



Univerzitet u Novom Pazaru

Ekonomski izazovi

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

Godina 10, Broj 19

Novi Pazar, jul 2021. godine

Ekonomski izazovi

Časopis departmana za ekonomske nauke
Univerziteta u Novom Pazaru

Izdavač: **Univerzitet u Novom Pazaru**
Za izdavača: **Suad Bećirović**, rektor

Redakcija: **Bećir Kalač**, glavni i odgovorni urednik
Elma Elfić, zamjenik glavnog i odgovornog urednika

Dženis Bajramović, sekretar i tehnički urednik
Haris Zogić, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
Amela Ahmatović, zamjenik sekretara redakcije
Irma Mašović-Muratović, zamjenik tehničkog urednika

Uređivački odbor: **Radmilo Todosijević**, Univerzitet u Novom Sadu
Suad Bećirović, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
Petar Bojović, Univerzitet Metropolitan
Senad Bušatlić, Internacionalni Univerzitet u Sarajevu
Adisa Delić, Univerzitet u Tuzli
Daniel Tomić, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Mehmed Meta, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru

Izdavački savjet: **Tibor Petres**, University of Szeged
Amela Lukač-Zoranić, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
Darko Lacmanović, Univerzitet Mediteran
Enis Ujkanović, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
Azra Čatović, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
Gordana Paović-Jeknić, Univerzitet Crne Gore
Safet Muković, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
Brikend Aziri, Univerzitet u Tetovu
Naser Raimi, Univerzitet u Tetovu
Ibrahim Obhodaš, Sveučilište/Univerzitet "Vitez" u Vitezu
Edib Smolo, Internacionalni Univerzitet u Sarajevu

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

Korice: **Denis Kučević**, Univerzitet u Novom Pazaru

Tiraž: 500 primjeraka

Štampa: DB GRAFIKA, Kraljevo

Termin izlazaka: Polugodišnje –dva puta godišnje

ISSN: 2217-8821
e- ISSN: 2560-4805

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: <https://scindeks.ceon.rs/journalDetails.aspx?issn=2217-8821>

Bibliografska baza:

- Repozitorijum NBS
- Kobson - Spisak časopisa iz Srbije dostupnih u elektronskoj formi
- Central and Eastern European Online Library (CEEOL)
- University Library of Regensburg
- SCI indeks Srbija K52 za 2019 i 2020
- M52 lista Ministarstva Prosvete Republike Srbije za 2019
- M53 lista Ministarstva Prosvete za 2015, 2016, 2017 i 2018 i 2020

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

UVODNA REČ UREDNIKA

Poštovani čitaoci,
uvažene kolege i koleginice,

Približila se 10 godina od izlaska prvog broja časopisa Ekonomski izazovi, čast mi je i veliko zadovoljstvo da predstavimo prvi broj u 10 godini izdanja, odnosno 19 izdanje časopisa Ekonomski izazovi.

Ovo 19 izdanje časopisa izlazi u periodu velike tuge i do sada nezabeležene situacije u istoriji ljudskog roda, da jedan virus (Covid19) parališe svet i svetsku ekonomiju, u narednim časopisima će sigurno autori analizirati reperkusije ovog nezapamćenog stanja u istoriji ljudske civilizacije i utvrdite ekonomske efekte i štete u narednim izdanjima.

Krajem 2019 Ministarstvo prosvete RS je naš i Vaš časopis Ekonomski izazovi kategorisalo po prvi put kao M52 za 2019 na listi Ministarstva za prosvetu i nauku RS.

U 2017 akademskoj godini smo pristupili i SCI indeksu Srbija, tako da su naši radovi sada vidljivi i na njihovom sajtu ali su i opremljeni DOI brojevima poput svih renomiranih časopisa i od sada je časopis opremljen i e-ISSN brojem.

Svih ovih godina rasli smo, kako u pogledu broja tako i u pogledu kvaliteta radova koje dobijamo. Izrazito zadovoljstvo nam pričinjava činjenica da sve veći broj profesora, istraživača i studenata iz okolnih zemalja i Univerziteta aktivno učestvuje u daljem razvoju časopisa Ekonomski izazovi.

O samom 19 izdanju časopisa Ekonomski izazovi, nemam potrebu da pišem u mnogome, jer su sami autori o svojim temama veoma studiozno i na veoma pitak a sa druge strane akademski prihvatljiv način, napisali stranice i stranice svojih razmišljanja.

Glavni urednik,
Prof. dr Bećir Kaladž

Sadržaj / Contents

KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA U ISLAMSKOJ EKONOMIJI.....	1
Almir Pramenković.....	1
THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE ISLAMIC ECONOMY.....	1
EKONOMSKA ANALIZA JAVNIH PRIHODA I RASHODA ZEMALJA EVROPSKE UNIJE.....	15
Biljana Ivanova	15
Milan Mihajlović.....	15
Miloš Miljković.....	15
ECONOMIC ANALYSIS OF PUBLIC REVENUES AND EXPENDITURES IN THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION.....	15
SLIČNOST EKONOMSKOG RAZVOJA TURSKE I JUGOSLAVIJE IZMEĐU DVA SVETSKA RATA: UPOREDNA ANALIZA MAKROEKONOMSKIH INDIKATORA	24
Goran V. Nikolić; viši naučni saradnik.....	24
Sladana Zdravković; istraživač saradnik	24
THE SIMILARITY OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF TURKEY AND YUGOSLAVIA IN THE INTERWAR PERIOD: COMPARATIVE ANALYSIS OF MACROECONOMIC INDICATORS.....	24
VRSTE I NAČINI MERENJA DOHODOVNE KONVERGENCIJE	34
Sonja Milutinović.....	34
TYPES AND METHODS OF MEASURING INCOME CONVERGENCE	34
LOW-COST AVIO-SAOBRAĆAJ KAO DETERMINANTA RAZVOJA TURIZMA.....	43
Filip Ž. Bugarčić.....	43
Marijana Bugarčić.....	43
LOW-COST AIR TRAFFIC AS A DETERMINANT OF TOURISM DEVELOPMENT.....	43

RAVNOTEŽA IZMEĐU POSLOVNOG I PRIVATNOG ŽIVOTA ZAPOSLENIH I MENADŽERA - POGODNOSTI ZA BALANSIRANJE ŽIVOTA I NJIHOVI EFEKTI	58
Srdana Taboroši.....	58
Aleksandra Kovačević	58
THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON THE REENGINEERING PROCESS	58
MODELI KOMUNIKACIJE IZMEDJU PROIZVODJAČA I POTROŠAČA 70	
Milan Šoškić	70
MODELS OF COMMUNICATION BETWEEN PRODUCERS AND CONSUMERS	70
MALI I SREDNJI BIZNIS I EVROPSKA UNIJA – MEĐUSOBNA ODREĐENJA	80
Azra Čatović	80
Haris Zogić	80
Elma Kujović.....	80
SMALL AND MEDIUM BUSINESS AND THE EUROPEAN UNION - MUTUAL DEFINITIONS.....	80
KONCEPT ENGLESKOG JEZIKA STRUKE	91
Jelena Rajović.....	91
Marija Vuković	91
Jelena Lekić	91
THE CONCEPT OF THE ENGLISH LANGUAGE FOR SPECIFIC PURPOSES (ESP).....	91
SPISAK RECENZENATA ČASOPISA EKONOMSKI IZAZOVI.....	100
LIST OF RECONCILIENTS OF THE JOURNAL ECONOMIC CHALLENGES	100
TEHNIČKO UPUTSTVO ZA FORMATIRANJE RADOVA.....	101

NAUČNI ČLANCI

SCIENTIFIC ARTICLES

KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA U ISLAMSKOJ EKONOMIJI

Almir Pramenković

Fakultet za islamske studije, Novi Pazar, Srbija
almirpramenkovic@gmail.com

Apstrakt

Ovaj tekst predstavlja kratki uvod u važne pojmove koji se odnose na islam. Također, tekst nudi pregled važnih razlika u modernoj islamskoj misli. U skladu s literaturom u ovom polju, razlikuju se tri škole mišljenja i istražuju elementi koji se razlikuju međusobno. Pored toga, tekst tretira islamsku ekonomiju istražujući njen razvoj kao akademsko polje studija i pruža pregled važnih pojmova i tema. Ovdje je primjetno kako je diferencijacija na tri škole moderne islamske misli relevantna za razumijevanje islamske ekonomije i određenih njenih kontroverznih pitanja. Tekst, osim toga, uvodi pojam ‘održivi razvoj’, istražuje razvoj pojma i uvodi važne pojmove koji se odnose na tu ideju. Posljedni dio teksta se bavi korelacijom između islamske ekonomije i održivog razvoja.

Ključne reči: islam, ekonomija, islamska ekonomija, održivi razvoj, ciljevi Šerijata.

THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE ISLAMIC ECONOMY

Abstract

Ovaj tekst predstavlja kratki uvod u važne pojmove koji se odnose na islam. Također, tekst nudi pregled važnih razlika u modernoj islamskoj misli. U skladu s literaturom u ovom polju, razlikuju se tri škole mišljenja i istražuju elementi koji se razlikuju međusobno. Pored toga, tekst tretira islamsku ekonomiju istražujući njen razvoj kao akademsko polje studija i pruža pregled važnih pojmova i tema. Ovdje je primjetno kako je diferencijacija na tri škole moderne islamske misli relevantna za razumijevanje islamske ekonomije i određenih njenih kontroverznih pitanja. Tekst, osim toga, uvodi pojam ‘održivi razvoj’, istražuje razvoj pojma i uvodi važne pojmove koji se odnose na tu ideju. Posljedni dio teksta se bavi korelacijom između islamske ekonomije i održivog razvoja.

Keywords: Islam, economics, Islamic economics, sustainable development, Shariah goals.

JEL codes: Q01

UVOD

Iako su muslimanski učenjaci kroz stoljeća istraživali ekonomska pitanja, razvoj islamske ekonomije i islamskih finansija kao posebnih polja proučavanja, islamska

ekonomija je relativno noviji fenomen. Stoga se čini vrijednim analizirati specifični kontekst ili savremeni islamski diskurs u ovom domenu. Pritom, tekst je podijeljen u pet dijelova: prvo je predstavljen sumarni uvod u glavne karakteristike islama u smislu njegovih definirajućih komponenata. Nakon toga slijedi detaljnija rasprava o različitim školama mišljenja. Sledeći, ujedno primarni dio rada, fokusiran je na definiranje pojmova islamske ekonomije i održivog razvoja, nakon čega slijedi diskusija o odnosu islamske ekonomije i održivog razvoja.

FUNDAMENTI ISLAMA

Islam je religija i kao takva bavi se prije svega odnosom između pojedinaca i Boga. Međutim, islam se može shvatiti i kao cjelovit način života koji nudi smjernice za odnose pojedinca s drugim ljudima i društvom i njegovo šire okruženje. Diferencijacija između bavljenja duhovnim pitanjima ljudskog života i njegovih "profanih" aspekata oblikuje današnji islamski diskurs.

Ontološki izvori islama su Kur'an koji je objavljena poslaniku Muhamedu, a.s., tokom 23 godine u 7. stoljeću, i Poslanikov sunnet koji sadrži tradiciju njegovih riječi ili hadisa, i svakodnevne prakse i ophođenja. Iz ova dva glavna izvora izvodi se Šerijat, koji doslovno znači „put do pojilišta“ [16, str. 14]. Šerijat je čitav niz smjernica i principa koji pomažu muslimanima da žive svoju religiju, a općenito se na njega gleda kao na put koji je Allah postavio ljudima. Takođe, Šerijat predstavlja osnovu za islamski zakon (fikh), što se može shvatiti kao ljudska interpretacija i konstrukcija Šerijata [1, str. 16]. Šerijat pruža smjernice za pitanja koja su izravno povezana sa ibadetom, nazvana „ibadat“, kao i za širok spektar socijalnih i građanskih pitanja, nazvana "mu'amalat".

Ibadat se bavi onim pitanjima koja se odnose na pet stupova islama, a to su molitve (namaz), post u mjesecu ramazanu, plaćanje zekata (ili poreza na bogatstvo), hodočašće u Meku kada okolnosti to dozvoljavaju (hadž) i izgovaranje šahade ili svjedočenja da 'nema boga osim Allaha i da je Muhammed njegov poslanik'.

Mu'amalat se, s druge strane, bavi pitanjima koja reguliraju svakodnevnu životnu praksu, poput braka, trgovine, poslovanja i uvjeta rata i mira i slično. Kamali [16, str. 17] ističe da je samo mu'amalat podložan sudskim presudama i otvoren je za konsultacije, jer o stvarima ibadata na kraju može suditi samo Bog. Dakle, polje mu'amalata je otvoreno za društvenu raspravu, konsultacije, tumačenje i, u određenoj mjeri, prilagođavanje okolnostima vremena i mjesta [16, str. 43]. Pitanja relevantna za islamsku ekonomiju i islamsko finansiranje dio su ovog polja Šerijata i stoga također otvoreni za konsultacije.

Islamska ontologija zahtijeva izravnu odgovornost ljudi pred Bogom i ne poznaje posrednika između vjernika i njegovog / njenog tvorca, što je jedno od prepoznatljivih obilježja i ključnih principa islama [37, str. 63]. Drugim riječima, islam ne uspostavlja organizacijsku i hijerarhijsku strukturu kao što je crkva, pa, prema tome, danas ne postoji nijedna mjerodavna institucija koja može definirati šta je "islam". Tradicionalno, ulema (islamski učenjaci) smatrani su onima koje treba konsultirati u vjerskim pitanjima. Međutim, njihova uloga jedno je od pitanja s kojim se bave moderne škole mišljenja, kao što je prikazano u sljedećem poglavlju.

ŠKOLE MIŠLJENJA U SUVREMENOM DOBU ISLAMA: MODERNISTIČKA, REFORMATORSKA I TRADICIONALISTIČKA

Islamska ekonomija i finansije u velikoj su mjeri moderna konstrukcija, pa bi ih stoga trebalo smjestiti u širi kontekst današnjeg islamskog diskursa. U literaturi se ovaj diskurs često grupira u tri škole mišljenja: modernistička (koja se naziva i reformističkom ili liberalnom), revivalistička (ili fundamentalistički, takođe politički islam ili islamizam) i tradicionalna.

Prva dva, naime modernisti i revivalisti, polaze od iste osnove: zabrinutost muslimana zbog sve veće dominacije Zapada na političkom, ekonomskom i kulturnom nivou i relativnog pada muslimanske civilizacije od 19. vijeka [10, str. 33]. Obje škole mišljenja su smatrale tradicionalni metod, postojeće strukture uleme, a posebno sufijska bratstva koja su imala značajan utjecaj, posebno među običnim muslimanima kroz vijekove [32, str. 104-127], kao jedan od glavnih razloga krize. Stoga se radikalni raskid s tradicijom smatrao jedinim rješenjem za prevladavanje ove krize.

Prema Espositu, postoji mnogo primjera kroz istoriju islama pojedinih učenjaka kao što su El-Gazali i Ibn Tejmije ili pokreta koji su pozivali na reformu muslimanske prakse ili povratak njihovoj osnovi. I modernistički i revivalistički pristupi mogu se smjestiti u ovu tradiciju, iako se, uprkos tom zajedničkom osnovu, savremene modernističke i revivalističke škole mišljenja u velikoj mjeri razlikuju.

Modernisti uglavnom nastoje odvojiti se od tradicije prihvaćajući zapadnu misao, prihvatajući njenu očiglednu superiornost i pokušavajući preispitati islam u zapadnjačkom okviru znanja ili preuzimajući zapadne ideje, posebno u nauci. To je dovelo do širokog spektra diskursa ovisno o polju interesa dotičnog naučnika i uključuje politiku, ljudska i ženska prava i, naravno, ekonomiju. Njihova tumačenja islama ponekad su se toliko udaljila od općeg shvatanja da su neki modernisti čak optuženi za otpadništvo [20, str.10].

Reformatori obično pozivaju na povratak izvorima islama s ciljem preokretanja mnogih (kontroverznih) događaja koji su se dogodili tokom islamske istorije. Tradicionalisti se, s druge strane, generalno shvataju kao neko ko ima literalistički pristup tekstovima islama. Samo svoje tumačenje islama smatraju tačnim, a druge interpretacije smatraju krivotvorenim tumačenjima. U tom kontekstu, neki među njima legitimiraju upotrebu sile (politički džihad) za postizanje svojih ciljeva. Oni takođe žestoko promoviraju ideju da je islam cjelovit način života, obraćajući se svim aspektima života bez puno prostora za odvajanje vjerskih dužnosti od svjetovnih poslova. U tom kontekstu, neki mislioci reformatorskog islama poput Sejid Kutba usredotočili na socijalna i politička, a ne moralna pitanja a na islam su gledali kao na artikuliranu ideologiju, a ne kao religiju zasnovanu na duhovnosti s ciljem uspostavljanja islamskog društva zasnovanog na ideje koje su razvili revivalistički islamski principi i ideali.

Modernisti ili reformatori se također slažu da je dodatni razlog krize i propadanja islama bila rasprava, koja se od 13. stoljeća vodila među ulemom, a koja je dovela do proglašenja da su 'vrata idžtihada' zatvorena [37, str. 84]. Idžtihad znači neovisno rasuđivanje ili metod za izvođenje novih smjernica ili pravila iz Kur'ana i Sunneta direktno od strane kvalifikovanog učenjaka u slučajevima kada nedostaju prethodne

odluke ili smjernice [16, str. 41]. Poziv na podmlađivanje ili ponovnu upotrebu idžtihada uobičajeni je odgovor na navodni povijesni pad i među modernističkim odnosno reformističkim učenjacima; međutim, do koje mjere je idžtihad ograničen na određene osobe ili ko ga može prakticirati, opet se može smatrati prepoznatljivim obilježjem reformista.

Iako revivalisti tvrde da su relevantni samo osnovni izvori a klasične učenjake treba odbaciti, prema Nafiju, Ibn Taimije, učenjak iz 13. vijeka, može se smatrati osnivačem ove škole mišljenja, koja se naziva selefijskom zbog svojih karakteristika oslanjanja samo na selef ili 'pobožne pretke' islama. On se također usredotočio na osnovne tekstove, naime Kuran i Hadis, i smatrao samo konsenzus Poslanika i njegovih ashaba obavezujućim. U velikoj je mjeri utjecao na razmišljanje većine modernih reformatora poput Muhamed Abdu-l-Vehhaba, čija su učenja glavna denominacija u Saudijskoj Arabiji. Baš kao i njegovi moderni sljedbenici, Ibn Tejmije je bio snažni protivnik određenim praksama sufizma, posebno u pogledu značenja tevhida. Tevhid doslovno znači jednoća ili jedinstvo Boga i smatra se osnovnim principom islama [17, str. 117]. Razumijevanje ideje tevhida može pomoći u daljnjoj diferencijaciji različitih škola mišljenja o kojima se ovdje raspravlja.

Ibn Tejmija je sufijsko poštovanje pobožnih ljudi i njihovih mezarja smatrao kršenjem tevhida. Sufijsko razumijevanje koncepta tevhida je sjedinjenje s Bogom i nestanak sebe u Bogu kao najvišem stanju u duhovnom razvoju [18, str. 302]. Muhamed Abdu-l-Vehhab je vjerovao da su sve ove prakse, poput poštovanja pobožnih i ideje da se uništi svoje ja, kršenje tevhida, i, prema tome, smatrao je sufije nevjernicima protiv kojih se mora boriti čak i silom [32, str. 23].

Moderni reformatori također zauzimaju kritički stav prema sufizmu i njihovom odnosu prema tevidu, iako mu se ne tako agresivno suprotstavljaju kao selefije. Njihova glavna briga je to što se sufizam doživljava kao iracionalan i nije u skladu s modernim i intelektualnim diskursom o savremenim pitanjima. [7, str. 18].

