala razvijenu obaveštajnu mrežu koja se pored vojnih bavila i ekonomskim obaveštajnim poslovima. U tom smislu Francuska je prva u svetu osnovala školu za obučavanje ekonomskih obaveštajaca, koju su nazvali Škola za ekonomsko ratovanje, Francuska ima nekoliko stotina agenata koji se bave ekonomskom špijunažom u korist države, a ti agenti nazivaju se Generali spoljne bezbednosti. Glavna služba koja se bavi ovim vidom špijunaže u Francuskoj jeste DGSE (Generalna direkcija spoljne bezbednosti). Francuska je jedina država koja nema

problema da se u ekonomsko obaveštajnom ratu zameri SAD-u od kojih svi zaziru, i predstavlja glavnog obaveštajnog protivnika SAD u Evropi. Osnova Francuske ekonomske špijunaže je ekonomska odbrana zemlje. U tom smislu Francuska stimuliše razvoj informacionih i bezbednosnih mreža nacionalnih kompanija, i sudeluje u povezivanju istih kako bi se očuvala njihova ekonomska stabilnost i bezbednost u unutrašnjoj i spoljnoj trgovini. [6, str. 78]

Sjedinjene Američke Države kao vojna i ekonomska super sila tradicionalno prednjače u domenu ekonomske špijunaže, a naročit primat u ovoj oblasti zauzimaju u XX veku. Pored toga što one špijuniraju inostrane kompanije, i ekonomske sisteme, i same su izuzetno izložene problemu ekonomske špijunaže, danas naročito od Kine. Za vreme takozvanog “hladnog rata” protiv SSSR-a američka obaveštajna delatnost bila je usmerena pretežno na vojne kapacitete i tehnologije, da bi se posle toga polako počela prebacivati u sferu ekonomske špijunaže. Poseban zaokret kada je u pitanju ekonomska špijunaža u SAD-u napravljen je dolaskom na mesto predsednika Bila Klinton 1992. godine. Tada je Bil Klinton formirao Nacionalni Ekonomski savet, čija je pretežna uloga bila poboljšanje kompetitivnosti u američkoj trgovini i privredi. Pažnja se usmeravala na razvijanje novih tržišta, a prikupljanje ekonomskih podataka postajalo je jedan od najvažnijih zadataka obaveštajnih službi. Ohrabrivane su kompanije da dobijene obaveštajne podatke dele između sebe radi sveukupnog poboljšanja kompetitivnosti, dok je CIA izdavala Dnevni briefing ekonomske špijunaže, u kome su sadržani podaci dobijeni ekonomskom špijunažom. Pored toga, američka vlada sprovodi agresivno lobiranje kod stranih država u korist američkih kompanija, radi dobijanja unosnih poslova. Tamo gde druga sredstava zakažu na kraju se koristi dobro poznata američka vojna moć. U poslu ekonomske špijunaže u SAD uključene su sve obaveštajne strukture: CIA, NSA, vojne agencije, špijunski sateliti vojske, sistem za prisluškivanje kao što je Echelon. Preko ovih sistema vlada SAD-a svakodnevno skuplja i analizira milijarde informacija, iz kojih se izdvajaju i obrađuju bitne, i kao takve dostavljaju kompanijama koje bi mogle imati višestruke koristi od njih. Američke kompanije su samo tokom 2012. godine izgubile 300 milijardi dolara prihoda zbog krađe komercijalnih tajni. Iz tih razloga početkom 2013. godine SAD su predstavile novu strategiju protiv industrijske špijunaže, zbog kako se navodi “dramatičnog porasta” opasnosti od hakera, odnosno “sajber” špijuna. Nova američka strategija, predviđa kazne i trgovinske akcije protiv pojedinaca i zemalja koje špijuniraju američke trgovinske tajne. Vlada je saopštila da se sve više širi ekonomska špijunaža, ne samo putem hakerskih napada, nego i regrutovanjem bivših zaposlenih u američkim kompanijama koji imaju informacije o njihovom poslovanju. U izveštaju Obamine administracije se navodi da su poslovne tajne vrednosti stotine miliona dolara ukradene zahvaljujući bivšim zaposlenim u Fordu, Diponu, Dženeral Motorsu, Kargilui i Motoroli. I sam predsednik Obama se založio za pomoć američkoj industriji u zaštiti kompjuterske mreže od hakerskih napada, posebno u kritičnim ekonomskim sektorima kao što su bankarstvo, energetika i transport.

Jedna od specifičnih zemalja po mogo čemu kada je u pitanju ekonomska špijunaža jeste Japan. Posle II svetskog rata Japan je izašao sa velikim gubicima, razoren i uništen, sa dve bačene atomske bombe na njega. Međutim, uprkos tome, Japan se brzo uzdigao i počeo da predstavlja ozbiljnog igrača na svetskoj ekonomskoj sceni.

Glavni razlozi takvog preokreta kriju se u nekoliko specifičnosti. Japan je totalno drugačija zemlja od svih zapadnih zemalja, postoji velika udaljenost Japana od drugih zemalja, zastupljeni su poseban jezik i kultura, kao i visok patriotizam. Japanski menadžment ima jedinstven pristup upravljanju preduzećima, gde se svaki zaposleni oseća kao deo porodice i apsolutno je lojalan zajedničkoj ideji – osvajanju svetskog tržišta. Svi ekonomski faktori u Japanu imaju isti cilj, koji se ne bi mogao ostvariti bez odgovarajuće i adekvatne ekonomske špijunaže. Dve osnovne odlike japanske ekonomske špijunaže su:

1. Intezivno korišćenje informacija u ofanzivnoj politici industrijskog razvoja.
2. Dinamično upravljanje tajnama uz jasno označavanje stratejskih tajni koje se štite po svaku cenu od ostalih država.

Takođe, Japan veliku pažnju poklanja uticajnosti u svetu, lobiranju, a za ekonomske obaveštajce se koristi svaki Japanac u bilo kojoj zemlji u svetu. Japanska Macušita škola za biznis i menadžment, u kojoj se školuje poslovna elita Japana, i koja predstavlja najbolju ustanovu te vrste, garantuje Japanu dugoročnu prednost na polju ekonomske obaveštajnosti, jer kvalitetan kadar, uz kulturu jedinstva i zajedničkog cilja je siguran garant za to. [6, str 92]