Uprkos kritikama reformatora i modernista u vezi sa sufizmom, treba napomenuti da su u 19. i 20. stoljeću neki sufijski redovi poput Senusija u Libiji ili Mehdija u Sudanu preuzimali političke ciljeve i tako razvijali vlastite reformatorske pokrete. Stoga, ne postoji apsolutna linija razdvajanja između tradicionalne škole mišljenja i druge dvije. Lombard [21, str. 39-78] tradicionalnu školu mišljenja naziva ihsani intelektualnom tradicijom kao referenca na ihsan, koji je najviše stanje obožavanja i moralno opredjeljenje prema hadisu. Prema tome, postoje tri stanja islama: islam koji je izvršavanje pet stubova islama; iman što znači vjeru u Boga [18, str. 301]; i ihsan, što doslovno znači obožavanje Boga 'kao da ga vidiš, jer ako ti Njega ne vidiš, On tebe vidi [37, str. 103]. Intelektualna tradicija ihsani naglašava duhovni razvoj pojedinca koji zahtijeva pročišćavanje (tezkije) srca kako bi se steklo pravo znanje. Ovu tradiciju su tokom stoljeća posebno prakticirali sufije.

Modernisti i reformisti su kritizirali sufije ne samo na temelju razumijevanja tevhida, već su također tvrdili da je njihov naglasak na duhovnu dimenziju doveo do stagnacije na 'egzotičnom' tlu i udaljavanju od praktičnih aspekata života. Međutim, kao što na primjer ističu Lombard i Black, održavanje ravnoteže između duhovnog razvoja i vođenja uobičajenog ustaljenog života, uključujući održavanje porodice i rad za život, važan je dio sufizma. Prema Lombardu, sufije su se često bavile i drugim islamskim

naukama, poput fikha i hadisa. Dalje, sufije koje su putovale kao trgovci u jugoistočnu Aziju igrali su glavnu ulogu u širenju islama u ovim zemljama, pri čemu je - često raširena - mreža bratstva ili reda (tarikha) uveliko pomogla vođenju trgovine [34, str. 49]. Sedgwick, također, primjećuje da je poznato da su sufijski redovi u Africi, posebno u Sudanu, uspostavili sela ili čak gradove, u kojima su članovi bili aktivni u izgradnji i obrađivanju zemlje kako bi podržali zajednicu izgradnjom kuća i poljoprivrednim proizvodima. Obrazlažući ovo, Wood [36, str. 203-219] raspravlja o bratstvu Mouride, a to je sufijski poredak u Senegalu koji je također ekonomski bio vrlo uspješan. Čini se da su postojali i bliski odnosi između sufijskih redova i udruženja zanatlija. Küng [17, str. 415] dalje ukazuje na ulogu sufijskih zavija ili khanaka (vjerska okupljališta) u pružanju pomoći siromašnima kao važnim dobrotvornim institucijama. Prema Knysh-u [18, str. 302], perzijski sufija Jahja Bakharzi je identificirao devet metoda vježbanja pokornosti, koje su uključivale dobročinstvo i altruizam. Sasvim jasno, naredbe ne bi mogle biti u takvoj poziciji da pružaju dobrotvorne svrhe ako bi svi njeni članovi morali sami živjeti od dobrotvornih organizacija.

Pored praktičnih primjera koje ukazuju na činjenicu da su sufije bile prilično uključene u svjetovne, i preciznije, ekonomske poslove, u prilog tome postoje i zapisi poznatih sufija. Na primjer, El-Džunejd, jedan od ranih sufija, rekao je svojim studentima da bi trebali odabrati način zarade za život koji će ih približiti Bogu i koncentrirati se na njega kao da je to obožavanje i ne razmišljati o njegovoj pukoj koristi. Najopsežniji prikaz sufijske perspektive na ekonomska pitanja može se naći u djelima El-Gazalija, koji opširno komentira zaradu, poštenu trgovinu i poslovne prakse i druge ekonomske teme.

Mehmet [22, str. 1203-1218] ističe da, prema El-Gazaliju, ljudi imaju duhovnu i društvenu ličnost. Svaki pojedinac traži savršenstvo kroz vrli život, a El-Gazali 'kao kraj ljudskog djelovanja u ovom životu navodi etički sistem za čestite živeći u skladu s Božjom voljom i podređujući ekonomski sistem kao sredstvo u tom cilju' [22, str. 1205].

Dakle, identificirane su tri škole mišljenja koje oblikuju suvremenu islamsku misao i diskurs: modernisti, revivalisti i tradicionalisti. Karakteristike svake škole mišljenja su takve da modernisti uglavnom nastoje ujediniti zapadnu misao i dostignuća sa islamskim vrijednostima i izvore islama u pokušaju da reformiraju muslimanski svijet. S druge strane, revivalisti se usredotočuju na društvene i političke promjene koje su nastale prilagođavanjem pravila i propisa Šerijatu uglavnom u okviru takozvane islamske države ili vlasti kako su je razumjeli predstavnici ove škole mišljenja. Tradicionalisti, međutim, naglašavaju traženje znanja kroz lični, duhovni razvoj u skladu s praksama i iskustvima koja su se razvijala tokom islamske istorije, fokusirajući se na individualnu transformaciju, a ne zanemarujući aspekte poput zarađivanja za život.

DEFINIRANJE ISLAMSKJE EKONOMIJE

Postoji čitav niz istraživanja koja se bave istorijskim korijenima islamske ekonomije. Neka istraživanja usredotočena su na klasične islamske učenjake koji su se bavili

ekonomskim pitanjima kao što su El-Gazali, Ibn Tejmije ili Ibn Haldun. El-Ashker i Wilson ističu da su se takozvani pravovjerni halife u svoje vrijeme bavili ekonomskim pitanjima vladavine. Obrazlažući ovo, El-Sheikh nudi zanimljiv pregled tržišta i ekonomskog pravnog sistema u klasičnom islamu. Međutim, kako se slaže većina pisaca, islamska ekonomija kao zasebno polje studija razvila se tek 20. stoljeća [23, str. 556-578]. Razvili su je islamski učenjaci, s jedne strane, i muslimanski ekonomisti, obučeni za konvencionalnu ekonomiju, s druge strane. Kao osnivači bavili su se neuspjehom i kapitalističkog i socijalističkog ekonomskog sistema u poboljšanju ekonomske situacije običnih ljudi u muslimanskim zemljama.

Osvrćući se sada na konstitutivne elemente i područja istraživanja kojima su se bavili islamski ekonomisti, prije svega možemo primijetiti da ne postoji jednoobrazna valjana definicija islamske ekonomije, jer su naučnici isticali različita područja i segmente ove oblasti [15, str. 23-47].

Generalno, možemo razlikovati tri različita područja u koja istraživanja islamske ekonomije obično spadaju: „sistemska pristup“, „ekonomski pristup“ i „pristup normi ponašanja“. Glavno istraživanje u „sistemskom pristupu“ ima za cilj izradu prepoznatljivog islamskog ekonomskog sistema, koji vrijedi za cjelokupno (određeno islamsko) društvo i zahtijeva posvećenu islamsku državu koja je spremna provoditi islamske principe u slučaju da pojedinci ne odgovaraju potrebnim normama i vrijednostima [3, str. 165-194]. Glavni cilj islamskog ekonomskog sistema ne bi bio maksimiziranje rasta (iako ovo i dalje ostaje važan cilj), već uspostavljanje socijalne pravde, gdje se zadovoljavaju sve osnovne potrebe i prihodi se distribuiraju pravedno. Zabrana kamata i raspodjela zekata među najvažnijim su operativnim aspektima takvog ekonomskog sistema, kao i suzbijanje prekomjernih rizika i neizvjesnosti.

Azid [3, str. 174] u ovom kontekstu navodi da je zadatak islamskog ekonomiste 'proučiti opseg odstupanja od individualnog ponašanja od Šerijata i predložiti mjere kojima se ekonomski sistem drži u ograničenjima Šerijata'. Dakle, on jasno stavlja do znanja da idealni, a time i konceptualni teorijski okvir moraju biti izvedeni iz izvornih tekstova i da je ponašanje muslimana nešto što treba ispraviti određenim mjerama. Azid i Asutay jasno pokazuju da je u tom smislu ovaj pristup više-manje utopijska vizija i iako je bio polazna tačka za razvoj islamske ekonomije, današnja istraživanja možda su više usmjerena na financijski sistem kao područje na kojem bi se takav sistematski pristup mogao ostvariti.

'Ekonomski pristup' se kritički odražava na temeljne elemente konvencionalne ekonomije kao nauke iz islamske perspektive. Kao što je gore spomenuto, islamska se ekonomija dijelom razvila kroz sučeljavanje i odgovor kapitalističkim i komunističkim idejama. Muslimanski ekonomisti obučeni za zapadnu ekonomiju također se bave raznim konvencionalnim ekonomskim pitanjima i pružaju svoje dodatne uvide. Umjesto definiranja potpuno drugačijeg islamskog ekonomskog sistema koji funkcionira samo unutar islamskog društva kojim vlada islamska država, ekonomski pristup sagledava određene aspekte nauke (neoklasične) ekonomije i nudi islamsku perspektivu umjesto definiranja razlika islamskog ekonomskog sistema u poređenju sa drugim sistemima. Na primjer, jedan od centralnih principa u konvencionalnoj ekonomiji je da se oskudni resursi trebaju efikasno raspodijeliti, a islamski ekonomisti su ili prihvatili ovaj princip ili ga odbacili. Oni koji odbacuju

ideju oskudice smatraju da ne postoji apsolutna oskudica zbog obilja koju je Bog dao čovječanstvu, već relativna oskudica koja je povezana s nepravednom raspodjelom i / ili pretjeranim željama ljudi.

Druga centralna ideja u islamskoj ekonomiji je zamjena koncepta homo economicus-a kao potpuno racionalnog bića, uvijek maksimizirajući svoju korist pojmom homo islamicus-a koji uzima u obzir socijalni utjecaj svojih djela i utjecaj koji će oni imati na Ahiret. Dakle, pretpostavlja se da se homo islamicus ponaša blagonaklonije i dobrotornije od homo economicus-a. U ovom konceptu pojam racionalnosti je proširen na islamski sistem vjerovanja. Furqani navodi, na primjer, da homo islamicus želi maksimizirati maslehu ili društvenu korist, a ne individualnu korisnost, i stoga se čini da djeluje potpuno drugačije od zapadnog koncepta ekonomskog čovjeka. Gotovo svi islamski ekonomisti kritiziraju filozofske temelje konvencionalne ekonomije kao što su homo economicus i temeljna utilitaristička perspektiva ili nedostatak etike uopće u modernom razumijevanju nauke. Međutim, kao što možemo vidjeti na primjeru homo economicus / islamicus, islamska ekonomija je i dalje ostala unutar ovih filozofskih osnova, jer bismo mogli tvrditi da je funkcija korisnosti proširena tako da uključuje i nematerijalne koristi kao što su ulazak u Dženet ili felah.

U 'pristupu normi ponašanja', islamska ekonomija pokušava ponuditi set smjernica za muslimane o tome kako se ponašati islamski u ekonomskoj sferi. Ovaj pristup se ne odnosi ni na sistemski nivo niti na naučni diskurs, već na individualni nivo, u smislu ekonomskih aktera, kao što su osobe, organizacije itd. Prema Kur'anu [19, str. 353-379], glavna razlika između islamske ekonomije i konvencionalne ekonomije leži u definiciji normi ponašanja. Takve se norme odnose i na proizvodnju i na potrošnju, a u islamskoj ekonomiji uključuju, na primjer, sumnjive izvore prihoda koje treba izbjegavati, gomilanje imetka je zabranjeno, treba platiti poštene nadnice i da se ne treba ekstravagantno i otvoreno prepustiti luksuzima.

Osim ovih različitih područja ili pristupa islamskoj ekonomiji, postoji opći dogovor o određenim filozofskim ili etičkim osnovama ili aksiomima koji su izvedeni iz Kur'ana i Sunneta. Ovi temelji nisu ograničeni na ekonomsku sferu, već opisuju etički okvir islama u cjelini. Stoga, prvi aksiom ovog etičkog sistema je tevhid. Kao što je prethodno rečeno, ovo je središnja ideja islama i opisuje kako jedinstvo Boga, tako i duhovnu borbu za jedinstvo s Bogom (u smislu gledanja na sve kao na čin obožavanja u reformatorskom smislu, kao i u smislu postizanja određenog duhovnog stanja kakvom streme sufije), što ima implikacije na ekonomsko i finansijsko ponašanje na tržištu. Za razumijevanje tevhida iz perspektive islamske ekonomije, Asutay tvrdi da koncept tevhida obuhvata pojam komplementarnosti i jedinstvenosti; i stoga ih, umjesto da razmatra sukob, na primjer, između kapitala, rada i zemlje, smatra da se međusobno dopunjuju, što zauzvrat također predlaže prošireno razumijevanje ideje dioničara.

Drugi aksiom je adl / adale ili pravda, što je još jedna složena i centralna ideja i obuhvata pojam ravnoteže i socijalne jednakosti. Chapra objašnjava da se pravda takođe bavi pitanjima ispunjavanja osnovnih potreba svakog člana društva, važnošću postojanja izvora prihoda i općim ekonomskim rastom i stabilnosti. Stoga sugerira da bi svaki pojedinac trebao imati jednake mogućnosti za pristup resursima. Naqvi spaja koncept pravde s konceptom ihsana, zasnovan na Kur'anu (16:90) koji kaže da Allah

naređuje pravdu (adl) i dobročinstvo (drugima) (ihsan) [16, str. 31], što ujedinjuje pojam pravde sa duhovnom borbom za mudrost.

Pored ova dva aksioma oko kojih se slaže većina učenjaka u islamskoj ekonomiji, postoje i drugi temeljni aksiomi koje artikuliraju različiti autori. Na primjer, Naqvi također spominje ljudsku slobodnu volju (ihtijar) kao i pojam odgovornosti (farz) kao temeljna načela, dok Al-Hasani predlaže daljnje aksiome kao što su nubuwwet (poslanstvo), imamet (vođenje zajednice) i me'ad (vjerovanje u Ahiret i dan proživljenja). Chapra dodaje koncept hilafe, koji, prema njemu, opisuje koncept kalifata ili namjesništva, što prije svega znači vođstvo ummeta. Prema Wainesu [37, str. 99 i dalje] rani pravници definirali su niz karakteristika koje bi halifa trebao imati, kao što su pravednost i znanje. U savremenom kontekstu, koncept se takođe primenjuje da opiše ličnu i društvenu odgovornost pažljivog bavljenja resursima koje Bog daje čovečanstvu u smislu čuvara. Chapra navodi da hilafet, takođe, podrazumijeva principe kao što su univerzalno bratstvo i ljudska sloboda.

Asutay sugerira da su rububije (pokornost Bogu) i tezkije (doslovno: čišćenje duše) važni stubovi aksiološkog pristupa u islamskoj ekonomiji, pri čemu se tezkije prevodi kao harmoničan rast što znači da individualni rast i ekonomske aktivnosti trebaju biti u harmoniji sa ostalim dionicima. Rububije se poziva na ideju prirodnog, Bogom zadanog poretka, a Asutay je tumači u smislu da ona implicira ideju održivog razvoja. Zaman i Asutay su istakli više duhovnih aksioma poput taqwa (svijest o Bogu) i ihsan (savršenstvo), što također ističe ideju o razvoju pojedinca u okviru islama. Oni smatraju ihsan konačnim ciljem pojedinaca, ali ovom konceptu dodjeljuju socijalnu komponentu tvrdeći da se ihsan može postići samo osiguravanjem da i drugi mogu ostvariti blagostanje (felah).

Na osnovu ovih etičkih osnova, čini se da postoji saglasnost da je glavni cilj ekonomskog sistema, s islamske tačke gledišta, stvaranje okruženja u kojem ljudi mogu težiti postizanju felaha (blagostanja) na individualnom i društvenom nivou. U konkretnijem smislu, to bi trebalo pomoći u ostvarivanju ciljeva Šerijata koji su usredotočeni na unapređivanje „ljudske dobrobiti“. Kamali ističe važnost ciljeva Šerijata u formulaciji modernog islamskog zakona. Iako današnji život nema mnogo zajedničkog sa životom u vrijeme Poslanika, a.s., ciljeci Šerijata ukazuju na osnovnu svrhu Šerijata i, na taj način, pomažu u njegovoj primjeni u promjenjivim okolnostima. El-Gazali je prvi koji je definirao primarne ciljeve Šerijata kao: zaštita života, intelekta, vjere, porijekla i imovine. Drugi su naučnici ponudili dodatne definicije [16, str. 126], poput Aude, koji se uglavnom fokusira na određene nedostatke El-Gazalijevog razumijevanja ciljeva Šerijata i koji ima za cilj razvijanje ciljeva Šerijata zasnovanim na javnoj politici.

Uzimajući u obzir sve gore navedene aspekte, definicija islamske ekonomije bi glasila:

Islamska ekonomija teži svjetskom poretku, gdje njeni ontološki i epistemološki izvori, naime Kur'an i Sunnet, određuju okvir ekonomskog sistema vrijednosti, operativnu dimenziju ekonomije i ekonomske i finansijske norme ponašanja muslimana.

DEFINIRANJE ODRŽIVOG RAZVOJA

Prema Groberu, pojam održivost je nastao u Evropi već u 17. ili 18. stoljeću kada su se zemlje poput Engleske, Njemačke i Francuske suočile s prvim ozbiljnim nestašicama drveta. Ove nestašice su bile zbog povećane upotrebe drveta i ugljena u rudarstvu, brodogradnju i druge industrijske aktivnosti i zanemarivanje mudrog upravljanja šumama. Kao rješenje, Grober navodi, rani šumari poput Hannsa Carla von Carlowitza sugerirali su da bi trebalo „poseći samo onoliko drveća koliko bi moglo ponovo rasti“. Zanimljivo je da se njegov prijedlog kako postupati s problemom smanjenja zaliha drvene građe bavio i pitanjem potrošnje. Na primjer, Carlowitz je predložio uvođenje efikasnijih peći u domove i industriji i bolju izolaciju zgrada.

Svijest o zaštiti životne sredine dobila je zamah u drugoj polovini 20. vijeka nakon publikacije "Tiho proljeće" Rachel Carsona koja se bavi štetnim efektima DDT-a (dihlorodifeniltrihloroetan) po sredinu i izvještaja Rimskog kluba 'Limits of Growth', koji je opisao računarski model svijeta pokazujući da bi trenutne stope ekonomije i rasta stanovništva mogle za nekoliko decenija dovesti do kolapsa vitalnih ekoloških sistema.

Izraz održivost ili održivi razvoj uveden je u međunarodno tržište političke agende 1987. godine kada je Svjetska komisija za životnu sredinu i razvoj, koju je Generalna skupština Ujedinjenih nacija osnovala 1983. godine, izdala izvještaj, od tada poznat pod nazivom Brundtlandov izvještaj. Komisija je osnovana da istraži „životnu sredinu i globalnu problematiku“ do 2000. godine i dalje“.

Ključna briga Izvještaja bila je pitanje kakav bi mogao biti ljudski razvoj postignut u korist svih ljudi bez prevelikog korištenja životne sredine. Prema izvještaju, održivi razvoj je definiran kao razvoj 'koji zadovoljava potrebe sadašnjosti bez ugrožavanja sposobnosti buduće generacije da zadovolje vlastite potrebe'. Ova ideja održivog razvoja, koja bi takođe mogla biti opisana i kao pojam međugeneracijske i unutargeneracijske pravičnosti dominirao je pregovorima na Konferenciji UN-a o životnoj sredini i razvoju 1992. godine (UNCED). Iz Brundtlandovog izvještaja proizilazi koncept tri (ponekad četiri) dimenzije održivosti. Stoga se održivost razumijeva kao ravnoteža između „socijalne“, „ekološke“ i „ekonomske dimenzije“, sa „institucijama“ koje se ponekad doživljavaju kao četvrta dimenzija [33, str. 114-149].