Posebnu pažnju u ekonomskom razvoju ali i ekonomskoj špijunaži privlači Narodna Republika Kina. Kina predstavlja narastajuću ekonomsku i obaveštajnu snagu. Danas u Kini prema nekim procenama deluje preko 70.000 obaveštajaca uključenih u obaveštajni rad pod okriljem ISTIC (Institut za naučnu i tehnološku informaciju Kine). Kina poslednjih deset godina posebno špijunira SAD, i to u sferi visokih tehnologija poput računarskih i kosmičkih. Poseban slučaj je ubacivanje agenata u Los Alamos, američku laboratoriju za razvoj nuklearnog oružja, što se do tada smatralo nemogućim. Tako su kineski hakeri poznati kao “Šangajska grupa” ukrali podatke 141 strane kompanije koje rade u 20 različitih oblasti. Hakeri su došli do informacija o projektima koji se pripremaju, cenama njihovih proizvoda, planovima za razvoj, a takođe saznali podatke o klijentima, crteže, adrese elektronske pošte saradnika i druge lične podatke. Stručnjaci poznate američke kompanije za zaštitu informacija Mandijant tvrde da hakeri rade uz dozvolu kineskih vlasti. Vlade SAD i Kine često razmenjuju optužbe za špijunažu, naročito nakon različitih talasa hakerskih napada na internet stranice američke Vlade, medijskih organizacija i privatnih firmi. Washington naglašava kako je visokim kineskim državicima u nekoliko navrata „izrazio zabrinutost“ zbog krađa, a Peking odbacuje sve navode kao "neutemeljene". Kinesko Ministarstvo spoljnih poslova tvrdi da je Kina bila glavna žrtva hakiranja, i da većina inostranih hakerskih-napada dolazi iz SAD-a. U siromašnom predgrađu Šangaja stacionirano je nezvanično odeljenje Narodnooslobodilačke vojske koje se bavi sajber ratovanjem – jedinica 61398 sa svojim hakerima koji često upadaju na sajtove poznatih američkih kompanija. Ovo međutim nije jedinstven slučaj u Kini. Mandiant, američka firma koja se bavi sigurnošću na mreži, objavljuje studiju koja prati pojedinačne napade od strane najsofisticiranijih kineskih hakerskih grupa poput “Šangajske grupe” ili “Ekipe komentatora”, pa i kineske vojske. Hakeri iz vojske locirani su na periferiji Šangaja, u dvanaesto spratnoj zgradi okruženoj kaficima i restoranima, i to zahvaljujući činjenici da je najviše napada na američke sajtove dolazilo iz ove oblasti. Mnogi analitičari misle i da je “Ekipa komentatora” (*Comment Crew*), ali i da su mnoge

druge “neformalne” hakerske grupe, sponzorisani od strane države ili da njima upravlja vojska. S obzirom na činjenicu da pored poznatih američkih kompanija napadaju i one koje se bave infrastrukturom, pa i distribucijom energije, ovo je vrlo verovatno. Pored navedenog, veliki problem predstavlja i kineska piraterija poznatih robnih marki, čime se ugrožava pravo intelektualne svojine. Kako bi se to na neki način rešilo Kina je primljena u STO (Svetsku trgovinsku organizaciju), ali to nije rešilo problem, koji je prisutan zahvaljujući prvenstveno odličnoj obaveštajnoj službi, koja je sposobna da pribavi informacije o svakom proizvodu koji zanima kinesku privredu. [5, str. 21]

ZAŠTITA OD EKONOMSKE ŠPIJUNAŽE

Pitanje zaštite informacija postaje sve aktuelnije, kako u privatnom životu, tako i u politici, privredi, finansijama i drugim oblastima ljudske delatnosti. Biznismeni, bankari, preduzimači raznih profila, političari, pa i privatna lica, stalno se sreću sa problemom "oticanja informacija" prema neovlašćenim korisnicima. Kao posledica, raskidaju se i ne ispunjavaju ugovori, krše obećanja i ignorišu zahtevi, za mnogo šta se troši nepotreban novac ili se izdvajaju nepotrebna sredstva. Jednom rečju, neposlovnost, zbog neobaveštenosti ili zbog "oticanja" informacija, postaje ozbiljan problem. Na Zapadu, stoga, često se koristi izreka: "Najskuplja stvar na svetu je informacija". [2, str. 154]

Zaštita od ekonomske špijunaže je jedno od najaktuelnijih bezbednosnih pitanja danas. Mnoge vlade i kompanije više se bave formiranjem službi i sistema zaštite od ekonomske špijunaže, nego formiranjem istih za vršenje špijunaže drugih država i kompanija. Richard Eells, predavač s Kolumbijskog univerziteta, proučavao je sisteme “kompanijski službi sigurnosti” i utvrdio je da kompanije uglavnom bolje čuvaju svoje tajne, nego vlade. Razlog tome između ostalog je i to (kako navodi autor) što globalne kompanije imaju komunikacijsku strategiju...sličnu strategiji nacionalnih država.

Obzirom, da je ekonomska špijunaža i globalni i unutrašnji problem, zaštita od ekonomske špijunaže može se ostvarivati na međunarodnom i nacionalnom nivou. Međunarodna zaštita od ekonomske špijunaže može se sprovoditi na užem regionalnom i najširem univerzalnom planu, koji se ostvaruje kroz sistem UN-a. Za razliku od uže regionalne zaštite špijunaže koja se konstituisala i razvila na zavidnom nivou, univerzalna zaštita od ekonomske špijunaže je tek u začetku. Kada je u pitanju sama unutrašnja, odnosno nacionalna zaštita od ekonomske špijunaže nju sprovode nacionalne države u kojima se nalaze sedišta matičnih kompanija kao i zemlje primaoci njihovih poslovnih jedinica. [6, str. 117]

Unutrašnja zaštita od ekonomske špijunaže može se sprovoditi na dva načina, jedan je onaj koji sprovode same multinacionalne kompanije, a drugi koji sprovode nacionalne države kroz inkriminisanje i krivično-pravno sankcionisanje ekonomske špijunaže.

Svaka ozbiljna kompanija ima sopstvenu službu bezbednosti kojoj se, između ostalih, poverava zaštita od otkrivanja i odavanja trgovačkih i industrijskih tajni. Brojnost jedne takve službe u kompaniji zavisi ne samo od njene veličine, nego i od

činjenice koliko je ta kompanija izložena špijunskim aktivnostima. Tako je, na primer, odeljenje službe sigurnosti Verkschutr-Bayerovih tvornica, stvoreno odlukom saveta uprave 1920. godine, kada je u samom Leverkusenu radilo preko 30.000 osoba, od čega je oko 1/3 istih bilo zaduženo za poslove sprečavanja otkrivanja i odavanja trgovačkih i industrijskih tajni. Multinacionalna kompanija ITT, danas ima razvijeniju obaveštajnu službu, nego neka visoko razvijena zemlja, a po svojoj specifičnosti u nekim slučajevima nadmašuje i čuvenu američku CIA. Stoga se, sa pravom, za tu kompaniju govori da je država u državi.

Zaštita koju sprovode multinacionalne kompanije preko svojih posebnih službi, uglavnom su preventivnog karaktera. Mnoge velike multinacionalne kompanije uporedo sa odeljenjima za istraživanje razvijaju i posebne kontrašpijunske službe. Od svih obrazovnih profila, kompanije u svoje službe zaštite od špijunaže najviše žele da zapošljavaju bivše agente FBI i CIA koji raspolažu navikama i bogatim špijunaškim iskustvom. Osim toga, oni imaju i neophodne veze sa različitim strukturama koje su od neposredne koristi i značaja za različite špijunske i antišpijunske aktivnosti. Pored navedenog, neke od multinacionalnih kompanija između sebe zaključuju džentlmenske sporazume o neprimamljivanju zaposlenih, te o uzajamnom izdavanju agenata koji su doživeli fujasko.

Pored zaštite od ekonomske špijunaže koje preduzimaju same multinacionalne kompanije, posebnu vrstu kontrole i zaštite od ekonomske špijunaže pružaju države. Država zaštitu i kontrolu od ekonomske špijunaže pre svega vrši donošenjem odgovarajućih zakonskih propisa (građansko-pravne, administrativno-pravne i krivično-pravne prirode), a u izvesnim situacijama to čini i putem posebnih individualnih ugovora.

Kada se o ovoj vrsti zaštite govori kroz prizmu normi građanskog prava, uglavnom se misli na propise koji regulišu pitanje naknade štete usled jedne takve učinjene radnje. To su najčešće norme koje regulišu uopšteno institut naknade štete. Kada su u pitanju propisi administrativno-pravne prirode koji se bave špijunažom, oni bi se uslovno mogli podeliti u dve grupe. Prvu grupu propisa čine propisi koji regulišu ulove ulaska kapitala, tj. ulaganja multinacionalnih kompanija, kontrolu njihovog poslovanja i kontrolu dobiti. Drugu grupu propisa administrativno-pravne prirode čine propisi koje se neposredno tiču same zaštite informacija i podataka koji su od interesa za špijunažu. [6, str. 129]

Posebna i najvažnija zaštita od ekonomske špijunaže izražena kroz pravnu regulativu, vrši se putem krivično-pravnih normi. Ovaj vid zaštite ostvaruje se na dva načina, kroz nacionalno krivično zakonodavstvo različitih zemalja, i kroz norme međunarodnog krivičnog prava. Norme međunarodnog krivičnog prava iz pojedinih oblasti uveliko su uhvatile korena u pogledu svoje egzistencije i postaju sve više primenjive. Dok, kada su u pitanju nacionalna krivična zakonodavstva zemalja, sam način regulisanja i formulacija odredbi različita je od države do države. Razlike postoje ne samo u nazivima krivičnih dela, već i u uslovima definisanja inkriminacije. Zbog tih razlika, u ovom radu razmatraćemo zaštitu od ekonomske špijunaže na primerima nekoliko različitih zemalja, odnosno pravnih sistema.

SAD su od davnina suočene sa problemom ekonomske špijunaže, u tom smislu one i tradicionalno krivično-pravnim normama inkriminišu ponašanja koja su neposredno vezana za ekonomsku špijunažu. Zaštitu od ekonomske špijunaže krivično pravo

SAD pruža kako kroz federalne propise, tako i kroz pojedine krivične zakone samih država članica. Prema saveznom zakonu br. 24. od 15. juna 1917. godine, predviđeno je kao kažnjivo krivično delo špijunaže u glavi I gde je i propisano koji podaci se štite, s tim što su isti određeni kroz nabrojanje zaštićenih mesta. Tako su, na primer kao zabranjena mesta proglašena: mornarička brodogradilišta, mornaričke baze, podmorničke baze, stanice za snabdevanje gorivom, utvrđenja, baterije, tvornice i druga mesta, bilo da su to završeni objekti ili tek u izgradnji (citirani zakon čl. 1.). Dalje, saveznim zakonom br. 418. od 12. 8.1938. godine, sankcionisano je pravljenje fotografija, nacrti ili karata o bitnim odbrambenim uređajima i opremi suvozemne vojske i ratne mornarice. Saveznim zakonom br. 513. od 13. 8. 1950. godine inkriminiše se otkrivanje informacija u vezi sa kriptografskim sistemima i obaveštajnom delatnošću SAD-a u vezi sa prenosom vesti. U krivičnim zakonima pojedinih država SAD-a sreću se takve odredbe kojima se direktno ili indirektno sankcioniše radnja koja se može podvesti pod pojam ekonomske špijunaže. Tako, na primer savezna država Arkanazas je donela 1987. godine krivični zakon u kome su sadržane i odredbe koje se odnose na zaštitu od ekonomskog kriminaliteta, između ostalog je sankcionisan i kompjuterski prestup, pri čemu se kao inkriminisane radnje tretiraju svi “namerni, svesni i neovlašćeni pristupi kompjuterima, kompjuterskom sistemu, komunikacionoj mreži ili podacima”. Sličan zakone donele su federalne države Florida, Virđžinija i Kalifornija. Obzirom, da su američke kompanije sve više žrtve špijunskih aktivnosti, naročito onih koje dolaze iz Kine, 2013. godine SAD su donele strategiju borbe protiv industrijske špijunaže čije su žrtve američka preduzeća. Najava novih mera došla je u trenutku objave izveštaja američke kompanije za bezbednost na internetu koja optužuje kinesku vojsku da kontroliše stotine, pa i hiljade informatičkih pirata koji su među najzloglasnijim na svetu i čiji napadi su nedavno bili upereni protiv novina, društva i agencija američke vlade. Bitna karakteristika američkog krivičnog zakonodavstva je da se pri inkriminaciji precizno navodi šta se štiti i određuju zone zabranjenih mesta. No, pored takvog načina, prisutan je i formalno-objektivni način određivanja zaštitnog objekta, a to su svi podaci koje vlada SAD-a označi kao poverljive ili tajne u pogledu širenja ili distribucije, a iz razloga nacionalne bezbednosti. [2, str. 15]

Francuska kao vodeća zemlja u zaštiti od ekonomske špijunaže, kroz svoje krivično zakonodavstvo pruža zaštitu od ekonomske špijunaže kroz više odredbi odnosno dela. Ta dela data su razmerama odredbi Krivičnog zakonika od 1810. godine (Code penal) sa izmenama i dopunama od juna 1940. godine i Vojnog krivičnog zakonika za kopnenu vojsku od 1928. godine sa izmenama i dopunama od 17.2.1958. godine. Tako je naznačena inkriminacija u krivičnom zakoniku obuhvaćena krivičnim delima izdaje (čl. 76), odavanje tajni nacionalne odbrane (čl. 78), ugrožavanje spoljne bezbednosti države (čl. 81, 82), povreda spoljne bezbednosti za vreme rata (čl. 83), kao i u izvesnoj meri inkriminacijama izdaje (čl. 235) i saradnje sa neprijateljem (čl. 236) u Vojnom krivičnom zakonu. Od svih naznačenih dela najobuhvatniju inkriminaciju ekonomske špijunaže daje čl. 78. KZ koji kao delo sankcioniše odavanje ili nedozvoljeno pribavljanje obaveštenja vojnog, diplomatskog, ekonomskog ili industrijskog karaktera, a koji podaci mogu biti u obliku crteža, planova, nacrti, skica, pisanih stvari, fotografija i sl. U francuskom

krivičnom zakonodavstvu pored navedenog, zaštitu od ekonomske špijunaže nalazimo u krivičnim delima koja po svojoj kvalifikaciji ulaze u sferu zaštite podataka vezanih za intimnost ličnosti. Tako je ista radnja inkriminisana u delima povrede tajnosti prepiske (čl. 187), zaštite profesionalne tajne (čl. 378) i zaštita fabričke tajne (čl. 418). Ovde je posebno interesantno navesti krivično delo odavanja fabričke tajne (čl. 418). U izmenama KZ- a koje potiču iz 1988. godine, polje zaštite je prošireno (Chapitre III) tako što je sankcionisano i "neautorizovan pristup kompjuterskim podacima i sistemima za automatsku obradu podataka, kao i krivotvorenja svakog oblika kompjuterizovanih dokumenata". Pored navedenih zakona, koji na neposredan i posredan način regulišu zaštitu od špijunaže, postoje i drugi propisi koji se bave ovom problematikom.