Zemaljski samit rezultirao je formulisanjem okvira za održiv razvoj u nekoliko važnih oblasti zaštite životne sredine. Na primjer, Okvirna konvencija o klimatskim promjenama rezultat je samita, kao i konvencije o biodiverzitetu i dezertifikaciji, kao i Agenda 21. Rio Deklaracija je sažela ključne principe s kojima bi se međunarodna zajednica mogla složiti na podsticanju održivog razvoja. Njen je smisao bio da zaštita životne sredine uvijek treba ići ruku pod ruku sa vođenjem brige o dobrobit ljudi i, prema tome, politike životne sredine i ekonomski instrumenti trebaju se međusobno pratiti. Ovi ključni principi detaljnije su razmatrani u Agendi 21. Ovaj dokument se može čitati kao priručnik o tome na kojim poljima se nalaze najvažnija područja za održivi razvoj i šta treba učiniti da se takav razvoj ostvari. Generalna skupština UN-a se složila u septembru 2015. godine na Ciljevima održivog razvoja, koji se mogu

smatrati glavnim međunarodnim političkim okvirom za trenutni održivi razvoj. Ciljevi održivog razvoja pokrivaju široku lepezu tema u rasponu od siromaštva, zdravstva i obrazovanja do industrije, odgovorne potrošnje i partnerstva za ostvarenje ciljeva. Ciljevi održivog razvoja su stupili na snagu 1. januara 2016. i imaju za cilj postizanje formuliranih ciljeva do 2030. godine. Oni su, u određenom smislu, nastavak milenijumskih razvojnih ciljeva koji su pokrivali vremenski period između 2000. i 2015. godine i koji su bili više usredsređeni na zdravlje i siromaštvo i stoga nisu bili tako sveobuhvatni kao što su sada ciljevi održivog razvoja. Dogovor o održivim razvojnim ciljevima ima smisla, jer sada imamo konkretne smjernice o tome šta predstavlja održivi razvoj u širokom spektru područja i kako se to zapravo može postići.

Evidentna je tema „slabe održivosti“ nasuprot „jakoj održivosti“. Da bismo razumjeli ovu raspravu, tri dimenzije održivosti, naime socijalna, ekološka i ekonomska, treba promatrati kao kapitalne zalihe koje se ne smiju trošiti, već samo višak kapitala, a ne same zalihe. Koncept slabe održivosti pretpostavlja da se trošenje akcijskog kapitala može nadoknaditi povećanjem drugog (na primjer, ekonomski rast mogao bi nadoknaditi zagađenje životne sredine) sve dok neto zbroj akcijskog kapitala ostaje isti ili se povećava. S druge strane, pristalice ideje o jakoj održivosti tvrde da se karakteristike i elementi različitih kapitalnih zaliha međusobno jako razlikuju, te da stoga ne mogu zamijeniti jedni druge.

Na sličnim osnovama, ali sa većim fokusom na primjenjivost koncepta održivog razvoja, postoje različite strategije održivosti, što označava ukupni pristup koji se koristi za postizanje održivog razvoja. Huber ih opisuje kao efikasnost, dovoljnost i dosljednost, pri čemu efikasnost označava strategiju kompanija da proizvode na način koji je efikasniji i na taj način koristi manje resursa a dosljednost je strategija kojom industrijska aktivnost postaje manje štetna za životnu sredinu, jer izbjegava potencijalne utjecaje na okolinu. Konačno, dovoljnost opisuje pristup potrošnje koja zahtijeva od svakog potrošača da smanji svoju potrošnju i zahtijeva od preduzeća da podrže takvo ponašanje.

Iako se definicija održivog razvoja ili održivosti uglavnom odvijala na nivou javne politike, industrija i korporacije igraju ključnu ulogu u realizaciji održivog razvoja. To postaje jasno, na primjer u Agendi 21, ukazujući da su preduzeća glavni izvori uništavanja životne sredine, s jedne strane, ali i ključna pokretačka snaga za inovacije u životnoj sredini, kao i glavni pružaoci sredstava za život i zapošljavanje ljudi s druge strane.

ISLAMSKA EKONOMIJA I ODRŽIVI RAZVOJ

Na islamsku ekonomiju je snažno utjecalo istraživanje razvojne ekonomije. Stoga se o konceptu razvoja i smanjenju siromaštva često govori u literaturi islamske ekonomije i potrebno je biti u mogućnosti da se uoče snažne korelacije sa pojmom održivog razvoja koji ima slične ciljeve. Međutim, malo je dokaza o pokušajima da se ta dva koncepta spoje i na taj način obogate teorijski razvoj islamske ekonomije.

Kahf se može smatrati dobrim primjerom kako islamski ekonomisti pristupaju pitanju održivog razvoja. U svojoj publikaciji o Održivom razvoju u muslimanskim

zemljama, on govori isključivo o tome kako održati ekonomski razvoj i ekonomski rast, umjesto da raspravlja o konceptu 'održivog razvoja'. Slično tome, Nagaoka, u svom radu na temu „Islamske finansije za održivi razvoj“, samo istražuje različite finansijske proizvode unutar islamske finansijske industrije i ima za cilj pokazati kako oni mogu doprinijeti održavanju uspjeha finansijske industrije, umjesto bavljenja urgentnim pitanjima održivosti i pokazati kako islamske finansije mogu pomoći u rješavanju ovih urgentnih problema. Zaman svoj rad naziva 'Održivi islamski razvoj', ali riječ "održiv" ne spominje nijednom u glavnom dijelu svog teksta.

Jedan primjer istraživanja koji zaista gleda na održivi razvoj u konvencionalnom smislu je Yousri. Za njega koncept održivog razvoja, kako ga je definirala međunarodna zajednica, uglavnom uključuje principe očuvanja prirodnih resursa, međugeneracijske ravnopravnosti, suradnju u zaštiti okoline izvan nacionalnih država i eliminaciju siromaštva. On tvrdi da ovaj koncept približava konvencionalnu ideju ekonomskog razvoja ka islamskoj ekonomiji, jer ona već naglašava odgovoran pristup razvoju zasnovan na vrijednostima. Zatim opisuje kako se svaki od četiri principa može izvesti iz osnovnih izvora islama, Kur'ana i Sunneta ili, općenito, iz islamskih normi. Također, on navodi primjere iz povijesti (poput pravnih presuda) koji podupiru njegov pogled na održivost koja je uvijek bila dio islama i islamskog nasljeđa. Pored toga, fokus njegovog istraživanja je ukazati na razlike između konvencionalne i islamske perspektive održivosti. Na primjer, on pokušava razlikovati zapadnu ideju održivih obrazaca potrošnje koji se temelje na konceptu dovoljnosti i islamske ideje umjerene potrošnje. U osnovi, obje ideje izražavaju ideju da ljudima nije potrebna neograničena konzumacija da bi vodili smislen i zadovoljavajući život. Čini se da Yousri [38, str. 22-51] pravi razliku kako bi dokazao navodnu superiornost islamskog koncepta, umjesto da ideju održivog razvoja vidi kao priliku da nađe zajedničke osnove sa zapadnim naučnicima za rješavanje današnjih globalnih ekonomskih i razvojnih problema.

Barom teži povezivanju pojma homo islamicus s idejom društveno odgovornog poslovanja. To se može shvatiti kao pokušaj prevazilaženja problema ranijih islamskih ekonomista da je njihova vizija alternativnog ekonomskog sistema moguća samo u potpuno islamskom društvu ili državi. Stoga koncept koji je u osnovi makroekonomskog razmišljanja islamskih ekonomista prebacujemo na mezo nivo pojedinačnih preduzeća i drugih organizacija. Baromova [4, str. 73] studija, dakle, pomaže ukazati na to kako bi istraživanja u islamskoj ekonomiji i financijama mogla imati koristi od sve većeg broja istraživanja u glavnoj ekonomiji koja se bave etičkim pitanjima. Međutim, primjećuje se da se u zapadnjačkom shvatanju društvene odgovornosti uglavnom raspravlja na strateškoj i operativnoj razini, dok bi iz islamske perspektive bilo važno pristupiti i iz normativne perspektive, što bi trebala biti osnova da se osiguraju strateška razmatranja. Što se tiče normativne osnove, čini se da se Barom poziva na opće principe uspostavljene u islamskoj ekonomiji kako je gore objašnjeno. Međutim, on ne koristi koncept održivog razvoja kako bi ga zapravo doveo u pitanje ili dalje razvio teoriju islamske ekonomije i islamskih finansija. Umjesto toga, Barom želi integrirati teorijske temelje islamske ekonomije kako bi u praksu islamskih financija uveo koncepte kao što su korporativna društvena odgovornost i društveno odgovorno ulaganje.

Platonova [30, str. 272-297] slijedi slične argumente, ali zatim izvodi tri modela korporativne društvene odgovornosti iz islamske ekonomije. Postoje i druga djela koja se bave aspektom ljudskog razvoja, kao što su Mirakhor i Askari, ekološkim pitanjima, poput Rizk [31, str. 194-204] ili islamskom ekonomijom.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Ovaj tekst zaključujemo konstatacijom da se islamska ekonomija pojavila u drugoj polovini 20. vijeka iz ideje muslimana da razviju ekonomski sistem ili njegove dijelove koji bi odgovarali njihovom sistemu vrijednosti. Održivi razvoj je uspostavljen kao vodeći princip u međunarodnoj politici, takođe u drugoj polovini 20. vijeka kao pokušaj da se ljudski i ekonomski razvoj usklade sa prirodnim granicama planete. Uprkos moralnom pozicioniranju islama koje je inicialno pokrenuto u islamskoj ekonomiji, dosadašnja literatura ukazuje da islamska ekonomija zapravo nije preuzela koncept održivog razvoja iako ta dva koncepta imaju mnogo zajedničkog.

BIBLIOGRAFIJA

1. Ahmad, K. (1979) *Economic Development in an Islamic Framework*. Leicester: Islamic Foundation.
2. Armajani, J. (2004) *Dynamic Islam: Liberal Muslim Perspectives in a Transitional Age*. Lanham: University Press of America.
3. Azid, T. (2010). *Anthology of Islamic Economics: Review of Some Basic Issues*. *Review of Islamic Economics*, 13 (2).
4. Barom, M.N. (2013) *Conceptualising a Strategic Framework of Social Responsibility in Islamic Economics*. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 21 (1).
5. Black, A. (2001) *The History of Islamic Political Thought: From the Prophet to the Present*. Oxford: Oxford University Press.
6. Chapra, M. U. (1992) *Islam and the Economic Challenge*. Leicester: The Islamic Foundation / IIIT.
7. Day Howell, J. and M. Van Bruinessen (2007). *Sufism and the 'Modern' in Islam*. In M. Van Bruinessen, & J. Day Howell (eds.), *Sufism and the 'Modern' in Islam*. London: I.B. Tauris-
8. El-Ashker, A. and R. Wilson (2006) *Islamic Economics: A Short History*. Leiden: Brill.
9. El Sheikh, S. (2008) *The Moral Economy of Classical Islam: A FiqhiConomic Model*. *The Muslim World*, 98 (1).
10. Esposito, J. L. (1998) *Islam and Politics* (Fourth ed.). New York: Syracuse University Press.
11. Furqani, H. (2015) *Individual and society in an Islamic ethical framework*. *Humanomics*, 31 (1).
12. Grober, U. (2008) *Deep roots: A brief conceptual history of 'sustainable development' - 'Nachhaltigkeit'*. In J. Spangenberg (ed.), *Sustainable Development - Past Conflicts and Future Challenges: Taking Stock of the Sustainable Discourse*. Münster: Westfälisches Dampfboot.

13. Huber, J. (2000) Towards Industrial Ecology: Sustainable Development as a Concept of Ecological Modernization. *Journal of Environmental Policy and Planning*, 2.
14. Islahi, A. A. (2004) Contributions of Muslim Scholars to Economic Thought and Analysis (11-905 A.H./632-1500 A.D.) . Jeddah: King Abdul Aziz University
15. Kahf, M. (2003) Islamic Economics: Notes on Definition and Methodology. *Review of Islamic Economic*
16. Kamali, H. (2008) *Shari'ah Law: An Introduction*. Oxford: Oneworld.
17. Küng, H. (2004) *Der Islam: Geschichte, Gegenwart, Zukunft*. München: Piper.
18. Knysh, A. (1999) *Islamic Mysticism: A Short History*. Leiden: Brill.
19. Kuran, T. (1983) Behavioural Norms in the Islamic Doctrine of Economics. *Journal of Economic Behaviour and Organization*.
20. Kurzman, C. (. (1998) *Liberal Islam: A Sourcebook*. Oxford: Oxford University Press.
21. Lombard, J. E. (2004) The Decline of Knowledge and the Rise of Ideology in the Modern Islamic World. In J. E. Lombard, *Islam, Fundamentalism, and the Betrayal of Tradition: Essays by Western Muslim Scholars* Bloomington: World Wisdom.
22. Mehmet, O. (1997) El-Gazali on Social Justice: Guidelines for a New World Order from an Early Medieval Scholar. *International Journal of Social Economics* , 24 (11).
23. Mahomedy, A. C. (2013) Islamic Economics: Still in Search of an Identity. *International Journal of Social Economics* , 40 (6), S.
24. Mirakhor, A. & Askari, H. (2010) *Islam and the Path to Human and Economic Development*. New York: Palgrave Macmillan.
25. Nafi, B. (2004) The Rise of Islamic Reformist Thought and its Challenge to Traditional Islam. In S. Taji-Farouki, & B. Nafi, *Islamic Thought in the Twentieth Century*. London: I.B. Tauris.
26. Nasr, S. H. (1987) *Traditional Islam in the Modern World*. London: Kegan Paul.
27. Nagaoka, S. (2012) Critical Overview of the History of Islamic Economics: Formation, Transformation, and New Horizons. *Asian and African Area Studies*, 11 (2).
28. Naqvi, S. N. (1994) *Islam, Economics and Society*. London and New York: Kegan Paul International.
29. Neumayer, E. (1999). *Weak versus Strong Sustainability: Exploring the Limits of two Opposing Paradigms*. Cheltenham: Edward Elgar.
30. Platonova, E. (2013) Corporate Social Responsibility from an Islamic Moral Economy Perspective: A Literature Survey. *Afro Eurasian Studies*, 2 (1&2).
31. Rizk , R. (2014) Islamic environmental ethics, *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 5 (2).
32. Sirriyeh, E. (2004) Sufi Thought and its Reconstruction. In S. Taji-Farouki, B. Nafi, & (eds.), *Islamic Thought in the Twentieth Century* (pp. 104-127). London: I.B. Tauris.
33. Spangenberg, J. (2008) Sustainability beyond environmentalism: The missing dimensions. In J. Spangenberg (ed.). *Sustainable Development - Past Conflicts and Future Challenges: Taking Stock of the Sustainable Discourse*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
34. Sedgwick, M. J. (2000) *Sufism: The Essentials*. Cairo: The American University.
35. Takeyh, R. & Gvosdev, N. (2004) *The Receding Shadow of the Prophet: The Rise and Fall of Radical Political Islam*. Westport: Greenwood.
36. Wood, S. (2010) *Mangi teus-teus: Between a Weberian and historical understanding of economic dominance among pious Muslims in francophone West Africa*. *Journal of Islamic Marketing*, 1 (3).
37. Waines, D. (2003) *An Introduction to Islam (Second Edition)*. Cambridge: Cambridge University Press.

38. Yousri, A. A.-R. (2005) Sustainable Development: An Evaluation of Conventional and Islamic Perspectives. In M. Iqbal (Ed.), Islamic Perspectives on Sustainable Development. London: Palgrave Macmillan.
39. Zaman, N. & Asutay, M. (2009) Divergence between Aspirations and Realities of Islamic Economics: A Political Economy Approach to Bridging the Divide. *IIUM Journal of Economics and Management* , 17 (1).

RESUME

This article is a brief introduction to important terms related to Islam. It also provides an overview of important differences in modern Islamic thought. According to the literature in this field, three schools of thought are distinguished and elements that differ from each other are explored. Also, the article treats Islamic economics by exploring its development as an academic field of study and provides an overview of important concepts and topics. Here we will see how the differentiation into three schools of modern Islamic thought is relevant to the understanding of Islamic economics and some of its controversial issues. The article, in addition, introduces the concept of sustainable development, explores the development of the concept and introduces important concepts related to that idea. Finally, the last section deals with the correlation between the Islamic economy and sustainable development.

EKONOMSKA ANALIZA JAVNIH PRIHODA I RASHODA ZEMALJA EVROPSKE UNIJE

Biljana Ivanova

Vojna akademija, Univerzitet odbrane

Beograd, Srbija

biljana.ivanova70@gmail.com

Milan Mihajlović

Visoka škola modernog biznisa

Beograd, Srbija

milan.mihajlovic@mbs.edu.rs

Miloš Miljković

Vojna akademija, Univerzitet odbrane

Beograd, Srbija

milos.miljkovic.mekis@gmail.com

Apstrakt

Savremene države su suočene sa značajnim budžetskim deficitima i iznosima javnih dugova. Dugogodišnji negativan trend navedenih kategorija može stvoriti značajne negativne posledice. Sve države nastoje da racionalizuju svoje rashode i povećaju prihode ne ometajući funkcionisanje privrede. Predmet ovog rada se sastoji u kreiranju modela predviđanja javnih prihoda i javnih rashoda na osnovu istih u prethodnim godinama. U analizu su uključene sve države članice Evropske unije i vrednosti javnih prihoda i rashoda u proteklih deset godina. Za analizu podataka je korišćen softverski paket SPSS i zaključci su doneti zahvaljujući dobijenim rezultatima. Značaj analize se ogleda u praktičnom utemeljenju unapred postavljenih teorijskih stavova koji će svoje utemeljenje imati i u rezultatima analize koji će biti statistički značajni. Dobijeni model nema svoje ograničenje primene pa se može primeniti i na Republiku Srbiju.

Ključne reči: Evropska unija, javni prihodi, javni rashodi.

ECONOMIC ANALYSIS OF PUBLIC REVENUES AND EXPENDITURES IN THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION

Apstract

Modern states are faced with significant budget deficits and public debts. The long-standing negative trend of these categories can create significant negative consequences. All countries strives to rationalize expenditures and increase revenues without distraction the functioning of the economy. The subject of this paper is to create models of forecasting public revenues and public expenditures based on the same in previous years. The analysis includes all EU Member States and the values of public revenues and expenditures over the past ten years. The SPSS software

package was used for data analysis and the conclusions were drawn from the obtained results. The importance of the analysis is reflected in the practical foundation of the pre-set theoretical views, which will have their foundation also in the results of the analysis, which will be statistically significant. The resulting model does not have its limitation of application and can be applied to the Republic of Serbia.

Keywords: European Union, public revenues, public expenditures.

JEL code: H2

UVOD

Savremene države su suočene sa stalnim problemom budžetskih deficita. Kada se tome pridodaju i značajni iznosi javnih dugova, dobija se problem sa dva uporišta. Sa jedne strane, pritisci budžetskih deficita, dok sa druge stalni rast javnih dugova stvaraju multiplikovane probleme za jednu državu i njenu ekonomiju [1, str. 98]. Neretko države posežu za novim zaduživanjem da bi se pokrili iznosi javnih dugova i smanjili budžetski deficiti. Dodatno zaduživanje nije samo po sebi problem, već on nastaje njegovom alokacijom u one aktivnosti koje ne mogu biti baza za stvaranje nove vrednosti koja treba da služi kao osnov za otplatu dospelih obaveza [2, str. 76]. Ako se ovaj trend zadrži u dužem vremenskom periodu, javlja se opasnost da on postane hroničan čime bi napori za njegovo rešavanje bili višestruki. Upravo je ovo jedan od glavnih razloga neophodnosti usmeravanja na budžetsku politiku. Značaj budžeta sve više raste i on je prevazišao okvire Evropske unije i ostvario značajan uticaj na ostale evropske države koje nisu članice Unije. Državni budžeti preko prihoda i rashoda imaju sve veći značaj u ekonomiji. Usklađenost prihoda i rashoda predstavlja ključne determinante razvoja finansijskog sistema. Budžetska politika [3, str. 101] se nalazi u središtu savremene fiskalne teorije koja podrazumeva sintezu državnih prihoda i državnih rashoda kao element stabilizacije politike [4, str. 86]. Temelji fiskalne integracije u Evropskoj uniji su postavljeni još 90-ih godina. Javni prihodi i javni rashodi kao glavni elementi budžeta svih država igraju najbitniju ulogu u ostvarenju zacrtanih makroekonomskih ciljeva savremene države. Značaj adekvatne politike upravljanja javnim prihodima i rashodima ima veliki značaj u obezbeđivanju sredstava za finansiranje [5, str. 47]. Od 1990-ih, proces ekonomske integracije doveo je do usvajanja nekih zajedničkih budžetskih pravila, kako u zapadnoevropskim, tako i zemljama centralne i istočne Evrope koje su se pridružile Evropskoj uniji. Značaj adekvatnog vođenja fiskalne politike je ključna za ekonomski razvoj. Bitno je napomenuti i način finansiranja Evropske unije, kao zajednice, gde su doprinosi država članica trebali da predstavljaju prelazno rešenje, koje se, ipak, održalo do danas kao jedan od glavnih izvora finansiranja [6, str. 65]. Ovlašćenja za utvrđivanje potreba u oblasti javnih rashoda i za raspodelu javnih prihoda rešena su na različite načine u državama, u zavisnosti od načina na koji su uređeni ukupni odnosi između centralnih, federalnih i lokalnih vlasti. Uređenje odnosa između centralnih, federalnih i lokalnih vlasti po pitanju raspodele javnih funkcija i izvora sredstava za njihovo finansiranje poznato je u teoriji javnih finansija pod imenom finansijskog federalizma [7, str. 17].