Krivično zakonodavstvo Ruske federacije posebnu pažnju posvećuje ekonomskoj špijunaži. U Ruskoj federaciji, zaštita od ekonomske špijunaže obuhvaćena je kroz krivična dela predviđena u Krivičnom zakonu još iz 1960. godine. Tako je, kao samostalno krivično delo špijunaže bilo predviđeno u čl. 65. KZ. Pored navedenog krivičnog dela koje se direktno odnosilo na špijunažu, KZ-om je nizom članova neposredno regulisano pitanje špijunaže. Tako, član 64. odnosi se na izdaju otadžbine, čl. 75. na odavanje državne tajne, čl. 76. na gubljenje dokumenata koji su državna tajna, čl. 84. odnosi se na iznošenje podataka izviđaja i istrage, i čl. 285. odnosi se na odavanje vojne tajne ili gubljenja dokumenata koji su vojna tajna iz čl. 285. KZ. Noveliranim krivičnim zakonom Ruske federacije ova zaštita je obuhvaćena čl. 276. gde je predviđena i visoka kazna. Tako pomenuti član propisuje da: „, predaja, isto tako skupljanje, krađa ili čuvanje u cilju predaje stranoj državi, stranoj organizaciji ili njihovim predstavnicima, podataka koji predstavljaju državnu tajnu, kao i predaju ili sakupljanje na zahtev strane obaveštajne službe drugih podataka radi njihovog korišćenja na štetu spoljne bezbednosti Ruske federacije, ako je ove radnje izvršio strani državljanin ili lice bez državljanstva, kažnjava se lišavanjem slobode u trajanju od deset do dvadeset godina". S druge strane, koliki se značaj pridaje ovoj materiji govori i činjenica da je Ruska federacija 2004. godine donela poseban federalni zakon o komercijalnoj tajni.

Na prostorima bivše Jugoslovenske države vršeno je inkriminisanje ekonomske špijunaže na različite načine. Po završetku II svetskog rata sankcionisanje delatnosti koja se mogla okarakterisati kao ekonomska špijunaža učinjeno je putem preuzetih pravila iz propisa pre rata. Donošenjem Krivičnog zakonika 2.3. 1951. godine delo ekonomske špijunaže uključeno je u inkriminaciju jednog generalnog krivičnog dela špijunaže predviđenog u članu 105. krivičnog zakonika. Tako je u citiranom članu predviđeno da: "ko poverljive vojne, ekonomske ili službene podatke ili dokumente saopšti ili preda stranoj državi, stranoj organizaciji, ili osobi koja im služi, ili ko ovakve podatke i dokumente pribavlja u nameri da ih preda stranoj državi, stranoj organizaciji ili osobi koja im služi, kazniće se strogim zatvorom najmanje tri godine ili smrtnom kaznom". Naznačeni zakon je 30.6.1959. godine pretrpeo izmene ali su formulacije naznačenih dela ostale ne promenjene. Donošenjem Ustava iz 1974. godine određena pravna regulativa, pa i iz ove oblasti, podeljena je između saveznog i republičkih nivoa. Tako je u krivičnom zakonu Jugoslavije od 28.9.1976. godine inkriminisano krivično delo špijunaže u članu 128., krivično delo odavanja državne

tajne u članu 129., krivično delo odavanja službene tajne u članu 183., i krivično delo odavanja vojne tajne u članu 224.

Krivično zakonodavstvo Srbije, takođe, ima tradiciju u inkriminisanju ponašanja špijuskog karaktera. Tako, u Krivičnom zakonu Srbije iz 1977. godine zaštita tajnih podataka pružena je kroz krivično delo odavanja i neovlašćenog pribavljanja poslovne tajne (čl. 141). Donošenjem krivičnog zakonika Republike Srbije 2005. godine, koji je stupio na snagu 1.1.2006. godine, zaštita podataka koji predstavljaju poslovnu (komercijalnu) tajnu pružena je kroz više predviđenih krivičnih dela. Najprecizniju zaštitu u tom pogledu daje član 240.- odavanje službene tajne koji u stavu 1. predviđa: “ko neovlašćeno drugom saopšti, preda ili na drugi način učini dostupnim podatke koji predstavljaju poslovnu tajnu ili ko pribavlja takve podatke u nameri da ih preda nepozvanom licu, kazniće se zatvorom od tri meseca do pet godina”. Ovaj vid zaštite pružen je i kroz inkriminaciju sadržanu u krivičnim delima protiv bezbednosti računarskih podataka čl. 298. – čl. 304., potom kroz krivično delo špijunaže iz člana 315., odavanja državne tajne čl. 316., zloupotreba monopolskog položaja čl. 232., i dr. Krivični zakonik Republike Srbije od 2005. godine pretrpeo je više izmena i dopuna do danas, a poslednja je bila 2012. godine. Međutim, članovi koji se odnose na krivična dela špijunaže nisu se menjali. [6, str. 130] Ovakvim pristupom krivično zakonodavstvo Srbije je u izvesnoj meri uspelo da zaokruži materiju koju je neophodno zaštititi u sistemu sve većeg nadiranja i bezkrupuloznosti ove nezakonite delatnosti. Ipak, krivično–pravna regulativa zasebno ne može obezbediti potpunu zaštitu u tom pogledu iz razloga što je neophodno raditi na preventivnim merama koje ne spadaju u isključivi domen krivičnog zakonodavstva već uopšte u domen kriminalističkih nauka. S druge strane, necelishodno je u samom krivičnom zakonodavstvu propisivati šta se sve može i treba smatrati poslovnom tajnom, jer to po našem mišljenju treba da reguliše poseban propis. U tom smislu bilo bi celishodno izvršiti uporedno-pravnu analizu drugih razvijenih zemalja i iskustva iz pravne regulative tih zemalja ubuduće koristiti na planu zaštite od ekonomske špijunaže na našim prostorima.

ZAKLJUČAK

Novi međunarodni ekonomski poredak je ne samo ideja već i kompleksan proces. U procesu njegove izgradnje inovacije i visoka tehnologija imaju posebnu ulogu. Međutim, te komponente zahtevaju ne samo velika finansijska sredstva već i visokokvalifikovane stručnjake i vreme posebno kada se radi o istraživanjima i eksperimentima. Da bi se to izbeglo pribegava se dobijanju podataka i na nelegalan način, tj. kroz postupke špijuniranja. U tome učestvuju ne samo pojedinci već i multinacionalne kompanije, pa i same države. Predmet interesovanja kreće se od stokova mineralnih sirovina, tehničko-tehnoloških inovacija pa do kosmičkih istraživanja.

Koliki značaj se posvećuje ovom fenomenu govori i činjenica da u mnogim zemljama postoje i posebne škole za obučavanje izvršilaca ekonomske špijunaže. U tome prednjače visoko-razvijene industrijske zemlje-SAD, Francuska Japan i dr.

Uporedo sa svim ovim, usavršavaju se i mehanizmi zaštite od ekonomske špijunaže. Zaštita značajnih informacija postaje sve neophodnija kako u privatnom životu tako i u politici, privredi, finansijama i drugim oblastima ljudske delatnosti. Ova zaštita postaje jedno od najaktuelnijih bezbednosnih pitanja danas. Ta zaštita se sprovodi kako putem odgovarajuće pravne regulative kroz krivično, upravno i građansko zakonodavstvo ali i kroz privatne sisteme obezbeđenja. Ipak, usavršavanje sistema zaštite u ovoj sferi nije samo stvar prestiža već je to prosto neophodno.

BIBLIOGRAFIJA

1. Duraković, A. (2007) „Razlika između poslovnog informacionog sistema i industrijske špijunaže“, *Tranzicija - Međunarodni naučno-stručni časopis za ekonomiju i politiku*, broj 19-20, Tuzla-Beograd
2. Combs, E. & Moorhead, J. (1992) *The Competitive Intelligence Handbook*. London: Scarecrow Press.
3. Petrović, Z. P. (2005) *Ekonomska špijunaža*, Beograd: Draslar partner.
4. Perry, S. (1995) *Economic Espionage and Corporate Responsibility*. Criminal Justice International 11.
5. Nešković, S. (2011) *Međunarodna ekonomska špijunaža*. Novi Sad: FIMEK.
6. Zindović, I. (2008) *Multinacionalne kompanije ekonomska špijunaža*. Kraljevo: Alisa Press.

RESUME

This paper, in a short manner, aims to show the problem of one segment of the modern international economic order. This problem is reflected by the activities of economic espionage. The new international economic order is not just an idea, but a complex process. In this process, innovation and high technology have a special role. However, these components require not only large financial resources, but also highly skilled professionals and time, especially when it comes to research and experiments. In order to receive such knowledge in a much cheaper way, organisations try to obtain data in an illegal manner, i.e. through the actions of spying. That involves not only individuals, but also multinational companies, including the state itself. The subject of interest ranges from stocks of mineral resources, technological innovation and to the cosmic research.

How much importance is given to this phenomenon shows the fact that in many developing countries there are special schools for training in economic espionage. The leaders in economic espionage are highly-developed industrial countries: the United States, France, Japan, etc.

Along with all this, mechanisms of protection against economic espionage are developed. Protection of important information is becoming increasingly necessary, as in private life and in politics, economy, finance and other areas of human activity. This protection becomes one of the most acute security issues today. This protection is carried out by legislative means through criminal, administrative and civil legislation, but also by private security systems. However, improvement of the system of protection in this area is not only a matter of prestige, it is simply a necessity.

OBIM PROMJENA I UČESTALOSTI POJAVE ANGLICIZAMA U ODREĐENOM VREMENSKOM RASPONU U UDŽBENICIMA EKONOMIJE

Jelena Lekić, doc. dr

Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
jelenalekic@gmail.com

Apstrakt

Danas nije teško zapaziti pretjeran broj anglicizama. U lingvističkoj praksi nema dovoljno iscrpnih istraživanja ove pojave. To je jedan od razloga što se malo zna o obimu pojavljivanja anglicizama u određenim vremenskim jedinicama, za pet, za deset ili više godina. Nepoznati su tempo, nivo i pravilnost adaptacije. Čini se da se ne preduzimaju odgovarajuće mjere za suzbijanje neopravdanih anglicizama koji potiskuju veliki broj riječi srpskog jezika istih. Ovakva jezička praksa utiče da srpski jezik bude ugrožen u svom prirodnom razvitku i da se raširi neki surogat koji nije ni engleski ni srpski. Takva situacija je nametnula potrebu da se u ovom radu, na jednom malom uzorku, ukaže na problem prisustva i rasta anglicizama u udžbenicima ekonomije.

Cljučne reči: anglicizam, ekonomija, adaptacija, lingvistička praksa, invazija anglicizama

SCOPE OF CHANGES AND FREQUENCY OF OCCURRENCE OF ANGLICISMS IN A CERTAIN TIME FRAME IN TEXTBOOKS OF ECONOMICS

Abstract

Nowadays, it is not difficult to notice a great number of Anglicisms. In the linguistic practice, there is no extensive research on this phenomenon. That is one of the reasons why so little is known about the extent of Anglicisms appearance at certain units, for five, ten or more years. The level, tempo of adaptation are not known. It seems that no appropriate measures are taken to combat the use of unjustified Anglicisms, which suppress many of the same words in the Serbian language. Such a linguistic practice threatens the natural development of the Serbian language and to spread a surrogate that is neither English nor Serbian. So, it seems necessary to present, on a small sample, the presence and growth of Anglicisms in textbooks of economics.

Keywords: anglicizam, economics, adaptation, linguistic practices, invasion of Anglicism

JEL codes: Z10

UVOD

Ovim istraživanjem sagledane su promjene broja anglicizama u dva udžbenika ekonomije različitih godina izdanja: Jojić 1997. i Jokić, Kalač 2009. godine.

Iako se prostom percepcijom može zapaziti invazija anglicizama, u lingvističkoj praksi nema fundamentalnih istraživanja ove pojave. Zato se malo zna o obimu pojavljivanja anglicizama u određenim vremenskim jedinicama, za pet, za deset ili više godina. Nepoznati su tempo, nivo i pravilnost adaptacije. Ne preduzimaju se odgovarajuće mjere za suzbijanje neopravdanih anglicizama koji potiskuju veliki broj riječi srpskog jezika istih ili boljih semantičkih vrijednosti. Zbog svega toga nije nemoguće da srpski jezik bude ugrožen u svom prirodnom razvitku i da se raširi neki surogat koji nije ni engleski ni srpski. Takva situacija je nametnula potrebu da se u ovom radu, na jednom malom uzorku, ukaže na problem prisustva i rasta anglicizama u udžbenicima.

PROBLEM PRISUSTVA I RASTA ANGLICIZAMA

Cilj istraživanja je da se na jednom uzorku utvrdi:

- a) Obim promjena pojavljivanja anglicizama za period od 12 godina;
- b) Sagleda nivo adaptacije upotrijebljenih anglicizama i
- c) Ocijeni opravdanost upotrebe tih anglicizama

Jezička građa uzeta je iz dva udžbenika ekonomije i istovjetnog poglavlja. Iz oba udžbenika je analizirano po 25 stranica.