Ipak, ne postoje dve federalne države niti dve integracione grupacije u kojima su ovi odnosi uređeni na isti način.

Fiskalni sistem EU igra važnu ulogu u završnici tržišne integracije Evropske unije. Struktura fiskalnog sistema EU svodi se na budžet EU kao jedini instrument sprovođenja fiskalne politike sa središnjeg, nadnacionalnog nivoa Evropske unije [8, str. 1033]. Adekvatnom budžetskom politikom se stvaraju mogućnosti i za realizaciju održivog razvoja. Uređenost finansijskog sistema će imati pozitivne efekte in a privlačenje stranih direktnih investicija. One predstavljaju savremene modele kretanja kapitala u svetu.

Mere usvojenih politika se moraju odnositi na ove kategorije jer se njihovom sinhronizacijom u budžetu uvek moraju naći neophodna novčana sredstva za realizaciju dospelih obaveza [9, str. 65]. Integrisanjem mera usvojenih politika dolazi do efikasnije povezanosti koja će imati značajnih pozitivnih efekata na konkurentnost. U suprotnom, manjak sredstava u periodu kada obaveze dospevaju stvaraju impertiv zaduživanja da bi se one ispunile i tako povećavaju iznos javnog duga i sa njim povezanim negativnim posledicama [10, str. 103]. Predmet ovog rada se odnosi na javne prihode i javne rashode članica Evropske unije u poslednjoj deceniji. Osim teorijskog osvrtu na njihov trend u protekloj deceniji biće izvršena statistička analiza koja će pokazati da li se na osnovu vrednosti javnih prihoda i rashoda u pomentom periodu mogu predvideti za sledeću godinu. Značaj tako postavljene analize je veliki jer bi se eventualnim dokazivanjem učvrstio značaj adekvatnog vođenja politike budžeta i usvojenih mera koje se na njih odnose.

KRETANJE JAVNIH PRIHODA I RASHODA U ČLANICAMA EVROPSKE UNIJE

Sagledavanjem učešća javnih prihoda u BDP-u zemalja članica Evropske unije u periodu 2009-2018. godine može se zaključiti da ima država sa učešćem javnih prihoda na nivou iznad 50% BDP-a i u tu grupu spadaju Belgija, Francuska, Danska, Finska i Švedska. Ako se posmatra početna i završna godina posmatranog perioda vidi se da situacija u ovim državama nije značajno izmenjena po pitanju učešća javnih prihoda u BDP-u. U Belgiji je to učešće čak i poraslo za 3%, u Danskoj opalo za 1,7%, u Francuskoj poraslo za 3,5%, dok su najmanje promene primetne u Finskoj i Švedskoj. U Finskoj je ta promena u korist rasta ali svega za 0,6%, dok je u Švedskoj zabeležen pad za 1,2% [11, str. 1033].

Čak 10 država ima učešće javnih prihoda između 30 i 40%. U tu grupu zemalja spadaju Bugarska, Estonija, Irska, Španija, Kipar, Letonija, Litvanija, Malta, Rumunija i Slovačka. Treba istaknuti primer Irske kao države sa najmanjim učešćem javnih prihoda koji su konkretno u 2018. godini izašli iz ovih granica i bili na rekordno niskom nivou od svega 25,8% što je, procentualno posmatrano, gotovo dvostruko manje nego u Francuskoj iste godine [12, str. 38]. Ako se granica učešća pomeri u rasponu 40-50%, u toj grupi se nalazi 11 država (Češka, Nemačka, Grčka, Hrvatska, Italija, Luksemburg, Mađarska, Austrija, Poljska, Portugal i Slovenija).

Pored kategorije javnih prihoda, u razmatranje su uzeti i javni rashodi za države članice Evropske unije u periodu 2009-2018. godine. Može se primetiti da

neznatan broj država ima učešće javnih rashoda na nivou od preko 50% BDP-a (Belgija, Danska, Francuska i Finska) [13, str. 143]. Takva situacija se odnosi na 2018. godinu a ako bi se posmatrala početna godina posmatranog perioda, spisak država bi bio mnogo veći jer bi uključivao čak 11 zemalja. Ovo, između ostalog, dovodi do jasnog zaključka da države članice Evropske unije vode restriktivnu politiku kao posledicu rasta javnih dugova i budžetskih deficita [14, str. 75] o čemu je bilo reči u uvodnim razmatranjima. Paralelu je moguće napraviti poređenjem i sa državama koje imaju učešće javnih prihoda na nivou preko 50%, o čemu je bilo reči u analizi tabele 1. Može se primetiti (izuzev Danske, koja je na granici sa 49,9% učešća javnih rashoda) da su u pitanju iste države u oba slučaja. Veći javni rashodi iziskuju i veće prihode kao neophodan izvor njihovog finansiranja. Priroda i način prikupljanja ovih prihoda se ne razmatraju u ovom radu. Ako bi se kao granica učešća javnih rashoda u BDP-u postavio raspon od 40-50%, onda bi najveći broj država Evropske unije pripadao ovoj grupi [15, str. 579]. Čak 64% država (18 od 28) članica Evropske unije imaju učešće javnih rashoda u ovim granicama. Svakako u ovoj grupi Švedska ima najveće učešće sa 49,9% u 2018. godini i nalazi se na samoj granici od 2015. godine. Ranijih godina je to učešće bilo na nivou od preko 50%. Primer Grčke je takođe zanimljiv, jer je imala godinama najveće učešće javnih rashoda u BDP-u. Ono je kulminiralo 2013. godine, kada su oni iznosili 62,3% BDP-a. Od 2015. godine su u stalnom padu i 2018. godine su svedeni na 46,7% BDP-a. U tom smislu još je drastičniji primer Irske, koja je 2010. godine imala učešće javnih rashoda na nivou od 65,1% BDP-a [16, str. 39]. To učešće je ujedno i rekordno u popisu ovih država u posmatranom periodu. Preveliki javni rashodi, naspram javnih prihoda iste godine koji su iznosili svega 33% BDP-a su zahtevali zaokret u vođenju ekonomske politike. Usvojene restriktivne mere, koje su morale biti preduzete su brzo počele da daju rezultate [17, str. 38]. Od 2011. godine pa sve do 2018. godine je prisutan kontinuirani pad učešća javnih rashoda u BDP-u [18, str. 30; 19, str. 47]. Taj pad je toliki, da je od 2015. godine na nivou manjem od 30%.

METODOLOGIJA

Na bazi prikuljenih podataka je primenjen model višestruke regresione analize. Ona će dati odgovor na pitanje koliko dobro skup nezavisnih promenljivih dobro predviđa zavisnu promenljivu. Analiza je rađena za prihode i rashode članica Evropske unije u periodu 2009-2018. godine tako da se višestrukom regresionom analizom praktično ocenjuju dva postavljena modela.

Teorijski prikaz navedenog modela se može predstaviti na sledeći način [20, str. 71-72]:

Opšti model višestrukog linearnog modela se može predstaviti na sledeći način:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_{k-1} X_{k-1} + \varepsilon$$

pri čemu je:

Y - zavisna promenljiva (prihodi i rashodi za 2018. godinu)

X_1, X_2, \dots, X_{k-1} - nezavisne (objašnjavajuće) promenljive (prihodi i rashodi u periodu 2009-2017. godine).

ε - slučajna greška

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_{k-1}$ - nepoznati parametri

Odgovarajuća uzročna regresiona funkcija se može predstaviti na sledeći način:

$$\hat{Y}_i = b_0 + b_1 X_{1i} + b_2 X_{2i} + \dots + b_{k-1} X_{k-1i}$$

gde su

b_0, b_1, b_{k-1} - ocene parametara

\hat{Y}_i - ocenjena vrednost za Y_i

Imajući u vidu da realna vrednost i -te opservacije $Y - Y_i$ uglavnom nije jednaka ocenjenoj vrednosti \hat{Y}_i , ima razlike između Y_i i \hat{Y}_i a to je u stvari rezidual e_i .

$$e_i = Y_i - \hat{Y}_i \text{ odnosno } Y_i = \hat{Y}_i + e_i$$

ocene parametara b_0, b_1, b_{k-1} se dobijaju iz uslova da zbir:

$$S(b_0, b_1, b_{k-1}) = \sum_{i=1}^n e_i^2 = \sum_{i=1}^n (Y_i - \hat{Y}_i)^2 = \sum_{i=1}^n (Y_i - b_0 - b_1 X_{1i} - \dots - b_{k-1} X_{k-1i})^2$$

bude najmanji mogući.

REZULTATI I DISKUSIJA

Značaj utvrđivanja modela na osnovu koga se mogu predvideti prihodi i rashodi je veliki na šta upućuju brojni autori. Na osnovu tabele se vidi da je primenjena višestruka regresija. Ona analizira vezu jedne zavisne (neprekidne) promenljive i više nezavisnih promenljivih (prediktora). Višestruka regresija daje odgovor na pitanje koliko skup nezavisnih promenljivih (prihodi u periodu 2009-2017. godine) dobro predviđa zavisnu promenljivu, u ovom slučaju prihode iz 2018. godine. Svi podaci se odnose na zemlje članice Evropske unije.

Tabela 1. Regresioni model za zavisnu promenljivu: prihodi za 2018. godinu
 $R = .854$ $R^2 = .729$ Adjusted $R^2 = .570$ $F(10,17) = 4.591$ p

	Beta	Std.Err. of Beta	B	Std.Err. of B	t(17)	p-level
Inter			38.587	1.791	21.538	0.000
2009	4.554	3.108	4.074	2.781	1.464	0.161
2010	-8.810	3.462	-7.795	3.064	-2.544	0.020
2011	4.714	3.267	4.179	2.895	1.443	0.167
2012	-4.078	5.070	-3.564	4.431	-0.804	0.432
2013	1.138	6.048	0.992	5.272	0.188	0.852
2014	9.100	6.362	7.925	5.541	1.430	0.170
2015	-9.025	3.275	-7.983	2.897	-2.755	0.013
2016	9.688	7.066	8.544	6.232	1.371	0.182
2017	-8.765	7.326	-7.848	6.560	-1.196	0.247
2018	2.089	3.383	1.892	3.063	0.617	0.544

Izvor: Proračun autora

Za ocenu mogućnosti da se na osnovu prihoda na nivou država i lokalnom nivou članica EU iz perioda od 2009. do 2017. godine predvide prihodi u 2018. godini upotrebljena je višestruka regresiona analiza. Preliminarnim analizama je dokazano da pretpostavke normalnosti, linearnosti, multikolinearnosti i homogenosti varijanse nisu bile narušene. Modelom kao celinom objašnjeno je 57% ukupne varijanse $F(10,17; 28) = 4,592$, $p < 0,005$. ovo je odličan rezultat i na osnovu njega se može zaključiti da je model dobar. Statistički su bili značajni prihodi iz dve godine za predviđanje prihoda u 2018. godini i to iz 2015. godine ($\beta = -9,03$, $p < 0,05$) i vrednost prihoda iz 2010. godine ($\beta = -8,81$, $p < 0,05$). Opravdanost i validnost postavljenog modela omogućava formulisanje regresione jednačine.

Regresiona jednačina:

$$\text{Prihod}_{2018} = 4.074 * \text{Prihod}_{2009} - 7,795 * \text{Prihod}_{2010} + 4,179 * \text{Prihod}_{2011} - 3,564 * \text{Prihod}_{2012} + 0,993 * \text{Prihod}_{2013} + 7,926 * \text{Prihod}_{2014} - 7,983 * \text{Prihod}_{2015} + 8,545 * \text{Prihod}_{2016} - 7,849 * \text{Prihod}_{2017}$$

Takođe je urađena i višestruka regresiona analiza koja treba da odgovori na pitanje koliko dobro skup nezavisnih promenljivih (rashodi u periodu 2009-2017. godine) dobro predviđa zavisnu promenljivu, u ovom slučaju rashode iz 2018. godine. Takođe, kao i kod prethodnog modela, svi podaci se odnose na zemlje članice Evropske unije.

Tabela 2. Regresioni model za zavisnu promenljivu: rashodi za 2018 godinu
 $R = .732$ $R^2 = .536$ Adjusted $R^2 = .264$ $F(10,17) = 1.970$ p

	Beta	Std.Err. of Beta	B	Std.Err. of B	t (17)	p-level
Inter			38.346	2.371	16.167	0.000
2009	-1.734	4.149	-1.529	3.657	-0.418	0.681
2010	2.307	5.970	2.036	5.269	0.386	0.703
2011	-4.932	5.942	-4.341	5.230	-0.829	0.418
2012	3.961	5.861	3.403	5.035	0.675	0.508
2013	-0.49	6.482	-0.429	5.576	-0.076	0.939
2014	5.356	6.389	4.596	5.482	0.838	0.413
2015	-3.492	3.138	-3.043	2.734	-1.112	0.281
2016	-2.937	7.949	-2.560	6.927	-0.369	0.716
2017	7.224	10.618	6.398	9.405	0.680	0.505
2018	-4.659	5.634	-4.126	4.989	-0.826	0.419

Izvor: Proračun autora

Za ocenu mogućnosti da se na osnovu rashoda na nivou država i lokalnom nivou članica EU iz perioda od 2009. do 2017. godine predvide rashodi u 2018. godini upotrebljena je višestruka regresiona analiza. Preliminarnim analizama je dokazano da pretpostavke normalnosti, linearnosti, multikolinearnosti i homogenosti varijansi nisu bile narušene. Modelom kao celinom objašnjeno je 54% ukupne varijanse $F(10,17; 28) = 1,971$, što čini model jako dobrim. Najveći jedinstveni doprinos

predviđanju rashoda u 2018. godini imaju rashodi iz 2017. godine (beta je 7,22), iz 2014. godine (beta je 5,36), iz 2011. godine (beta je -4,93), i iz 2012. godine (beta je 3,96) itd. Opravdanost i validnost postavljenog modela omogućava formulisanje regresione jednačine.

Regresiona jednačina:

$$\text{Rashodi}_{2018} = -1,529 * \text{Rashodi}_{2009} + 2,036 * \text{Rashodi}_{2010} - 4,341 * \text{Rashodi}_{2011} + 3,403 * \text{Rashodi}_{2012} - 0,429 * \text{Rashodi}_{2013} + 4,596 * \text{Rashodi}_{2014} - 3,043 * \text{Rashodi}_{2015} - 2,560 * \text{Rashodi}_{2016} + 6,398 * \text{Rashodi}_{2017}$$

ZAKLJUČAK

Savremena fiskalna teorija podrazumeva sintezu javnih prihoda i javnih rashoda sa jedne strane. Ta sinteza predstavlja osnov stabilizacione politike koju svaka država mora da vodi pogotovo u situacijama visokih budžetskih deficita i javnih dugova koji dodatno opterećuju budžete. Sa druge strane, ništa manje značajan element savremene fiskalne teorije je i sinteza mera fiskalne i monetarne politike koja predstavlja pokretačku snagu privrednog rasta. U središtu savremene fiskalne teorije se nalazi budžetska makroekonomska politika koja predstavlja naj snažniju polugu stabilizacione i razvojne politike. Uvidom u podatke vezane za učešće javnih prihoda i javnih rashoda u BDP-u može se uočiti da ima značajnih varijacija po državama članicama Evropske unije. Iz tog razloga je i izvršena kategorizacija po grupama koje su podrazumevale učešće u utvrđenim granicama i to od 30-40%, 40-50% i više od 50%. Države sa većim učešćem javnih rashoda imaju i veće učešće javnih prihoda u BDP-u. Ta proporcija je i neophodna, jer veći rashodi zahtevaju i veće prihode kao neophodan uslov finansiranja istih. Detaljnija statistička analiza se odnosila na mogućnost predviđanja javnih rashoda i javnih prihoda na osnovu njihovih vrednosti u prethodnim godinama. U tom cilju je korišćena višestruka regresiona analiza i dobijeni su značajni statistički rezultati. Naime, i u slučaju javnih prihoda i javnih rashoda su zadovoljene pretpostavke normalnosti, linearnosti, multikolinearnosti i homogenosti varijanse. U oba slučaja su modeli predviđanja bili dobro postavljeni i dobijeni rezultati su statistički značajni, što je omogućilo kreiranje regresionih jednačina i za javne prihode i za javne rashode. Opravdanost postavljenog modela i statistička značajnost dobijenih rezultata je velika jer teorijsko tumačenje značaja navedenih kategorija ima sada svoje uporište i u praksi. Orijentacija na budžetsku politiku upravljanja javnim prihodima i rashodima iz tog razloga predstavlja ne potrebu, već neophodnost, a autori koji se budu bavili ovom problematikom treba da pronađu mere i instrumente za što bolju implementaciju.

BIBLIOGRAFIJA

1. Ristić, K., Ristić, Ž. (2014) Fiskalna ekonomija i menadžment javnog sektora, Bepograd: EtnoStil,
2. Arnold, J. M., Brys, B., Heady, C., Johansson, A., Schwellnus, C., Vartia, L. (2011) Tax Policy for Economic Recovery and Growth, *The Economic Journal*, 121(550), str. 59-80.
3. Kovačević, M., Trandafilović, J., & Kalač, D. (2019) Revizijski aspekt izvršenja budžeta, *Oditor*, 5(1), str. 93-105.
4. Dečković, S. (2018) Harmonizacija poreza u Evropskoj uniji, *Ekonomski izazovi*, 7(13), str. 84-91.
5. Pantić, N., Jovanović, B., & Issa, H. R. (2019) Oporezivanje u funkciji održivog razvoja, *Održivi razvoj*, 1(2), str. 37-51.
6. Ilić, N., & Stojković, R. (2017) Razvoj Evropske unije kroz prizmu zajedničke spoljne i bezbednosne politike, *Serbian Journal of Engineering Management*, 2(2), str. 62-68.
7. Vasić, Z. (2015) Poreska kontrola uslov funkcionisanja budžetskog sistema, *Akcionarstvo*, 21(1), str. 5-22.
8. Marković, M. (2015) Prilagođavanje agrarne politike Evropske unije novom okruženju, *Ekonomika poljoprivrede*, 62(4), str. 1031-1044.
9. Miljković, A., & Miljković, L. (2010) Kreiranje budžeta države, *Ekonomika*, 56(3), str. 63-68.
10. Stanković, B., Damnjanović, R., & Popović, M. (2018) Oblici nadzora nad javnim rashodima, *Oditor*, 4(3), str. 96-109.
11. Počuča, M., & Matijašević-Obradović, J. (2017) Ciljevi i značaj regionalne politike Evropske unije, uz osvrt na politiku regionalnog razvoja Srbije, *Strani pravni život*, (4), str. 75-88.
12. Kalaš, B., Jakšić, D., & Mijić, K. (2018) Komparativna analiza državnih prihoda i državnih rashoda u zemljama regiona, *Finansije*, br. 1-6, str. 32-44.
13. Kalaš, B., & Milošević, S. (2015) Fiskalna harmonizacija i fiskalna konkurencija u Evropskoj uniji, *Ekonomski pogledi*, 17(2), str. 139-156.
14. Meta, M., & Bajramović, D. (2016) Finansiranje ruralnog razvoja u zemljama članicama EU i zemljama koje se približavaju EU, *Ekonomski izazovi*, 5(10), str. 64-85.
15. Baturan, L. (2010) Fondovi za finansiranje zajedničke poljoprivredne politike Evropske unije, *Zbornik radova Pravnog fakulteta, Novi Sad*, 44(3), str. 573-583.
16. Đokić, M. (2019) Održivi agrarni i ruralni razvoj u Evropskoj uniji, *Economics of Sustainable Development*, 3(1), str. 29-43.
17. Živković, A., Pantić, N., & Rosić, M. (2019) Fiskalna održivost makroekonomskog sistema članica Evropske unije, *Oditor*, 5(2), str. 32-41.
18. Zekić, M. (2015) Kontrola i revizije u javnom sektor, *Akcionarstvo*, 21(1), str. 23-34.
19. Kostić, R. (2020) Revizija ostvarivanja ciljeva budžetskih programa, *Održivi razvoj*, 2(1), str. 41-52.
20. Vladušić, L., Živković, A., & Pantić, N. (2020) Makroekonomska analiza GDP i zaposlenosti u zemljama Evropske unije, *Ekonomika*, 66(1), str. 65-76.