Primijenjene su komparativno-tekstualna, analitičko-sintetička i statistička metoda.

U udžbenicima su korišćeni istovjetni i različiti anglicizmi.

- a) Istovjetni anglicizmi su:

1. bilans	7. menadžerski
2. investitor	8. fiksni
3. kompanija	9. finansije
4. referentan	10. stipendija
5. konsultantski	11. operativan
6. identičan	

- b) Različiti anglicizmi su:

Udžbenik iz 1997. godine	Udžbenik iz 1997. godine
---------------------------------	---------------------------------

1. set	1. realizacija
2. kompanije	2. plan
3. instrument	3. program
4. stimulator	4. rigidan
5. adresant	5. prezentirati
6. referenca	6. finansijski
7. diverzifikacija	7. revidirati
8. profiliranost	8. identičan
9. anticipacija	9. menadžment
10. rekapituliran	10. profit
11. tehnologija	11. korespondentan

- | | |
|-------------------|---------------------|
| 12. aktivizacioni | 12. eksterno |
| 13. konkurencija | 13. strategija |
| 14. konsultant | 14. investitor |
| 15. investiranje | 15. koncipirano |
| 16. fond | 16. operativan |
| | 17. pozicioniranje |
| | 18. marketing |
| | 19. web-site |
| | 20. input |
| | 21. menadžer |
| | 22. improvizacija |
| | 23. SWOT analiza |
| | 24. infrastruktura |
| | 25. resurs |
| | 26. implementacija |
| | 27. integrisanost |
| | 28. tinejdžer |
| | 29. referentan |
| | 30. miks |
| | 31. asortiman |
| | 32. komparativan |
| | 33. logistika |
| | 34. interpersonalno |
| | 35. evidencija |
| | 36. bruto |
| | 37. rentabilitet |
| | 38. email |
| | 39. varijabilan |
| | 40. output |

Obim korišćenih anglicizama i njihova brojčana relacija, u posmatranim djelovima udžbenika prikazanu su u tabeli 1 i grafikonima 1 i 1a.

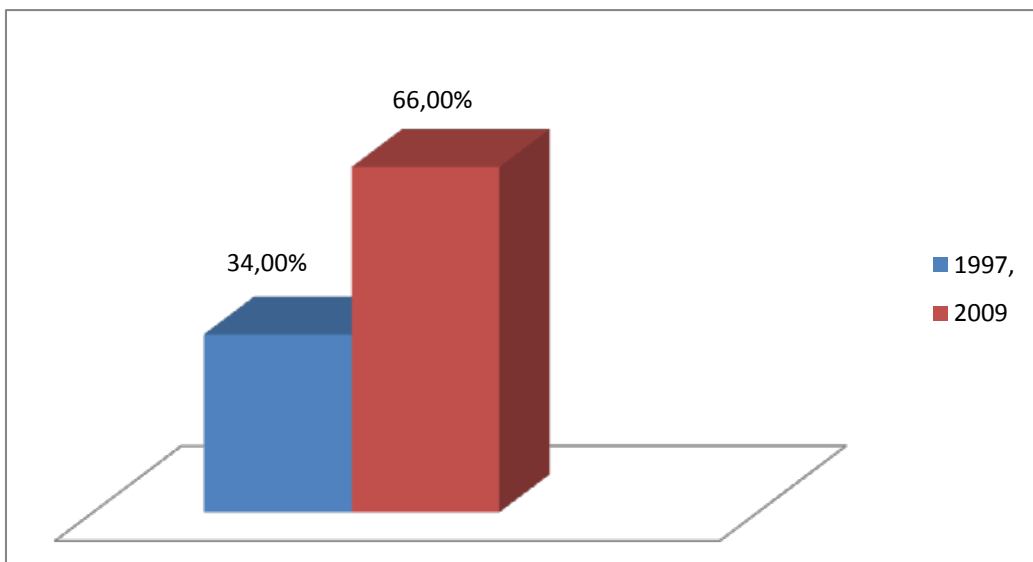
Tabela 1. Obim upotrebe anglicizama

Udžbenik	Upotrijebljeno		Višekratno		Istih		Različitih	
	Broj	%	Broj	%	Broj	%	Broj	%
1997. godine	26	34,00	47	26,40	11	50,00	15	27,00
2009. godine	51	66,00	131	73,60	11	50,00	40	73,00
Ukupno	77	100,00	178	100,00	33	100,00	55	100,00

Za saopštavanje skoro istovjetnih sadržaja u oba udžbenika je upotrijebljeno 77 anglicizama, od toga u Ekonomiji 2009. za jednu trećinu više, odnosno (32,00 %) više. S obzirom da se određeni broj anglicizama upotrebljava višestruko, obim korišćenja u Ekonomiji 2009. se još više povećava, pa razlika iznosi (47,20%). Malo je istih anglicizama i jednak je broj u oba udžbenika. Međutim, velika je razlika u upotrebi različitih anglicizama (36,00%), što je jednako razlici kod višestruke upotrebe anglicizama.

Uvažavajući mogući uticaj nepoznatih faktora, ipak je neminovan zaključak da se broj anglicizama nenormalno povećao u tako kratkom vremenskom periodu.

Grafikon 1. Obim upotrebe anglicizama



Grafikon 1a. Obim višestruke upotrebe

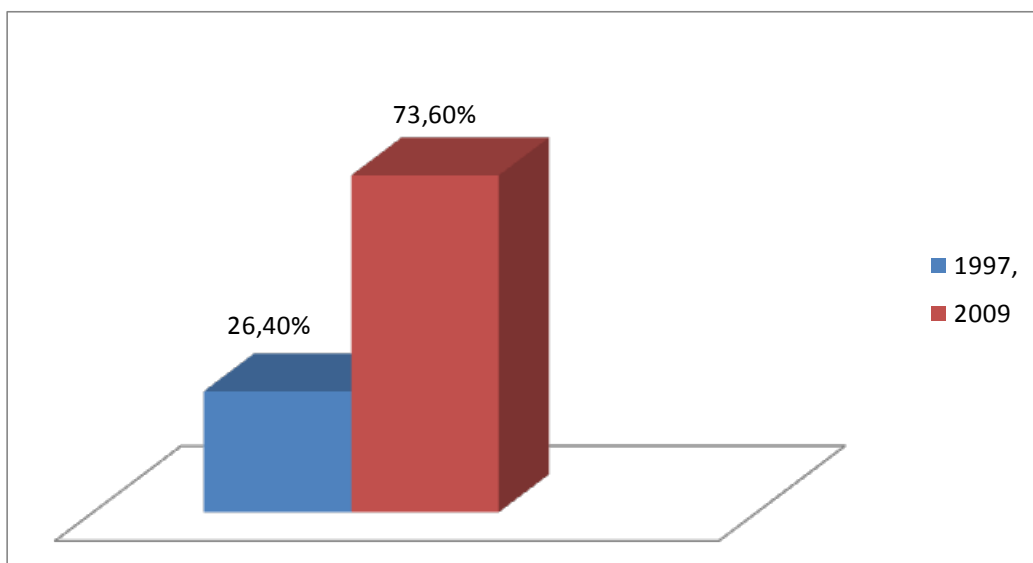


Tabela 2. Nivo asimilacije

Udžbenik	Fonološka		Morfosint.		Ortografska		Semantička		Svega
	Broj	%	Broj	%	Broj	%	Broj	%	
1997. godine	7	18,42	6	15,79	14	36,84	11	28,95	38
2009. godine	15	12,86	9	18,42	24	34,29	22	31,43	70