RESUME

The level of the budget deficit is a significant issue for every country. Each state should strive to ensure the rationalization of its expenditures, and on the other hand to increase revenues in order to achieve a satisfactory level of economic growth. The aim of this paper is to determine the model for forecasting the movement of revenues and expenditures in the future period based on data obtained in previous years. The subject of this paper is the analysis of revenues and expenditures of European Union countries in a ten - year period. Based on the results of the analysis, it can be noticed that there are significant variations in the member states of the European Union. For that reason, the categorization was performed by groups that included participation in the determined limits, namely 30-40%, 40-50% and more than 50%. Countries with a higher share of public expenditures also have a higher share of public revenues in GDP.

SLIČNOST EKONOMSKOG RAZVOJA TURSKE I JUGOSLAVIJE IZMEĐU DVA SVETSKA RATA: UPOREDNA ANALIZA MAKROEKONOMSKIH INDIKATORA

Goran V. Nikolić

Institut za evropske studije
Beograd, Srbija
goranvnikolic@gmail.com

Sladana Zdravković

Institut za evropske studije
Beograd, Srbija
sladjanaz189@gmail.com

Rad je napisan u okviru projektnog zadatka «Ekonomski aspekti jugoslovensko-turske bilateralne međudržavne saradnje u međuratnom periodu (1918-41)», koji je odobren 21. 1. 2021. (20/1) i koji zajedno sprovode viši naučni saradnik Goran Nikolić i istraživač saradnik Sladana Zdravković, oboje sa Instituta za evropske studije.

Apstrakt: U međuratnom razdoblju Turska i Jugoslavija, i pored mnogih različitosti, imaju približno slične ekonomske performanse, posebno tokom 1930-ih kada su njihovi prosečni BDP po kupovnoj moći per capita približni, što implicitno ukazuje na sličan nivo životnog standarda. I Turska i Jugoslavija su u posmatranom razdoblju ostale pretežno agrarne privrede, kako u pogledu udela zaposlenih po delatnostima ili pak strukture BDP-a. S tim povezane su i slične ekonomske politike koje su dve zemlje sprovodile u međuratnom razdoblju, pre svega izražen protekcionizam, odnosno substitucija uvoza, ali i relativno restriktivna monetarna i fiskalna politika, što je bilo u skladu sa dominirajućim ekonomskim praksama zapadnih država u tom periodu. Obe zemlje su tokom 1930-ih intenzivirale napore ka industrijalizaciji. Ipak, industrijski rast 1930-ih, posebno izražen u Turskoj, nije rezultirao značajnijim strukturnim promenama dve privrede, koje su po nivou razvijenosti ostale pri evropskom dnu.

Ključne reči: privredna razvijenost, međuratni period, Jugoslavija, Turska, industrija, struktura.

THE SIMILARITY OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF TURKEY AND YUGOSLAVIA IN THE INTERWAR PERIOD: COMPARATIVE ANALYSIS OF MACROECONOMIC INDICATORS

Abstract: In the interwar period, Turkey and Yugoslavia, despite many differences, have approximately similar economic performance, especially during the 1930s when the average GDP per capita at purchasing power parity for the two countries was almost the same, implicitly indicating a similar living standard. Both Turkey and Yugoslavia remained predominantly agrarian economies in the observed period, both in terms of the share of employees by sectors or the GDP structure. The two countries pursued a protectionist policy during the 1930s, which, in addition to imports substitution, also meant intensifying industrialization. However, the industrial growth of the 1930s, especially strong in Turkey, did not result in significant structural changes in the two economies, which remained at the European bottom in terms of development.

Keywords: economic development, the inter-war period, Yugoslavia, Turkey, industry, structure.

JEL codes: E6

UVOD: GLOBALNI EKONOMSKI TRENDOMI U MEĐURATNOM PERIODU

Od 1920. do 1940. prosečni rast bruto domaćeg proizvoda (BDP-a) na globalnom nivou, koji smo izračunali na osnovu Medisonove baze podataka [1] bio je skromnih 2,4%, dok je u per capita izrazu svetski BDP rastao 1,7%. Zemlje zapadne Evrope imale su prosečno povećanje BDP-a od tek dva i po posto (odnosno 1,9% po stanovniku), dok je istok Starog kontinenta stajao bolje sa prosečnim rastom od 5,6% (4,6% u per capita izrazu). Međutim, ako bi se npr. kao bazna uzela neka od godina pred početak Prvog svetskog rata, stope rasta bile bi znatno niže, posebno za Istočnu Evropu, koja je beležila prosečni rast od samo 1,1% per capita od 1910. do 1940, identično kao zapadne Evropa za te tri decenije. Generalno, međuratni period karakteriše odstupanje (nadole) od evropskih trendova privrednog rasta, kao i rasta raspoloživog dohotka [15, str. 25-27].

Ogromni direktni i indirektni troškovi Prvog svetskog rata ogledali su se u posleratnom rastu nezaposlenosti, padu trgovinske razmene, te tokom rata nastalim ogromnim javnim dugom čije je serviranje opterećivalo budžete. Sve to je znatno smanjilo nivo realnog BDP-a tokom 1920-ih. Na osnovu proračuna Crafts-a [3] gubitak BDP-a tokom ovog perioda približno je dvostruko veći od ukupnih troškova rata za Britaniju, iako je ta zemlja potrošila preko 25% BDP-a na ratne napore između 1915. i 1918. Posledično, dok je pred rat BDP per capita SAD bio za 7,8% viši od onog u Britaniji, do 1929. razlika je narasla na 25,3%, što je, pored ostalog, posledica značajno bržeg rasta produktivnosti rada u sve tri glavne komponente BDP-a SAD: agraru, uslugama i posebno industriji.

Tokom međuratnog perioda autonomnost ekonomskih politika država srednje, istočne i jugoistočne Evrope, uključujući Jugoslaviju i Tursku, bila je ozbiljno ograničena. Privredna politika ovih zemalja pored agrarnih reformi, bila je fokusirana na akumulaciju, inače oskudnog, kapitala, te na potragu za stranim tržištima i podsticanje industrijalizacije, koja je sporo napredovala sve do sredine 1930-ih, kada se stvari popravljaju. Može se tvrditi da su delimično uspeli koji su bili postignuti tridesetih godina bili su povezani sa politikom substitucije uvoza. Za pojačanu industrijalizaciju nije bilo dovoljno domaćeg ili pak inostranog kapitala, što je pokušano da se nadomesti preferencijalnim tretmanom za industrijske delatnosti kroz budžete i stimulatívno zakonodavni tretman. Naime, industrijska preduzeća favorizovana su preko bescarinskog uvoza mašina i sirovina, poreskih olakšica, bescarinskog korišćenja državnog zemljišta za fabričke zgrade, dugoročnih poreskih oslobođenja i visokih carinskih ograničenja za proizvodnja robe koja nije bila proizvedena u zemlji. Države su sve više morale da igraju ulogu preduzetnika, investitora i kupca, jer su domaće preduzetničke klase bile slabe. Dodatno, izvozne mogućnosti bile su ograničene, naročito tokom i posle krize 1930-ih [17, str. 5-15, 20-21].

Zahvaljujući i dinamiziranju bilateralne trgovine sa Nemačkom od početka 1930-ih, došlo je do značajnog poboljšanja u poljoprivrednoj proizvodnji. S druge strane, sve intenzivnija razmena sa Nemačkom nije pomogla industrijalizaciji Turske i Jugoslavije niti je znatnije ubrzala njihov ekonomski rast. Suprotno, što je udeo Nemačke u spoljnoj trgovini ove dve, ali i ostalih zemalja Balkana, odnosno istočne Evrope rastao, to je industrijalizacija regiona bila više ugrožena zbog "navale" konkurentnih nemačkih industrijskih proizvoda. Situacija je bila otežana i nespremnošću ovih zemalja da devalviraju svoje valute, jer bi se teret duga nepodnošljivo povećao [17, 5-15].

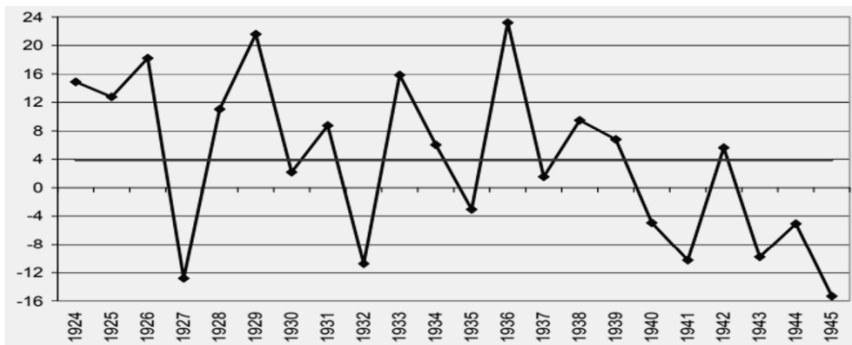
KARAKTERISTIKE EKONOMSKOG RAZVOJA TURSKJE TOKOM MEĐURATNOM PERIODA

Dominatno agrarom generisan spor ekonomski rast Turske sve do početka 1920-ih (koji je bio ispod 1% prosečno godišnje), onemogućavao je smanjivanje zaostajanja u odnosu na tada razvijene zemlje. Situacija je čak postajala gora u područjima koja su obuhvatala današnju Tursku, te je BDP po glavi stanovnika (po kupovnoj moći) opao sa oko 41% 1870. na 29% 1913. BDP-a per capita u zemljama zapadne Evrope i SAD. Posle drastičnih ekonomskih posledica rata, oporavak nastupa od 1923, da bi se ubrzao od 1929. (te godine BDP po stanovniku po kupovnoj moći iznosio je 16% proseka zapadne Evrope i SAD), a posebno tokom druge polovine 1930-ih [14].

Tokom 1920-ih manje od četvrtine stanovništva Turske živelo je u urbanim centrima (sa više od 5000 stanovnika), kada počinje prvo spora, a zatim ubrzana urbanizacija. Ona je bila praćena velikim pomacima unutar radne snage, čiji je udeo u industriji porastao sa oko 9% na 23% od ukupne zaposlenosti, dok je udeo zaposlenih u uslužnom sektoru takođe ostvario snažno povećanje. Tek krajem 1920-ih, BDP po stanovniku dostigao je nivo od pre Prvog svetskog rata.

Turska je beležila prosečnu stopu privrednog rasta od 7% 1923-1939, ali je metodološki ispravnije koristiti period od 1913. da bi se izbegla veštački niska baza nakon dugogodišnjih ratova koji su dramatično spustili nivo privredne aktivnosti. Prosečan rast BDP 1913-1939. bio je 2,4% [10]. Inače, rast je bio vrlo neujednačen što se može videti na Slici 1.

Slika 1. Rast BDP Turske 1924-1945.



Napomena: Crvena linija označava prosečnu stopu rasta u celom posmatranom periodu.
Izvor: [5].

Zahvaljujući snažnom demografskom oporavku, poljoprivreda - najveći sektor ekonomije, koji je činio blizu polovine BDP-a, poslovala je prilično dobro tokom 1930-ih. Naime, uprkos nepovoljnim kretanjima cena, poljoprivredna proizvodnja povećala se za 50-70% tokom 1930-ih, pre svega usled demografskog oporavka na selu. Ovome je doprinelo i ukidanje dobrog dela poreza što je, na dug rok, pomoglo konsolidaciji malog seljačkog imetka, na taj način podržavajući rast ekonomske aktivnosti u gradovima.

Tabela 1. Indikatori razvijenosti Turske 1913, 1923. i 1950. (u %)

	1913.	1923.	1950.
Procent urbane populacije u ukupnoj	28	24	25
Ueo zaposlenih u agraru u ukupnoj zaposlenosti	80	85	84
Udeo agrara u BDP	55	42	54
Udeo industrije u BDP	13	11	13
BDP p/c kao % BPD zapadne Evrope i SAD	29	16	24
Očekivano trajanja prosečnog životnog veka	30	/	47
Stopa pismenosti starijih od 15 g.	10	/	32

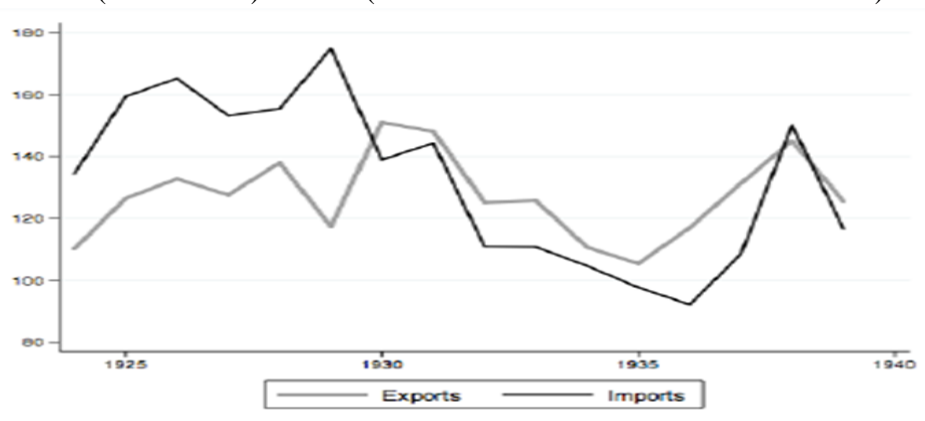
Izvor: [13, str. 23].

Glavni mehanizam efektuiranja Velike depresije na tursku ekonomiju bio je nagli pad cena poljoprivrednih proizvoda. Naglo smanjenje cena vodećih useva, poput pšenice i ostalih žitarica, duvana, suvog grožđa, lešnika i pamuka, u proseku je iznosilo više od 50% od 1928-29. do 1932-33, mnogo više od pada cena nepoljoprivrednih dobara i usluga. Već 1929, pre početka krize, vlada je počela da se kreće ka protekcionizmu i većoj kontroli spoljne trgovine i deviznog poslovanja, te se do druge polovine 1930-ih više od 80% spoljnotrgovinske razmene odvijalo po sistemu kliringa i recipročnih kvota. Već 1930. vlada počinje da primenjuje strategiju etatizma, koja je državu promovisala kao vodećeg proizvođača i investitora u gradskim centrima. Do kraja decenije, državna preduzeća su se pojavila kao važni, pa čak i vodeći proizvođači u brojnim ključnim sektorima. Skoro polovina svih fiksnih investicija javnog sektora tokom ove decenije otišla je u izgradnju železnica i druge oblike prevoza. Ipak, u 1938. državna preduzeća su bila zaslužna za samo 1% ukupne zaposlenosti u zemlji, a otprilike tri četvrtine svih zaposlenih u industriji radilo je malim privatnim preduzećima.

Jedan od važnih izvora povećanja ekonomske aktivnosti nakon 1929. bile su usvojene protekcionističke mere, ali dometi pojačanog državnog intervencionizma ostaju kontroverzni. Vlada je povećala carine, uvela kvote i strogu deviznu kontrolu, a sve to je naglo smanjilo obim uvoza sa 15,4% BDP-a u 1928-29. na 6,8% BDP-a 1938-39. Na taj način otežan uvoz stvorio je atraktivne uslove za domaće proizvođače, uglavnom mala i srednja privatna preduzeća. Interesantno je da etatizam nije doveo do velikih promena u fiskalnoj i monetarnoj politici, kao što bi se moglo očekivati. Budžeti su ostali uravnoteženi, kurs lire se posle snažne apresijacije stabilizovao tokom 1930-ih, što svakako nije bilo podsticajno za izvoz, iako se on nakon dramatičnog pada tokom prve polovine tridesetih dobrim delom oporavio, što se može videti na Slici 2. [8, str. 26]. Najvažniji razlog za izbor relativno restriktivne

monetarne i fiskalne politike bilo je gorko osmansko iskustvo sa velikim spoljnim dugom i inflacijom tokom Prvog svetskog rata [13, str. 10-13].

Slika 2. Tendencije turskog izvoza i uvoza u međuratnom periodu u stalnim (konstantnim) cenama (iznosi su u stalnim turskim lirama iz 1938.)



Izvor: [8, str. 26].

Promene u očekivanom životnom veku pri rođenju pružaju dramatičnu primer promena u Turskoj dvadesetog veka. Tokom 1930-ih ta brojka je bila 30 godina, da bi porasla na 47 godina do 1950. Pretpostavlja se da stopa pismenosti nije prelazila 10% tokom 1920-ih, a već 1935. ona je za osobe starije od 15 godina bila je 19%, a 1950. 28%. Od 1913. nivoi i poboljšanja očekivanog trajanja života u Turskoj su uporedivi sa onima u drugim zemljama u razvoju sa sličnim nivoima prihoda [13, str. 4-5].

JUGOSLOVENSKI RAZVOJ U MEĐURATNOM RAZDOBLJU

U skladu sa već navedenim najnovijim podacima Medisona [1], rast BDP-a Jugoslavije 1923-39. bio je 3,1%, odnosno 1,8% ako se posmatra razdoblju između 1913. i 1939. Podaci Stajića [16, str. 5], koji je merio nešto uži indikator privredne aktivnosti, društveni proizvod, ukazuju na nešto sporiji rast (2,4%), što je bilo u skladu sa tadašnjim evropskim prosekom i sa stopom rasta zemalja u okruženju. Ovakve stope rasta su značile da se nezavidna pozicija Jugoslavije, čiji su sastavni delovi pre Velikog rata bili među najnerazvijenijim područjima Evrope, nije promenila. To znači da se relativno nizak BDP po glavi stanovnika zadržao u celom međuratnom periodu, te da je Jugoslavija bila zemlja sa veoma niskim standardom života u evropskim okvirima, zajedno sa ostalim državama Balkana (slična ili nešto nepovoljnija situacija je na samom istoku Evrope, čije zemlje su tada bile sastavni deo Sovjetskog Saveza).

Ovu ocenu o relativnom položaju Kraljevine Jugoslavije mogu upotpuniti i podaci o prosečnom trajanju života ili pak o broju tada savremenih tehničkih dostignuća koji takođe govore o zaostajanju jugoslovenske države [11]. Očekivano trajanje života u balkanskim zemljama 1937. (Jugoslavija, Bugarska i Rumunija) bilo je na istom nivou

(54 godine), što je znatno manje od srednjoevropskog i zapadnoevropskog proseka (prosek za Čehoslovačku bio je 61, a za zapadnu Evropu 63 godine) [9].

I sama struktura nacionalnog dohotka ukazuje na slabe ekonomske performanse međuratne Jugoslavije. Kroz praktično ceo posmatrani period beleži se veliko i relativno stabilno učešće poljoprivrede u ukupnoj ekonomskoj aktivnosti (oko 46% u proseku), uz spor udela industrije sa rudarstvom, što je posledica bržeg rasta industrijske proizvodnje od dodate vrednosti u agraru u observiranom periodu (ovde treba napomenuti da Stajićev obračun isključuje deo usluga iz privredne aktivnosti, što je bila praksa u socijalističkim zemljama, te bi stvarni udeli primarnih i sekundarnih delatnosti mereni današnom aparaturom, tj. BDP-om, bili nešto niži). Npr. od 1923. do 1939. rast industrijske proizvodnje kumulativno je iznosio 83,2% a poljoprivredne 45,3% [16]. Imajući u vidu visok udeo agrara u BDP-u, te sporo rastuću i relativno nisku produktivnost rada u toj delatnosti, jasno je da dominantan deo populacije morao biti uposlenih u poljoprivredi, čak tri četvrtine.

Tabela 2. Promena strukture nacionalnog dohotka Jugoslavije 1923-1939.

	1923-29.	1930-34.	1935-39.
Udeo agrara u BDP	44,8	46,8	47,3
Udeo industrije i rudarstva u BDP	17,8	18,2	19,6

Izvor: [16, str. 19].