U starijem udžbeniku prosječno svi upotrijebljeni anglicizmi su asimilovani na 1,4 nivou, što znači da nemaju dva puna nivoa, naprimer fonološki i ortografski. Kod novijeg udžbenika u prosjeku anglicizmi nijesu asimilovani na jednom nivou, jer kod sedam anglicizama nema ni jedan nivo. U prvom udžbeniku najmanja asimilacija je na morfosintaksičkom nivou (15,79%), a najveća na ortografskom nivou (36,84%). U drugom udžbeniku najmanja asimilacija je na fonološkom nivou (12,86%), a najveća, kao u prvom udžbeniku na ortografskom nivou (34,29%). Može se zaključiti da je asimilacija upotrijebljenih anglicizama u oba udžbenika tek započeta, mada je u prvom udžbeniku na nešto većem nivou. Moguća je pretpostavka da je na to uticao vremenski faktor, jer je prvi udžbenik 12 godina ranije objavljen.

Tabela 3. Opravdanost upotrebe

Udžbenik	Opravdano		Neopravdano		Svega
	Broj	%	Broj	%	
1997. godine	10	38,50	16	61,50	26
2009. godine	23	45,00	28	55,00	51

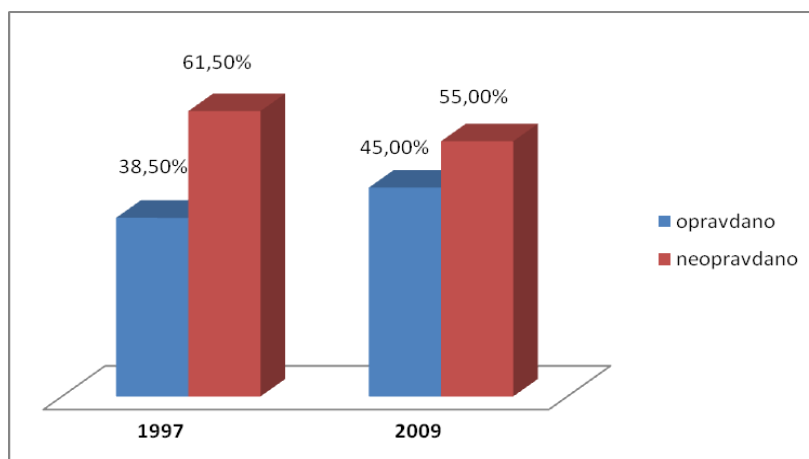
Kao opravdani anglicizmi uvažene su one riječi iz engleskog jezika čije se značenje u srpskom jeziku može iskazati tro i višečlanim iskazom. Takvih anglicizama je u starijem udžbeniku 38,50%, a u novijem 45,00% .

Neopravdani su svi anglicizmi za koje u srpskom jeziku postoji sinonim istog značenja od jedne riječi ili dvočlane sintagme. U starijem udžbeniku je 61,50% neopravdanih anglicizama, a u novijem 55,00% .

Očigledno je da su autori ispoljili pomalo neodgovoran odnos prema svome jeziku i korisnicima svojih udžbenika.

Ako se ovi podaci uporede sa istraživanjem koliko anglicizmi doprinose kvalitetu komuniciranja, vide se loše posljedice, jer 60,30% ispitanika (studenti 65,00%, učenici 82,00% i zaposleni 28,00%) imaju poteškoća u razumijevanju literature zbog stranih riječi (anglicizama). Dakle, potpuno isto: koliko neopravdanih anglicizama toliko nerazumijevanja sadržaja.

Grafikon 2. Opravdanost anglicizama



Kao kriterijum opravdanosti je postojanje riječi istog semantičkog sadržaja za upotrijebljene anglicizme. U oba slučaja je više od polovine anglicizama neopravdano upotrijebljeno, jer postoji odgovarajuća riječ istog semantičkog sadržaja. Pokazatelji iz ovog istraživanja korespondiraju sa istraživanjem koliko anglicizmi doprinose kvalitetu komuniciranja, jer (65,96%) studenata i (82,00%) učenika izjavljuje da ima problema u korišćenju literature zbog nerazumijevanja pojedinih riječi.

Ovo skromno istraživanje upućuje na dva zaključka:

- a) u udžbenicima se koristi veliki broj anglicizama
- b) oko (60,00%) se neopravdano koristi jer imaju odgovarajuću zamjenu u srpskom jeziku.

ZAKLJUČAK

U sadašnjem trenutku razvoja postoji ogroman priliv anglicizama u srpski jezik, što je posljedica određene društvene situacije u Srbiji i Crnoj Gori i zemalja iz kojih se primaju anglicizmi. Najveći broj tih anglicizama je neopravdan, jer u srpskom jeziku postoje riječi istog semantičkog značenja.

Zbog ogromnog broja anglicizama i nedostatka potpune norme za njihovu asimilaciju prisutna je pojava upotrebe anglicizama, ortografske i ortoepske, u oblicima koji ne zadovoljavaju standarde srpskog jezika, te se osjećaju posljedice.

Veliki broj anglicizama se nepotrebno koristi u svim oblastima komunikacije, posebno u sredstvima javnog informisanja, raznim oblicima reklama i propagande, pa i u stručnoj literaturi.

Istraživanje sprovedeno na dva udžbenika ekonomije pokazuje rapidan rast upotrebe anglicizama u kratkom vremenskom periodu. Naime, u udžbeniku koji je štampan 12 godina kasnije broj anglicizama se povećao (32,00%); Broj neopravdanih anglicizama prelazi polovinu – u jednom udžbeniku (61,00%), a drugom (55,00%).

BIBLIOGRAFIJA

1. Filipović, R. (1986), *Teorija jezika u kontaktu*, Jugoslovenska akademija znanosti i umetnosti. Zagreb: Školska knjiga.
2. Filipović, R. (1990) *Anglicizmi u hrvatskom ili srpskom jeziku: poreklo, razvoj, značenje*. Jugoslovenska akademija znanosti i umjetnosti. Zagreb: Školska knjiga.
3. Filipović, S. (2003) *Anglicizmi iz registra mode u srpskom jeziku: formalna analiza*. U: Prilozi proučavanju jezika. Novi Sad: Odsek za srpski jezik i lingvistiku Filozofskog fakulteta u Novom Sadu.
4. Görlah, M. (2003) *English Words Abroad*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
5. Haugen, E. (1950) The Analysis of Linguistic Borrowing. *Language*, (26), 210-230.
6. Injac, G. (2005). Pozajmljenica ili promena koda? - engleski jezik u srpskom i poljskom pisanom diskursu. *Prilozi proučavanju jezika*, (36), 125-135.
7. Ivić, P. (1986) *Srpski narod i njegov jezik*. Beograd: Srpska književna zadruga / SKZ.
8. Jojić, R. (1997) *Preduzetništvo*. Priština: Institut za ekonomska istraživanja.