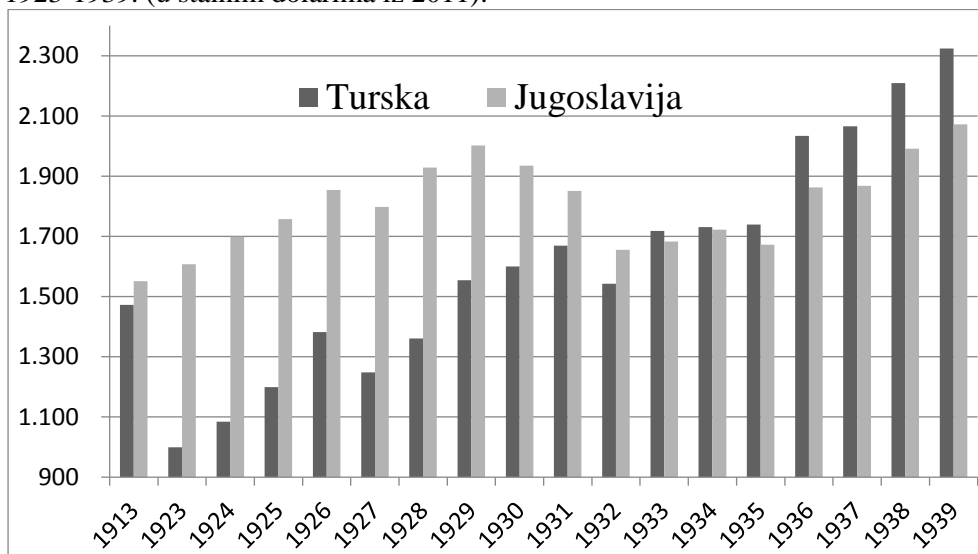
Jugoslavija je, dakle, bila pretežno agrarna zemlja sa slabo razvijenom industrijom i sa tempom privrednog razvoja koji je bio na nivou proseka Evrope, što joj nije omogućavalo da smanji jaz u nivou razvoja u odnosu na industrijalizovane zemlje. Glavni otežavajući faktori za intenzivniji privredni razvoj bili su, pored oskudice kapitala, i nedostatak stručne radne snage te brz porast stanovništva. I pored pomaka koji su ostvareni u industriji i rudarstvu, Jugoslavija je ipak zadržala karakteristike industrijski nerazvijene odnosno agrarno-ekstraktivne zemlje [11].

KONVERGENCIJA EKONOMSKE AKTIVNOSTI IZMEĐU DVE ZEMLJE

U međuratnom razdoblju Turska i Jugoslavija, i pored svih različitosti imaju približno slične ekonomske performanse. Deo objašnjenja za to leži i u ideološkom opredeljenju, kako kreatora ekonomske politike tako i stručne akademske (ekonomske) javnosti u obe zemlje, koji su kapitalizam (sa "slobodnim" tržištem) smatrali kao najadekvatniji ili jedini mogući sistem organizovanja privrede, a u širem smislu i socijalnih odnosa. Kako ukazuju Kalač i Mikić [7, str. 12], skoro svi radovi teoretičara ekonomije u Kraljevini Jugoslaviji bili su posvećeni razvoju doktrinarnih teorija vezanih za kapitalizam i za kapitalističke proizvodne odnose, naravno po ugledu na njihove kolege na Zapadu. S tim povezane su i slične ekonomske politike koje su dve zemlje sprovodile u međuratnom razdoblju, pre svega izražen protekcionizam, ali i relativno restriktivna monetarna i fiskalna politika, što je bilo u skladu sa dominirajućim ekonomskim praksama zapadnih država tog perioda.

Sličnost ostvarenog ekonomskog razvoja Turske i Jugoslavije je eklatantna ako se posmatra kroz najvažniji pokazatelj stanja jedne ekonomije: BDP po stanovniku. Ova konstantacija posebno važi za 1930-e kada su iznosi prosečnih BDP po kupovnoj moći po stanovniku za dve države skoro identični, što implicitno ukazuje na sličan nivo životnog standarda. Ovo istina nije slučaj za početak tog perioda, ali u drugom, nešto većem delu tog razdoblja, nivo BDP po kupovnoj moći per capita je skoro isti za obe države i pored njihovih prilično različitih ekonomskih struktura.

Slika 3. Trend BDP-a po kupovnoj moći po stanovniku Jugoslavije i Turske u 1913. i 1923-1939. (u stalnim dolarima iz 2011).



Izvor: Maddison Project Database 2020[10].

Naši proračuni na osnovu Medisonove baze [10], bazirani na osnovu iznosa BDP-a u stalnim cenama, te promena populacija obe zemlje, ukazuju da Turska beleži dvostruko više prosečne stope privrednog rasta od Jugoslavije 1923-1939, sa 7% naspram 3,1%. Usled čak osam godina rata koje je vodila Turska, od 1914. zaključno sa 1922, prosečna stopa privrednog rasta za razdoblje od 1913. do 1939. bila je tek 2,4%, dok je prosečni ekonomski rast za Jugoslaviju u tih 26 godina iznosio 1,8%. Ove razlike u stopama rasta od 1913. (u korist Turske) do kraja 1930-ih generalno objašnjavaju zašto dolazi do konvergencije dohodaka, kao i ostalih važnih ekonomskih indikatora dve države na kraju međuratnog perioda.

Da bi dobili uvid u to kako stoje dve zemlje u komparaciji sa evropskim državama uzećemo visinu BDP po stanovniku u dolarima iz 2011. (Geary-Khamis metodologija, koja inkorporira kupovnu moć). Jugoslavija i Turska sa 1868, odnosno 2066 dolara u 1937. su među najlošije kotiranim evropskih zemljama snažno zaostajući za npr. Mađarskom (4053) i Čehoslovačkom (4594). U skladu sa Maddison Project Database (2020) [10], iste godine u razvijenijim zemljama BDP per capita po kupovnoj moći je višestruko veći (Britanija ima 9911, Francuska 7152, a SAD 11295 dolara iz 2011.). Situacija nije bitnije različita i kada se poređenja vrše za druge godine. Iz navedenog proizilazi da su Jugoslavija i Turska zemlje sa veoma niskim

relativnim iznosom dohotka u per kapita izrazu, te shodno tome među najnerazvijenijim zemljama Evrope u međuratnom razdoblju. Situacija se u tom pogledu nije bitnije menjala, iako je Turska blago unapredila svoj položaj u odnosu na Jugoslaviju.

Od ukupnog broja zaposlenih u Jugoslaviji (1931) 77% je radilo u agraru (zajedno sa šumarstvom i ribarstvom) dok je 10,7% bilo zaposleno u industriji i zanatstvu, što je govorilo o agrarnom karakteru jugoslovenske privrede i njenoj relativno slaboj industrijalizovanosti. Analogni pokazatelji za balkanske zemlje bili su slični (Bugarska 75%, odnosno 10%, Rumunija 71%, odnosno 10%), dok je u Turskoj čak 85% uposlenih radilo u agraru. S druge strane, zemlje Centralne Evrope pokazivale su znatno veću zastupljenost industrije i manje učešće angažovanih u poljoprivredi. Npr. Čehoslovačka, koja je bila najindustrijalizovanija zemlja zapadno od Nemačke, imala je 40% zaposlenih u poljoprivredi a 34% u industriji, podaci za Poljsku su 61%, odnosno 19%, a za Mađarsku 51%, odnosno 22% [4].

U Turskoj 1929. poljoprivreda generiše 42% BDP-a, a industrija tek 11% (koja je kao i trgovina bila skoro u potpunosti bile pod dominacijom zapadnoevropskih država); urbana populacija čini 24% ukupnog stanovništva [2, str. 50]. Od 1923. do 1926. poljoprivredna proizvodnja je snažno porasla (za 87%), vraćajući se na predratni nivo. Industrija i usluge rastle su više od 9% prosečno godišnje od 1923. do 1929; međutim, njihov udeo u ekonomiji je na kraju decenije ostao prilično nizak. Može se reći da tokom 1930-ih započinje strukturna promena turske privrede, sa industrijom koja narasta na 18% BDP-a 1939, dva procenta poena više nego sedam godina ranije [6]. Na relativno nepovoljne privredne strukture dve zemlje tokom međuratnog perioda posredno ukazuje i njihova bilateralna razmena, koja se bazirala na proizvodima niže faze finalizacije. Naime, glavninu izvoza Jugoslavije u Turskoj početkom 1920-ih činili su prehrambeni proizvodi (sir, pasulj, krompir, suve šljive), kao i drvna građa, te meso i mesne preradevine. Turska je u Jugoslaviji izvozila južno voće, ribu, pamuk, kudenje, lan, vuna, koža, gvožđe, bakar [18, str. 118-119]. Na kraju međuratnog razdoblja struktura razmene dve države nije se mnogo promenila. I u 1939. izvoz Jugoslavije u Tursku zasnivao se na drvnoj građi (38,7% od ukupnog izvoza u Turskoj), a sledio je čelik i emajlirano i razno posuđe od limita (oboje po 10,4%), pasulj (5%) i cement sa 3,7%. Turski izvoz u Jugoslaviji bio je zasnovan na južnom voću, uključujući ljuštene lešnike (četvrtina), a sledili su otpaci i opiljci od gvožđa sa 9,6% [12, str. 263-264].

Interesantno je da i rast stanovništva u observiranom razdoblju bio sličan. Dok je populacija koju obuhvata današnja Turska u 1927. bila snižena na tek 13,9 miliona, da bi 1940. narasla na 17,8 miliona [13, str. 49], rast jugoslovenskog stanovništva, koje se sa 13,6 uvećalo na 16,3 od 1913. do 1940, bio je tek za nepun procentni poen viši [10].

Dok je ekonomija Turske, zahvaljujući snažnom ubrzanju rasta između 1935. i 1939. (6% prosečno) kumulativno porasla 42% u periodu 1929-1938. [1, str. 174], privreda Kraljevine Jugoslavije je praktično stagnirala u istom razdoblju [10]. Ovi različiti rezultati u drugom delu međuratnog razdoblja su doveli do praktičnog izjednačavanja postignutog razvoja dve zemlje. Ono što je usledio je bilo veoma različito; dok je tokom 1940-ih turska ekonomija stagnirala što je bilo povezano sa ratnim okruženjem,

jugoslovenska država je doživela kataklizmu, političku, ekonomsku i pre svega ljudsku.

BIBLIOGRAFIJA

1. Aldcroft D. H. (2016) *Europe's Third World: The European Periphery in the Interwar Years*, Routledge; 1st edition, 2016. str. 1-229
2. Altug, S., Alpay, F., Pamuk, S. (2007) The Sources of Long-term Economic Growth for Turkey, 1880-2005, *Discussion Paper No. 6463* September 2007 Centre for Economic Policy Research 90–98 Goswell Rd, London; available from: https://www.researchgate.net/publication/4761014_The_Sources_of_Long-term_Economic_Growth_for_Turkey_1880-2005 [poslednji pristup 21. 1. 2021].
3. Craft, N. (2014). Walking wounded: The British economy in the aftermath of World War I, *VoxEU*, 27 August 2014. available from: <https://voxeu.org/article/walking-wounded-british-economy-aftermath-world-war-i> [poslednji pristup 15. 2. 2021].
4. Crampton, R., Crampton B. (1997) *Atlas of Eastern Europe in the Twentieth Century*, Psychology Press 1997.
5. Görmez, Y., Yiğit, S. (2009) The Economic and Financial Stability in Turkey: A Historical Perspective. *Fourth Conference of Southeast Europe Monetary History Network*, str. 1-30, available from: nbs.rs/export/sites/NBS_site/documents/publikacije/konferencije/seemhn_conf/SEE_MHN_15_Turska.pdf (poslednji pristup 14.2.2021)
6. Hale, W. (2007) Ideology and economic development in Turkey 1930–1945, *British Journal of Middle Eastern Studies* 7 (2), 100-117. str. 100-117 <https://doi.org/10.1080/13530198008705293>
7. Kalač, B., Mikić, A. (2017) Ideologija i ekonomija – Međusobna određenja, *Ekonomski izazovi*, Godina 5, broj 9, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru, Novi Pazar. str. 1-7. UDK: 330.1:316.75
8. Karakoç, U. (2014) *Sources of Economic Growth in Interwar Egypt and Turkey: Industrial Growth, Tariff Protection and the Role of Agriculture*, LSE, London. available from: [202021/Karakoc_Sources_of_Economic_Growth_in_Interwar_Egypt_and_Turkey.pdf](https://www.lse.ac.uk/ideas/publications/202021/Karakoc_Sources_of_Economic_Growth_in_Interwar_Egypt_and_Turkey.pdf) (poslednji pristup 15.2.2021)
9. Kaser, M. C., Radice E. A. (1986) *The Economic History of Eastern Europe 1919-1975, volume I (Economic Structure and Performance between the Two Wars)*, Clarendon Press, 1986.
10. Maddison Project Database 2020. <https://www.rug.nl/ggdc/historicaldevelopment/maddison/releases/maddison-project-database-2020> [poslednji pristup 31. januar 2021]
11. Nikolić, G. (2003) *Kurs dinara i devizna politika kraljevine Jugoslavije*, Stubovi kulture, Beograd. str.1-224
12. Opšta državna statistika Kraljevine Jugoslavije (1941). Statistički godišnjak 1940. Knjiga X, 1932, Beograd.
13. Pamuk, S. (2007) *Economic Change in Twentieth Century Turkey: Is the Glass More than Half Full?*, The American University of Paris, Working Paper No. 41. available from: https://kisi.deu.edu.tr/sedef.akgungor/Current%20topics%20in%20Turkish%20Economy/aup_wp41-pamuk.pdf (poslednji pristup 12.2.2021)
14. Pamuk, S. (2018) *Uneven Centuries: Economic Development of Turkey since 1820*. Princeton University Press, doi.org/10.2307/j.ctv346nzz

15. Ritschl, A., Tobias, S. (2009) *Business Cycles and Economic Policy, 1914-1945: A Survey*, Working Papers No. 115/09, LSE, Zurich, 2009. available from: <https://www.lse.ac.uk/Economic-History/Assets/Documents/WorkingPapers/Economic-History/2009/WP115.pdf> (poslednji pristup 20.2.2021)
16. Stajić, S. (1959) *Nacionalni dohodak Jugoslavije 1923-39. u stalnim i tekućim cenama*, Ekonomski institut, Beograd, 1959.
17. Teichova, A. (1985) Economic policies in interwar east central Europe: Freedom and constraints of action, *Uppsala Papers in Economic History 198 5 Research Report NO 8*. University of East Anglia, Norwich, UK. available from: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:128513/FULLTEXT01> (poslednji pristup 15.2.2021)
18. Virijević V. (2018) *Jugoslovensko-turski ekonomski odnosi 1918–1941*, Filozofski fakultet Univerziteta u Prištini. str. 1-274. COBISS.SR-ID 260785932..

RESUME

From 1920 to 1940, the world average GDP growth was a modest 2.4%, but if, for example, as a base was taken some of the years before the start of World War I growth rates would be even lower. In general, the interwar period is characterized by a downward deviation from European trends of economic growth, isolationism and related protectionist economic policies, and only partially successful efforts of a major part of developing countries, including Turkey and Yugoslavia, to industrialize.

In the interwar period, Turkey and Yugoslavia, despite many differences, have approximately similar economic performance, especially during the 1930s when the average GDP per capita at purchasing power parity for the two countries was almost the same, implicitly indicating a similar living standard. Both Turkey and Yugoslavia remained predominantly agrarian economies in the observed period, both in terms of the share of employees by sectors or the GDP structure (for example, out of the total number of employees in Yugoslavia in 1931 77% worked in agriculture, together with forestry and fishing, which spoke of the agrarian character of the Yugoslav economy and its relatively weak industrialization, while analogous indicators for Turkey was as much as 85%). Both countries pursued a protectionist policy during the 1930s, which, in addition to imports substitution also meant intensifying industrialization. However, the solid industrial growth of the 1930s, especially in Turkey, did not result in significant structural changes in the two economies, which remained at the European bottom in terms of the development. Related to that are similar economic policies pursued by the two countries in the interwar period, primarily pronounced protectionism, i.e. import substitution, but also relatively restrictive monetary and fiscal policy, which was in line with the dominant economic practices of Western countries in that period. Both countries intensified their industrialization efforts during the 1930s. However, that did not substantially change the structures of both economies. The solid industrial growth of the 1930s, especially in Turkey, did not result in significant structural changes in the two economies, which remained at the European bottom in terms of the level of development.

Differences in growth rates from 1913 to the late 1930s in favor of Turkey generally explain why income convergence occurs, as well as other important economic indicators of the two countries at the end of the interwar period.

VRSTE I NAČINI MERENJA DOHODOVNE KONVERGENCIJE

Sonja Milutinović

Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet Kragujevcu, Vrnjačka
Banja, Srbija
sonja.milutinovic@kg.ac.rs

Apstrakt

Konvergenција dohodaka predstavlja jedno od ključnih domena istraživanja u oblasti ekonomskog rasta i razvoja. Teorijska rasprava o konvergenciji dohodaka među zemljama započela je uvođenjem neoklasičnog modela rasta Robert Solow-a. Prva empirijska istraživanja pojavila su se 80-ih godina prošlog veka i do danas rezultati nisu jednoznačni. Postoji više pristupa u izučavanju konvergencije, međutim, najčešće korišćen je pristup dohodovne konvergencije među zemljama i regionima. Kada je reč o dohodovnoj konvergenciji, postoje dva koncepta, odnosno σ -konvergenција i β -konvergenција, pri čemu β -konvergenција može biti apsolutna i relativna. U radu su predstavljene različite vrste konvergencije, kao i načini merenja konvergencije.

Ključne reči: dohodovna konvergenција, β -konvergenција, σ -konvergenција.

TYPES AND METHODS OF MEASURING INCOME CONVERGENCE

Abstract

Income convergence is one of the key research domains in the field of economic growth and development. The theoretical discussion of income convergence among countries began with the introduction of Robert Solow's neoclassical growth model. The first empirical research appeared in the 1980s, and to this day the results are ambiguous. There are several approaches of convergence, however, the most commonly used approach is income convergence between countries and regions. When it comes to income convergence, there are two concepts, namely σ -convergence and β -convergence, where β -convergence can be absolute and relative. The paper presents different types of convergence, as well as methods of measuring income convergence.

Key words: income convergence, β -convergence, σ -convergence.

JEL codes: O47

UVOD

Konvergenција među zemljama predstavlja jedno od najznačajnijih otkrića u neoklasičnom modelu rasta Robert Solow-a [1, str. 41]. Osnovna pretpostavka ovog modela jeste zakon o opadajućim prinosima na kapital, što znači da će se niži prinosi na kapital najpre javiti u slučaju onih zemalja koje obiluju kapitalom, odnosno u razvijenim zemljama. Posledično, ove zemlje će imati i nižu stopu rasta bruto domaćeg proizvoda (BDP) po glavi stanovnika. Kada su u pitanju nerazvijene zemlje,

situacija je suprotna, odnosno zbog manjeg obima kapitala koje poseduju, prirast kapitala je veći, što uzrokuje višu stopu rasta bruto domaćeg proizvoda po glavi stanovnika [11, str. 100]. Zaključak do kojeg je Solow došao je, da se upravo zbog opadajućih prinosa na kapital javlja konvergencija dohodaka, odnosno brži rast dohotka nerazvijenih u odnosu na razvijene zemlje.

Romer tvrdi da postoje tri razloga zbog kojih siromašne zemlje mogu rasti brže od bogatih zemalja [14, str. 21-22]:

1. Svaka zemlja konvergira ka svojoj ravnoteži. Intenzivniji rast proizvodnje po zaposlenom se očekuje u slučaju da je zemlja udaljenija od ravnotežnog stanja. U zavisnosti od toga u kojoj meri je udaljenost od ravnoteže uzrok razlika u dohotku, manje razvijene zemlje će imati brži rast od razvijenih;

2. Budući da je stopa prinosa na kapital niža u zemljama koje imaju viši kapital po zaposlenom, kapital se kreće od bogatih ka siromašnim zemljama. Kao posledica, javlja se konvergencija dohodaka.

3. Razlike u tehnologiji značajno utiču na razlike u dohotku. Nakon što usvoje moderne metode i tehnologiju, siromašne zemlje mogu konvergirati ka bogatijim. Pitanju da li ekonomije tokom vremena konvergiraju je posvećeno relativno puno pažnje. Mnoga empirijska istraživanja pokazuju kontradiktorne rezultate u zavisnosti od uzoraka i tehnika merenja. Ipak, najviše pažnje je posvećeno konceptima β -konvergencije (apsolutnoj i relativnoj) i σ -konvergenciji, koji će detaljnije biti objašnjeni u ovom poglavlju. Pored samog postojanja konvergencije dohodaka među zemljama, u literaturi se mogu naći i istraživanja o brzini konvergencije, kao i o različitim faktorima koji mogu pozitivno ili negativno uticati na konvergenciju dohodaka.