9. Jokić, D. & Kalač, B. (2009) *Preduzetništvo*. Novi Pazar: Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru

RESUME

Nowadays, it is not difficult to notice a great number of Anglicisms. In the linguistic practice, there is no extensive research on this phenomenon. That is one of the reasons why so little is known about the extent of Anglicisms appearance at certain units, for five, ten or more years.

This paper uses two economics textbooks: Jojić (1997) and Jokić & Kalač (2009) in order to analyse the number and change of anglicisms used in these textbooks. Our conclusions are that at present there is a huge influx of anglicisms into the Serbian language, as a result of the current social situation in Serbia and Montenegro and the countries from which anglicisms are received. In most cases the use of these anglicisms is unjustified, because the Serbian language contains words of the same semantic meaning.

Because of the enormous number of used anglicisms and the lack of complete standards for their assimilation, anglicisms, orthographic and orthoepic, are used in forms that do not meet the standards of the Serbian language, and we feel the consequences.

A large number of anglicisms is unnecessarily used in all areas of communication, especially in the media, various forms of advertising and propaganda, and in professional literature.

The research conducted in two the economics textbooks shows the rapid growth in the use of Anglicisms in a short period of time. The textbook, which was printed 12 years later, the number of anglicisms increased by 32%, the number of unjustified anglicisms exceed half in one textbook (61%) and in the second (55%).

TEHNIČKO UPUTSTVO ZA FORMATIRANJE RADOVA

NAZIV RADA

[Times New Roman 13 point, bold, centred, upper case]

Ime Autora [Times New Roman, 10 point, bold, centred and Upper and lower case]

Institucija u kojoj je autor zaposlen [10 point, normal, centred and upper and lower case]

Grad /Zemlja [10 point, normal, centred and upper and lower case]

E-mail [10 point, italic, centred and upper and lower case]

Apstrakt

[Times New Roman 10-point, justified]

Apstrakt treba biti od 100 do 200 riječi.

Ključne riječi: **[Times New Roman, 10-point, bold, alignment left]**

NASLOVI [Times New Roman, 12- point, bold, upper case and justified]

Rad treba biti u formatu B5 (17,6 x 25.1cm). Margine: top – 2.5 cm; bottom – 2.5 cm; left – 2.5 cm; right – 2.5 cm. Tekst treba biti jediničnog proreda u jednoj koloni pisan fontom Times New Roman veličine 11-point. Rad treba biti obima od 7 do 14 stranica.

PODNASLOVI [TIMES NEW ROMAN, 12-POINT, NORMAL, LIJEVO PORAVNANJE]

SLIKE I TABELE

Slike, tabele i grafici trebaju biti poravnati po sredini, oznčeni odgovarajućim brojem i naslovom kao u sljedećim primjerima:

Slika 1. BET index

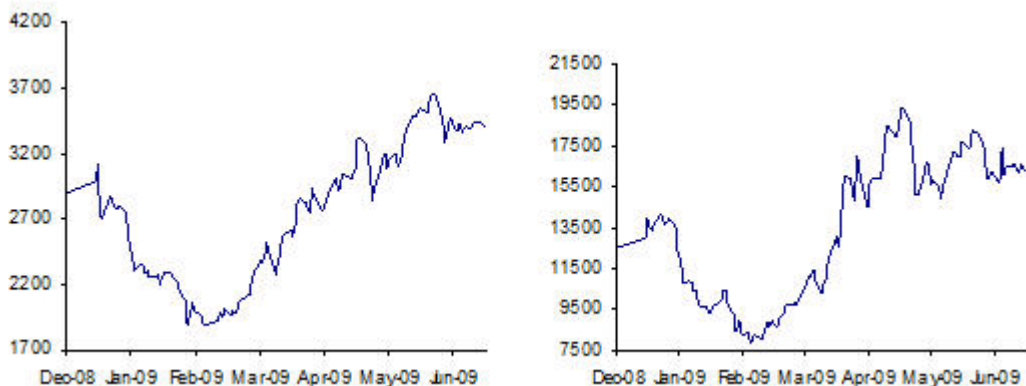


Tabela 1. Deskriptivna statistika prihoda na hartije od vrijednosti

	Austrija	Francuska	Njemačka	Mađarska	Poljska
Srednja vrijednost	-0.002%	-0.006%	-0.009%	0.008%	0.012%
Medijan	0.011%	0.013%	0.039%	0.025%	0.010%
Maksimum	12.759%	13.149%	11.125%	17.410%	10.870%
Minimum	-11.164%	-11.301%	-8.666%	-19.110%	-11.850%

BIBLIOGRAFIJA

Citiranje bibliografskih izvora u tekstu je obavezno. Citati u tekstu trebaju biti obilježeni velikim zagradama na primjer: [1, str. 125].

Molimo Vas ne koristite fusnote ili endnote za citiranje izvora. Numerisana lista izvora i literature treba biti data na kraju rada na način kao u sledećem primjeru:

1. Porter, M.E. (1998) *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
2. Larrain, F., Tavares, J. (2003) Regional currencies versus dollarization: options for Asia and the Americas, *Journal of Policy Reform*, 6 (1), str. 35-49
3. Shachmurove, Y. (2001) Optimal portfolio analysis for the Czech Republic, Hungary and Poland during 1994-1995 period, *CARESS Working Paper No. 00-12*
4. Gwin, C.R. (2001) *A Guide for Industry Study and the Analysis of Firms and Competitive Strategy*. Preuzeto sa sajta: <http://faculty.babson.edu/gwin/indstudy/index.htm>.
5. IMF (2010) Global Financial Stability Report, *IMF World Economic and Financial Surveys*

Lista treba biti pisana fontom Times New Roman, veličine 10-point, normal, justified, upper and lower case.

BROJEVI STRANICA I ZAGLAVLJA

Molimo Vas nemojte koristiti brojeve stranica ili zaglavlja.

RESUME

Na kraju teksta neophodno je dati rezime članka na engleskom jeziku u dužini do jedne stranice.

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

33

EKONOMSKI izazovi: časopis Departmana za
ekonomske nauke Internacionalnog Univerziteta
u Novom Pazaru / glavni i odgovorni urednik
Bećir Kalač. - God. 1, br. 1 (mart 2012)-
. - Novi Pazar (Dimitrija Tucovića b.b.) :
Univerzitet u Novom Pazaru, 2012- (Kraljevo :
GrafiColour). - 25 cm

Polugodišnje
ISSN 2217-8821 = Ekonomski izazovi
COBISS.SR-ID 189878796