VRSTE KONVERGENCIJE

Početna teorijska shvatanja konvergencije dohodaka u neoklasičnoj, a kasnije i u endogenim teorijama rasta su, usled brojnih istraživanja koja su usledila, znatno unapređena. Teorijski i analitički okvir se širio, što je uslovalo pojavu različitih pristupa, koncepata i metoda u analizi, od kojih se većina i danas upotrebljava u izučavanju konvergencije dohodaka.

Konvergencija je koncept koji je postao tema istraživanja među ekonomistima, ne samo zbog važnosti pitanja o sustizanju zemalja različitog stepena razvijenosti, već i zbog toga što ova analiza može poslužiti kao način da se potvrdi valjanost različitih modela ekonomskog rasta. Konvergencija dohodaka je proces koji se može analizirati sa različitih aspekata. Realna konvergencija dohodaka opisuje konvergenciju nivoa dohotka, nominalna konvergencija odražava konvergenciju nivoa cena, a institucionalna konvergencija podrazumeva harmonizaciju zakonodavstva. Pored toga, može se govoriti i o konvergenciji poslovnih ciklusa, ponašanja potrošača i društvenoj stratifikaciji [16, str. 8].

U empirijskim istraživanjima, pri testiranju postojanja konvergencije ili divergencije, sledeća dva koncepta se najčešće koriste: σ -konvergencija (sigma konvergencija) i β -konvergencija (beta konvergencija) [8, str. 3]. Islam je u svom radu klasifikovao različite pristupe u izučavanju konvergencije (prikaz u Tabeli 1), koji će u nastavku

ukratko biti objašnjeni. Koncepti β - i σ -konvergencije, kao i apsolutna i relativna konvergencija će, zbog svoje važnosti, biti detaljnije objašnjene.

VRSTE KONVERGENCIJE

Početna teorijska shvatanja konvergencije dohodaka u neoklasičnoj, a kasnije i u endogenim teorijama rasta su, usled brojnih istraživanja koja su usledila, znatno unapređena. Teorijski i analitički okvir se širio, što je uslovalo pojavu različitih pristupa, koncepata i metoda u analizi, od kojih se većina i danas upotrebljava u izučavanju kovergencije dohodaka.

Konvergencija je koncept koji je postao tema istraživanja među ekonomistima, ne samo zbog važnosti pitanja o sustizanju zemalja različitog stepena razvijenosti, već i zbog toga što ova analiza može poslužiti kao način da se potvrdi valjanost različitih modela ekonomskog rasta. Konvergencija dohodaka je proces koji se može analizirati sa različitih aspekata. Realna konvergencija dohodaka opisuje konvergenciju nivoa dohotka, nominalna konvergencija odražava konvergenciju nivoa cena, a institucionalna konvergencija podrazumeva harmonizaciju zakonodavstva. Pored toga, može se govoriti i o konvergenciji poslovnih ciklusa, ponašanja potrošača i društvenoj stratifikaciji [16, str. 8].

U empirijskim istraživanjima, pri testiranju postojanja konvergencije ili divergencije, sledeća dva koncepta se najčešće koriste: σ -konvergencija (sigma konvergencija) i β -konvergencija (beta konvergencija) [8, str. 3]. Islam je u svom radu klasifikovao različite pristupe u izučavanju konvergencije (prikaz u Tabeli 1), koji će u nastavku ukratko biti objašnjeni. Koncepti β - i σ -konvergencije, kao i apsolutna i relativna konvergencija će, zbog svoje važnosti, biti detaljnije objašnjene.

Tabela 1. Različiti pristupi u izučavanju konvergencije

Konvergencija u okviru zemlje	Konvergencija među zemljama
Konvergencija u stopama rasta	Konvergencija u nivou dohotka
β -konvergencija	σ -konvergencija
Apsolutna konvergencija	Relativna konvergencija
Globalna konvergencija	Lokalna (klub) konvergencija
Konvergencija dohodaka	Konvergencija ukupne faktorske produktivnosti
Deterministička konvergencija	Stohastična konvergencija

Izvor: autor na osnovu Islam, N. (2003) What Have We Learn from the Convergence Debate?, Journal of Economic Surveys, 17 (3), str. 309

Konvergenција u okviru zemlje podrazumeva da zemlja teži ka svom ravnotežnom nivou dohotka. Nasuprot tome, konvergenција dohodaka među zemljama podrazumeva približavanje nivoa dohotka jedne zemlje u odnosu na nivo i rast dohodaka drugih zemalja. Koncept dohodovne konvergencije među zemljama (cross-country convergence) vremenom mnogo više dobija na značaju.

Ukoliko postoji konvergenција u stopama rasta BDP-a po glavi stanovnika različitih zemalja, te zemlje dele jednake koristi od tehnološkog progresa. Nakon što dostignu ravnotežno stanje, sve nastavljaju da rastu po istoj stopi BDP-a po glavi stanovnika. Ukoliko pored jednakih koristi od tehnološkog progresa zemlje imaju i identičnu agregatnu proizvodnu funkciju, konvergiraju ka istom nivou dohotka [6, str. 12].

Globalna konvergenција podrazumeva to da će svaka zemlja težiti jednom ravnotežnom stanju, Nasuprot tome, klub (lokalna) konvergenција podrazumeva postojenje višestruke ravnoteže. Koji nivo ravnotežnog stanja će jedna zemlja dostići zavisi od njenih početnih uslova. U slučaju klub konvergencije (club convergence) zemlje će težiti ka određenom stanju ravnoteže i time biti deo grupe zemalja koje teže ka identičnom stanju ravnoteže. Ove zemlje će obrazovati grupe, odnosno klubove. Može se reći da se konvergenција u ovom slučaju definiše kao smanjenje dispariteta u dohotku tokom vremena u određenoj grupi (klubu) zemalja [6, str. 11].

Kada je reč o izučavanju konvergencije, najveći deo istraživanja se odnosi na konvergenciju dohodaka. U tom slučaju se kao mera uglavnom uzima BDP-a po glavi stanovnika. Međutim, kako je ekonomski razvoj zemlje u velikoj meri posledica tehnološkog progresa, javila se ideja o izučavanju sustizanja nivoa tehnologije među zemljama [4, str. 263; 5, str. 197]. Kao mera tehnologije koristi se ukupna faktorska produktivnost, te otuda i naziv konvergenција ukupne faktorske produktivnosti [6, str. 15]. Vremenom se, takođe, javila ideja izučavanja konvergencije merenjem životnog standarda uz pomoć Indeksa humanog razvoja [9, str. 15].

Metoda vremenskih serija (time-series approach) je jedan od načina da se analizira konvergenција dohodaka unutar zemalja ali i između zemalja. Analiza konvergencije dohodaka između zemalja upotrebom metode vremenskih serija podrazumeva analizu stacionarnosti serije razlike u nivoima BDP-a po glavi stanovnika. Razlika između determinističke i stohastične konvergencije potiče od toga da li je dopušteno da serija razlike u nivou BDP-a poseduje deterministički ili stohastički trend u testiranju jediničnog korena [6, str. 16].

U slučaju β -konvergencije, postoje apsolutna i relativna β -konvergenција. Bilo da je reč o apsolutnoj ili o relativnoj β -konvergenaciji, ona postoji kada siromašne zemlje rastu brže od bogatih, odnosno kada zemlje konvergiraju ka istom nivou BDP-a po glavi stanovnika bez obzira na njihove početne uslove.

“Apsolutna β -konvergenција podrazumeva da sve zemlje teže ka jednom identičnom stanju ravnoteže i da se razlikuju samo po početnom nivou dohotka” [10, str. 132]. Ona se javlja u slučaju da zemlje imaju iste stope štednje, stope rasta stanovništva i stope amortizacije. Razlike u BDP-u po glavi stanovnika javljaju se samo u slučaju nepredviđenih šokova navedenih determinanti ili kao proizvod kretanja ka stanju ravnoteže. Posle određenog vremena pojavice se iste stope rasta BDP-a po glavi stanovnika. Može se zaključiti da, apsolutna β -konvergenција predstavlja brži rast siromašnih u odnosu na bogate zemlje, ka istom nivou dohotka. Za određivanje

postojanja apsolutne β -konvergencije se koristi jednačina uvedena od strane Barro & Sala-i-Martin [2, str. 128]:

$$1/T \log(y_{it}/y_{i0}) = \alpha - 1/T(1-e^{-\beta T}) \log y_{i0} + u_{it}, \quad (1)$$

pri čemu su y_{it} – BDP po glavi stanovnika zemlje i u vremenu t ; y_{i0} – početni BDP po glavi stanovnika zemlje i ; T – posmatrani period; α – konstanta; β – koeficijent konvergencije koji predstavlja brzinu ili godišnju stopu konvergencije; u_{it} – standardna greška:

Ako se izraz $-1/T(1-e^{-\beta T})$ zemani sa α_1 , gore navedena jednačina će imati sledeći oblik:

$$1/T \log(y_{it}/y_{i0}) = \alpha + \alpha_1 \log y_{i0} + u_{it}. \quad (2)$$

Negativan predznak koeficijenta α_1 ima implicira postojanje apsolutne β -konvergencije.

Koncept relativne β -konvergencije, koji se smatra dosta realnijim konceptom u odnosu na apsolutnu β -konvergenciju, uvode Barro & Sala-i-Martin i Mankiw, Romer & Weil. Suprotno konceptu apsolutne β -konvergencije, relativna β -konvergencija se javlja kod zemalja koje teže različitim stanjima ravnoteže, usled različitih stopa štednje, stopa rasta stanovništva i različitih nivoa tehnologije. “Zbog toga, zemlje konvergiraju ka sopstvenim, različitim stanjima ravnoteže” [10, str. 133]. Kada je zemlja udaljenija od ravnotežnog stanja, imaće brži rast od onih zemalja koje su bliže svom stanju ravnoteže, odnosno bogatijih zemalja. Može se zaključiti da relativna β -konvergencija predstavlja brži rast siromašnih, u odnosu na bogate zemlje, ka različitim ravnotežnim stanjima. U cilju računanja relativne β -konvergencije može se koristiti sledeća jednačina:

$$\log(y_{i,t}) - \log(y_{i,t-1}) = \alpha_0 + \alpha_1 \log(y_{i,t-1}) + \Sigma(\varphi_k Z_{k,t}) + e_{i,t}, \quad (3)$$

gde je $Z_{k,t}$ – vektor kontrolnih varijabli koji pruža mogućnost kontrole uticaja ostalih determinanti ekonomskog rasta [16, str. 180]. Kao i u slučaju apsolutne, negativan predznak koeficijenta α_1 označava postojanje relativne β -konvergencije.

Ukoliko se dohodovni jaz između dve zemlje sa protokom vremena smanjuje, σ -konvergencija postoji [10, str. 134]. U literaturi se koristi više načina za određivanje postojanja σ -konvergencije, između kojih je standardna devijacija. Opadanje standardne devijacija tokom vremena, odnosno smanjivanje apsolutne razlike između nivoa dohodaka zemlja, označava postojanje σ -konvergencije. Suprotno, rast standardne devijacije sa protokom vremena, implicira postojanje divergencije. Pored navedenog načina, za merenje σ -konvergencije koristi se i koeficijent varijacije koji se dobija kada se podeli standardna devijacija sa aritmetičkom sredinom uzorka. Ukoliko se vrednost koeficijenta varijacije tokom vremena smanjuje, konvergencija postoji. U suprotnom, silazna putanja koeficijenta varijacije tokom vremena označava postojanje divergencije [10, str. 135]. U cilju potvrđivanja hipoteze σ -konvergencije, linija trenda raspršenosti dohotka u posmatranom periodu se procenjuje, odnosno [16, str. 169]:

$$CV_y(t) = \alpha_0 + \alpha_1(t) + e(t). \quad (4)$$

Navedena varijabla predstavlja koeficijent varijacije nivoa BDP-a po glavi stanovnika posmatranih zemalja. Negativna vrednost koeficijenta α_1 ukazuje na postojanje σ -konvergenције.

Postavlja se pitanje koja je od navedenih vrsti konvergenције (sigma ili beta) bolja. Devedesetih godina prošlog veka, Daniel Quah je svojim radom popularizovao koncept σ -konvergenције. Quah je smatrao da je bolji koncept σ -konvergenėje, iz razloga što pokazuje veću ili manju jednakost distribucije dohotka među zemljama [12, str. 427]. Ipak, u literaturi se češće koristi β -konvergenėje, iz razloga što ukazuje na to da li manje razvijene zemlje imaju brži rast od razvijenih zemalja, da li je reč o apsolutnoj ili relativnoj konvergenėje i pruža informacije o brzini konvergenėje [10, str. 135].

Važno je istaći da je “ β -konvergenėje neophodan, ali ne i dovoljan uslov za σ -konvergenėje” [14, str. 5]. Zbog toga se ova dva koncepta konvergenėje smatraju komplementarnim i nezamenljivim jedan sa drugim. Primer za to je ponovno vraćanje ka srednjoj vrednosti koje može dovesti do pogrešnog zaključka da konvergenėje dohodaka postoji, iako to nije slučaj. Ovakva situacija se u literaturi naziva Galtonova zabluda (Galton Fallacy), nazvana po Francis Galton-u koji je izveo pogrešne zaključke iz svog istraživanja. Od tada, termin se koristi da ukaže na probleme koji nastaju kada se testira neoklasični model konvergenėje upotrebom podataka preseka na istorijskim podacima bruto nacionalnog dohotka.

BRZINA KONVERGENJE

Računanje brzine konvergenėje je veoma važno kako zbog ekonometrijske procene ekonomskog rasta, tako i zbog utvrđivanja da li su u pitanju karakteristike ravnotežnog stanja ili pak tranzicione dinamike. Ukoliko je konvergenėje dosta brža nego što se inicijalno pretpostavlja, treba obratiti pažnju na ravnotežno stanje. S druge strane, ukoliko je konvergenėje veoma spora, više pažnje treba obratiti na tranzicionu dinamiku.

Polazeći od osnovne Solow-ljeve jednačine, brzinu konvergenėje je moguće napisati na sledeći način:

$$\beta = (1-\alpha)(\delta+x+n), \quad (5)$$

pri čemu parametri δ , x , n predstavljaju stope amortizacije, tehnološkog progresa i rasta stanovništva, respektivno [3, str. 469]. Više vrednosti ovih parametara dovode do brže konvergenėje. Parametar β se tumači na sledeći način: jaz između trenutne vrednosti autputa po efektivnom radniku i ravnotežne vrednosti autputa po efektivnom radniku se smanjuje po konstantnoj stopi β . Parametar α jednak je odnosu graničnog i prosečnog proizvoda kapitala i ima sledeće karakteristike [3, str. 497]:

- Ukoliko parametar α ima visoku vrednost (i približava se jedinici), mala je razlika između graničnog i prosečnog proizvoda, te stoga i proizvodna funkcija ima slabe karakteristike opadajućih prinosa kapitala.
- Ukoliko je α nizak i bliži se nultoj vrednosti, granični proizvod je znatno manji od prosečnog proizvoda i proizvodna funkcija ima karakteristike opadajućih prinosa kapitala.

- Više vrednosti α imaju za posledicu sporiju konvergenciju i obrnuto, niže vrednosti α uslovljavaju bržu konvergenciju.

Kako se za određivanje postojanja konvergencije (asolutne i relativne) u najvećem broju empirijskih istraživanja koriste regresione jednačine (1) i (3), one se mogu upotrebiti i za računanje brzine konvergencije. U jednačini (1) parametar β predstavlja godišnju stopu konvergencije, odnosno ukazuje na brzinu konvergencije koja se može prikazati na sledeći način [16, str. 180]:

$$\beta = -1/T \ln(1 + \alpha_1 T). \quad (6)$$

Parametar β pruža informaciju o tome koji deo udaljenosti od stabilnog stanja privreda pokriva tokom jednog perioda [13, str. 308]. Naime, konvergencija, kako je opisana u neoklasičnom modelu, pretpostavlja da zemlje imaju usporavajuću stopu rasta BDP-a po glavi stanovnika. S obzirom da rastu sa opadajućom stopom, zemlje moraju konačno (u ravnotežnom stanju), u teoriji, doći do nultog BDP-a po glavi stanovnika. Pošto je reč o konceptu apsolutne konvergencije, pretpostavlja se da sve ekonomije imaju tendenciju da dosegnu isto ravnotežno stanje. S obzirom da sve zemlje smanjuju svoju udaljenost od ravnotežnog stanja u istom procentu, zatim u istom trenutku stižu u ravnotežno stanje, i zato što manje razvijene zemlje moraju pokriti veću razdaljinu, nivo dohodaka između ekonomija mora pokazati trend sustizanja. Međutim, koeficijent β ne meri stvarni tempo izjednačavanja nivoa dohodaka, već pokazuje brzinu konvergencije prema hipotetičkom ravnotežnom stanju. Na primer, ako je $\beta=2\%$, svaka zemlja smanjuje odgovarajuću razdaljinu za 2% godišnje. U tim okolnostima, potrebno je 35 godina da posmatrane zemlje smanje polovinu udaljenosti prema zajedničkom ravnotežnom stanju [13, str. 308].

ZAKLJUČAK

Konvergencija dohodaka predstavlja brži rast dohotka nerazvijenih, odnosno siromašnijih zemalja u odnosu na razvijene, odnosno bogatije zemlje. Solow je, u svom neoklasičnom modelu rasta, prvi put detaljnije objasnio zbog čega se javlja konvergencija dohotka. Glavni zaključak Solow-ljevog modela rasta je postojanje dohodovne konvergencije, odnosno situacije kada siromašne zemlje, sa nižim inicijanim nivoom kapitala i bruto domaćeg proizvoda po glavi stanovnika, imaju tendenciju da sustižu bogatije zemlje, odnosno konvergiraju. Ovo ukazuje na to da, što je zemlja udaljenija od svog ravnotežnog stanja, njen rast dohotka će biti brži. I obrnuto, što je zemlja bliža ravnotežnom stanju, rast dohotka će biti sporiji. U teorijskoj i empirijskoj literaturi se mogu naći različiti pristupi izučavanju konvergencije. Najčešće korišćen je pristup dohodovne konvergencije među zemljama i regionima, pri čemu postoje dva koncepta: σ -konvergencija i β -konvergencija. Posebno je važno istaći da su navedeni koncepti konvergencije komplementarni i nezamenljivi, budući da je β -konvergencija, iako neohodan, ipak nedovoljan uslov za σ -konvergenciju.

BIBLIOGRAFIJA

1. Akinci, M., Yilmaz, O. (2012) Per Capita Income Convergence among European Union Countries: Haldane - Hall Approach, *Marmara Journal of European Studies*, 20(2), str. 39-61
2. Barro, R.J., Sala-i-Martin, X. (1991) Convergence across States and Regions, *Brookings Papers on Economic Activity*, 1, str. 107-182
3. Carlin, W., Soskice, D. (2006) *Macroeconomics: Imperfections, Institutions, and Policies*. New York: Oxford University Press.
4. Dollar, D. (1991) Convergence of South Korean productivity on West German levels, 1966-1978, *World Development*, 19(2), str. 263-273
5. Dollar, D., Wolff, E.N. (1994) Capital Intensity and TFP Convergence by Industry in Manufacturing, 1963-1985, *Convergence of Productivity*, str. 197-224
6. Gligorić, M. (2015) *Tranzicione privrede Evope: konvergencija, izvoz i ukupn faktorska produktivnost*. Doktorska disertacija, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet. Preuzeto sa sajta <http://nardus.mpn.gov.rs/handle/123456789/5288>
7. Islam, N. (2003) What Have We Learn from the Convergence Debate?, *Journal of Economic Surveys*, 17(3), str. 309-362
8. Marques, A., Soukiazis, E. (1998) Per Capita Income Convergence across Countries and Across Regions in the European Union. Some New Evidence, 2nd International Meeting of European Economy, Lisbon
9. Mazumdar, K. (2002) A Note on Cross-Country Divergence in Standard of Living, *Applied Economics Letters*, 9, str. 87-90
10. Milutinović, S. (2015) Konvergencija dohotka i ekonomska integracija: dokazi iz Evropske unije, *Megatrend revija*, 12(3), str. 127-140
11. Pantić, N., Milojević, I. (2019) Investments and employment in tourism in the Republic of Serbia, *Hotel and Tourism Management*, 7(1), str. 95-104
12. Quah, D. (1993) Galton's Fallacy and Tests of the Convergence Hypothesis, *Scandinavian Journal of Economics*, 95, str. 427-443
13. Rapacki, R., Próchinak, M. (2009) Real Beta and Sigma Convergence in 27 Transition Countries, 1990-2005, *Post-Comunist Economies*, 21(3), str. 307-326
14. Romer, P. (2006) *Advanced Macroeconomics*. McGraw Hill
15. Sala-i-Martin, X. (1995) *The Classical Approach to Convergence Analysis*, Economics Working Paper No. 117
16. Stanišić, N. (2012) The Effects of Economic Crisis on the Income Convergence in the European Union, *Acta Oeconomica*, 62(2), str. 161-182
17. Varblane, U., Vahter, P. (2005) *An Analysis of the Economic Convergence Process in the Transitions Countries*, Tartu University Working Paper No. 37

RESUME

The theoretical discussion of income convergence began with the introduction of Robert Solow's neoclassical growth model. Empirical research followed, in 1980s. The concept of income convergence implies a reduction of the income gap between countries or regions, i.e. faster income growth of poor countries compared to rich countries. The debate on income convergence occupies a significant place in growth theories, for the purpose of finding answers to this question can contribute to rising income levels and well-being in many countries around the world.

The topic of income convergence has been the subject of numerous theoretical and empirical literature for more than sixty years and has developed in various forms and applications. In an informal approach, a simple comparison of gross domestic product per capita among countries can provide useful information on the different development levels of these countries. In addition to the informal, there are even more important formal techniques in the form of regression equations that are used to test the income convergence assumption.

There are two concepts of income convergence, σ -convergence and β -convergence, where β -convergence can be absolute and relative. σ -convergence is defined as a decrease in income dispersion between countries over time and is calculated based on the coefficient of variation. If the coefficient of variation decreases over time, σ -convergence exists. Conversely, if the coefficient of variation increases over time, there is an σ -divergence. Absolute β -convergence implies a negative correlation between the initial level of gross domestic product per capita and the gross domestic product growth rate, with countries converging towards similar levels of per capita income. On the other hand, relative β -convergence takes into account country-specific geographical, structural and socio-economic variables, and therefore countries converge towards their own, steady state gross domestic product per capita. These two concepts of convergence (sigma and beta) are complementary and irreplaceable with each other.

LOW-COST AVIO-SAOBRAĆAJ KAO DETERMINANTA RAZVOJA TURIZMA

Filip Ž. Bugarčić

Ekonomski fakultet, Univerzitet u Kragujevcu

Kragujevac, Srbija

f.bugarcic@kg.ac.rs

Marijana Bugarčić

Ekonomski fakultet, Univerzitet u Kragujevcu

Kragujevac, Srbija

msimic@kg.ac.rs

Apstrakt

Avio saobraćaj kao organizovani oblik pružanja usluga, naročito u prevozu putnika, može imati značaj za povećanje posete inostranih turista. Globalizacija i razvoj informacionih tehnologija doprineli su razvoju poslovnog modela avio kompanija koji je omogućio znatno smanjenje troškova putovanja vazdušnim saobraćajem i ubrzani razvoj ove industrije. Zato se akcenat stavlja na globalni trend razvoja niskobudžetnih (low-cost) avio kompanija, njihov način poslovanja i efekte koje ostvaruju na razvoj turizma. Porast broja niskobudžetnih avio kompanija ima višestruke efekte na razvoj međunarodnog turizma i prevoz putnika usled jeftinijeg transporta koji je omogućen unapređenjem konkurentnosti avio saobraćaja nakon njegove deregulacije. Osim toga, niže cene i bolja logistička pozicija mogu doprineti povećanju broja stranih turista i većem prihodu ove industrijske grane, kao i ostalih povezanih privrednih delatnosti. Cilj ovog rada jeste da se kroz teorijski i empirijski uvid ispita da li postoji uticaj niskobudžetnih avio prevoznika na obim vazdušnog saobraćaja i intenzitet prevoza putnika, sa akcentom na sagledavanje postojeće literature, kao i empirijskom potvrdom na primeru Republike Srbije. Sprovedeno istraživanje ima važne implikacije, budući da se u pandemijskim uslovima očekuje da će dalji razvoj niskobudžetnih avio kompanija doprineti oporavku vazdušnog saobraćaja i turizma.

Ključne riječi: Low-cost, avio transport, turizam, Srbija.

LOW-COST AIR TRAFFIC AS A DETERMINANT OF TOURISM DEVELOPMENT

Abstract

Air transport as an organized form of service provision, especially in passenger transport, can be important for increasing the number of foreign tourists. Globalization and the development of information technologies have contributed to the development of the business model of airlines, which has enabled a significant reduction in the cost of air travel and the accelerated development of this industry. Therefore, the emphasis is placed on the global trend of development of low-cost airlines, their way of doing business and the effects they have on the development of tourism. The increase in the number of low-budget airlines has multiple effects on the development of international tourism and passenger transport due to cheaper transport, which is made possible by improving the competitiveness of air transport after its deregulation. In addition, lower prices and a better logistical position can contribute to an increase in the

number of foreign tourists and a higher income for this industry, as well as other related economic activities. The aim of this paper is to examine through theoretical and empirical insight whether there is an impact of low-cost airlines on the volume of air traffic and the intensity of passenger transport, with an emphasis on existing literature, as well as empirical confirmation on the example of Serbia. The conducted research has important implications, since in pandemic conditions, further development of low-budget airlines is expected to contribute to the recovery of air traffic and tourism.

Key words: Low-cost, air transport, tourism, Serbia.

JEL codes: Z32

UVOD

Saobraćajna infrastruktura i turizam čine komplementarni neraskidivi deo koji doprinosi uzajamnom međusobnom razvoju. Dobra infrastrukturna povezanost i jeftinija cena transporta do neke turističke destinacije ili regiona može uticati na rast frekvencije turista ka toj destinaciji i njenoj većoj posećenosti. Velika konkurencija i rast obima prometa avionskog saobraćaja omogućili su smanjenje troškova avionskog prevoza i pojavu takozvanih low-cost kompanija koje nude usluge prevoza po znatno nižim troškovima. Kako saobraćaj i obim prometa putnika i robe ima uticaj na mnoge privredne delatnosti, tako se ova činjenica može odraziti i ispoljiti cenovne efekte na mnoge industrije u okviru jedne privrede pa tako i na turizam. Avio saobraćaj naročito je usmeren na međunarodni promet, tako da ovaj vid transporta potencijalno doprinosi razvoju međunarodnog turizma.

U postojećoj literaturi umnogome je istaknuta važnost saobraćaja i saobraćajne infrastrukture na razvoj jedne nacionalne privrede i generalno na razvoj turizma. Takođe, više puta su dokazani efekti low-cost avio kompanija na cene avionskog transporta i posredno na ostale segmente privrede. Gep u postojećoj literaturi identifikovan je u nedovoljnom isticanju efekata i važnosti svih oblika saobraćaja na razvoj međunarodnog turizma u smislu povećanja broja inostranih turista, naročito kada su u pitanju efekti povećanja broja turista koji su rezultat početka poslovanja niskobudžetnih avio prevoznika. Turizam, transport i druge poslovne usluge učestvuju u ukupnom izvozu usluga u svetu sa 75%, pri čemu turizam ostvaruje najveće učešće od 28%. Turizam kao delatnost zauzima značajno mesto u svetskoj privredi [1]. Ovaj podatak dovoljno govori o značaju turizma sa međunarodnog aspekta kao i generalno gledajući sektora usluga, koji beleži intenzivnije učešće u međunarodnoj trgovini na globalnom nivou ali i na nivou pojedinačnih privreda.

Međunarodni turizam ističe se kao značajno područje privrednog razvoja i bitan faktor u međunarodnoj ekonomskoj razmeni usluga. Prema procenama svetske turističke organizacije, procentualno učešće turizma u bruto društvenom proizvodu sveta iznosi oko 10%. Uz to, posredstvom turizma realizuje se 7% ukupnog svetskog izvoza i oko 30% svetske trgovine uslugama. Odmah iza prometa nafte i naftnih derivata, i proizvoda hemijske industrije, turizam kao grana industrije nalazi se na četvrtom mestu po učešću u međunarodnoj trgovini robom i uslugama. U 2018. godini ostvareno je dodatnih 121 milijardi američkih dolara prihoda od izvoza od međunarodnog turizma (putovanja i putnički prevoz) u poređenju sa 2017. godinom. Prihodi od izvoza od međunarodnog turizma važan su izvor stranih prihoda za mnoge

destinacije u svetu. Turizam je važna komponenta raznolikosti izvoza kako za zemlje u nastajanju, tako i za privredu neke razvijene ekonomije, sa snažnim kapacitetom za smanjenje trgovinskih deficita i nadoknadu štete za slabije izvozne prihode od drugih dobara i usluga [2].

Paralelno sa tim, cena usluga u turističkoj privredi značajan je element kojim se određuju preferencije turista i na tržišni način suočava sa konkurencijom. Povećanje cena svih turističkih usluga, pa tako i transporta, negativno se reflektuje na dinamiku i stepen intenziteta tražnje [3]. S tim u vezi, jeftiniji prevoz putnika od strane low-cost kompanija potencijalno doprinosi smanjenju troškova prevoza i povećanju konkurentnosti turističke destinacije. Ovo može dati prostora industriji turizma da uz iste, ili čak više troškove svojih usluga, ukupan iznos usluge za turiste bude niži. Zato je važno identifikovati uticaj niskobudžetnih avio prevoznika na postojeći turistički ambijent i broj turista.

Imajući u vidu napred navedeno, predmet istraživanja rada je važnost low-cost avio kompanija u međunarodnom turizmu. Cilj rada jeste da se kroz teorijski i empirijski uvid ispita da li postoji uticaj niskobudžetnih avio prevoznika na obim vazdušnog saobraćaja i intenzitet prevoza putnika, sa akcentom na sagledavanje postojeće literature, kao i empirijskom potvrdom na primeru Republike Srbije. U skladu sa definisanim predmetom i ciljem istraživanja, u radu se testiraju sledeće hipoteze:

H1: Ukupan obim prometa avionskog saobraćaja povećan je sa dolaskom low-cost kompanija.

H2: Broj turista u Srbiji porastao je nakon deregulacije domaćeg vazdušnog saobraćaja.

Rad se sastoji od pet sekcija. Nakon uvodnog dela, ispituje se uticaj saobraćajne logistike i infrastrukture na razvoj turizma. Treći deo bavi se avionskim saobraćajem kao organizovanim oblikom pružanja usluga, a četvrti deo rada akcentat stavlja na low-cost avio transport. Peti deo ispituje efekte niskobudžetnih avio kompanija na razvoj turizma i daje pregled situacije u Srbiji nakon liberalizacije tržišta i dolaska low-cost avio prevoznika. Poslednji deo rada sumira zaključke i definiše moguće pravce daljih istraživanja.

UTICAJ SAOBRAĆAJNE LOGISTIKE NA RAZVOJ TURIZMA

Prostorna promena mesta turista jedan je od najvažnijih uslova za realizaciju turističkog putovanja, a samim tim i za razvoj turizma u celini. Saobraćaj, kao privredna delatnost omogućuje prevoz turista od mesta njihovog stalnog boravka do turističke destinacije i nazad [4]. Veza između turizma i saobraćaja je veoma kompleksna i komplementarna, iz razloga što turizam ne može postojati bez putovanja i prevoza putnika odnosno, bez aktivnog učešća kompanija iz oblasti prevoza robe i putnika. Saobraćajna infrastruktura i transportne kompanije omogućavaju velikom broju putnika savladavanje prostornih razlika i čini im dostupnim određene destinacije. Na taj način saobraćaj omogućava turistima zadovoljavanje različitih potreba i predstavlja jedan od najvažnijih činilaca koji mogu unaprediti ili ograničiti razvoj neke turističke destinacije [5].

U literaturi je više puta istaknut značaj saobraćajne infrastrukture i prevoznika u funkciji razvoja turizma. Prema Lajperu [6], saobraćaj se u svom pristupu turizmu posmatra upravo kao integralni deo turističke ponude koji spaja tržišta što se reflektuje kroz obim putovanja. Lamb i Dejvidson [7] povezuju turizam, saobraćaj i zadovoljstvo putnika i upozoravaju na važnost međuzavisnosti saobraćaja i zadovoljstva turista kao i zahteva putnika za sigurnim, efikasnim i jeftinim oblikom prevoza u okviru turizma. Dobra saobraćajna infrastruktura omogućuje fizičku dostupnost turističke destinacije, kretanje unutar nje, ali isto tako i sam prevoz može biti turistička atrakcija [8].

Pored funkcije prevoza putnika bitan element za razvoj turizma jeste i uloga saobraćaja u prevozu robe sa ciljem da omogući bržu i efikasniju dostavu svih vrsta prehrambenih, industrijskih i drugih vrsta trgovačke robe koja čini sastavni deo turističke destinacije, efikasnosti i ponude njenih sadržaja. Upravo iz tog razloga, saobraćajna politika i logistički plan putne infrastrukture jedne privrede predstavlja izabrani model postizanja logističkih ciljeva a kao determinante ove politike izdvajaju se geografsko-saobraćajni položaj zemlje, geo-politički položaj, reljefna obeležja i oblik prostora, kao i saobraćajna tražnja i regionalni položaj [9]. Konkretan razvoj turističke destinacije zavisiće od stepena razvijenosti njene saobraćajne infrastrukture, infrastrukture njenih ciljanih tržišta, kao i saobraćajne i logističke opremljenosti konkurenata na turističkom tržištu. Kakva saobraćajna infrastruktura je potrebna pojedinim turističkim destinacijama zavisi od njenog geografskog položaja, strukture turista koji posećuju tu destinaciju i zemlji porekla turista [9]. Izbor konkretnog saobraćajnog sredstva koji će turista odabrati određen je u skladu sa udaljenošću destinacije, trajanju putovanja, postojećim mogućnostima prevoza i njegovoj ceni.

Planiranje saobraćajne logistike za potrebe neke turističke destinacije zavisi od spoljne saobraćajne dostupnosti, unutrašnja saobraćajne dostupnosti unutar same destinacije i pratećih uslužnih objekata [8]. Uzimajući u obzir saobraćajne politike u destinaciji, Lumsdon je definisao dve međusobno suprotstavljene koncepcije pristupa organizaciji saobraćaja za potrebe turizma. Prva koncepcija - Transport za turizam (engl. Transport for Tourism) je pristup organizaciji saobraćaja gde sam prevoz nije cilj već sredstvo odnosno način prevoza putnika i savladavanja prostorne udaljenosti. Sa druge strane, koncepcija Transport kao turizam (Transport as Tourism) posmatra usluge transporta kao integralni deo turističke ponude pri čemu je troškovni model manje dominantan jer prevoz u tom slučaju predstavlja sastavni deo turističke usluge [10]. Integrisanjem optimalne logistike određene turističke destinacije omogućava se formiranje konkurentskih prednosti nekog mesta i stvara mogućnost efikasne razmene informacija i resursa između svih poslovnih subjekata. Pored toga, ostvaruju se niži troškovi zbog ravnoteže poslovanja, ekonomije obima i povećanja turističkog toka. Planiranje i određivanje prioriteta, efikasna upotreba različitih vrsta resursa rezultiraju izbalansiran turistički tok po sezoni i integrisanje proizvođača turističkih usluga, turoperatora, putničkih agenata i kupaca u jedan logistički sistem. Pododnosti dobre logističke infrastrukture nekog regiona ili konkretne destinacije ogledaju se u pružanju kvalitetnih logističkih usluga turistima, kroz razvoj standardizovanih poslovnih procesa i transporta robe i putnika što dovodi do povećanja broja putnika i veće angažovanosti najpogodnijih vrsta prevoza [11].

Zastupljenosti pojedinih vrsta prevoza u turizmu razlikuje se na globalnom, regionalnom i lokalnom nivou dok je, generalno gledano, na međunarodnom nivou najzastupljeniji avionski transport sa čak 58% učešća u ukupnom saobraćaju. Učešće avio saobraćaja je poraslo sa 46% u 2000. godini na sadašnjih 58% u 2018., dok je ukupni kopneni transport zabeležio pad u ukupnom učešću sa 49% na 39% za isti period. Avionski i kopneni prevoz imaju dominantnu ulogu i zajedno čine preko 90% ukupnog prevoza za potrebe međunarodnog turizma. Razlog tome je što je poslednjih nekoliko godina porastao udeo avio saobraćaja u međunarodnom turizmu usled znatnog porasta udela niskobužetnih (low-cost) avio kompanija u prevozu za potrebe turizma [12].

Tabela 1. Struktura korišćenja prevoznih sredstava u međunarodnom turizmu u 2018. Godini

Vrsta prevoza	Udeo u međunarodnom turizmu
Avionski	58 %
Drumski	37 %
Vodeni	4 %
Železnički	2 %

Izvor: Svetska turistička organizacija (UNWTO, Tourism Highlights 2018)

LOW-COST AVIO TRANSPORT

Kao ubedljivo najdominantiji vid transporta u međunarodnom turizmu, čije učešće u međunarodnom prevozu putnika beleži rastući trend svake godine, potrebno je posebno ispitati efekte i uticaj avio saobraćaja kao organizovanog oblika pružanja usluga transporta u turizmu. Pri odabiru načina prevoza svaki turista teži da svoje putovanje realizuje što brže, udobnije i što jeftinije. Razvoj turizma je na taj način uslovljen razvojem različitih vidova transporta, pri čemu se avio transport svojim kvalitetom i brzinom izdvaja od ostalih načina prevoza [3]. Avionski saobraćaj jedan je od dominantnih oblika prevoza, naročito u relativno daljim destinacijama, i pokretač razvoja turizma, za čije potrebe konkretno možemo izdvojiti sledeće oblike avionskog putničkog prevoza [9]: Redovan, odnosno linijski saobraćaj; Niskobudžetni (low-cost) avionski saobraćaj; Putnički saobraćaj privatnim avionom; Panoramski vazdušni letovi; Usluge avio saobraćaja putnicima sa posebnim zahtevima (padobranski skokovi); Helikopterski saobraćaj; Letenje paraglajdingom i drugim sličnim letelicama turističke ponude; Turistički letovi u svemir; Aeromitinzi kao deo turističke ponude.

Globalizacija, veći broj putnika i razvoj informacionih tehnologija doprineli su razvoju poslovnog modela avio kompanija koji je omogućio znatno smanjenje troškova putovanja vazdušnim saobraćajem i ubrzani razvoj ove industrije. Niskobudžetne kompanije uslovljavaju veću konkurenciju čime su tradicionalne kompanije prinuđene da se prilagode i izbere sa trendovima, i sve to u korist putnika, transformacijom high-cost u low-cost model. Niskobudžetne avio kompanije nametnule su se na tržištu, a dobre strane svog poslovanja prenele su i na druge industrije kao što je turizam, koji umogome zavisi od efikasnosti i troškova prevoza putnika.

Nastanak low-cost modela u avio saobraćaju prvi put je primećen u Sjedinjenim Američkim Državama 1949. godine, pri čemu su pioniri ove vrste usluge bile kompanije Pacific Southwest i Southwest. Ideja ovih kompanija bila je da promovišu avio transport naspram drugih, u to vreme dominantnih vidova drumskog saobraćaja, ali i konkurentna borba sa ostalim kompanijama iz oblasti prevoza putnika vazdušnim saobraćajem. Pacific Southwest je ovu uslugu primenio još tokom 50-tih godina dvadesetog veka, a 1967. godine ovakvom modelu pridružila se i kompanija Southwest. Kasnije, krajem 70-tih godina prošlog veka, zvanični početak pojave niskobudžetnih kompanija vezuje se za deregulaciju i liberalizaciju tržišta avio saobraćaja, prvenstveno u SAD i Južnoj Koreji, a kasnije i na teritoriji Evrope [13]. Ono što izdvaja low cost kompanije od tradicionalnog modela jeste model njihovog poslovanja koji se ogleda u pružanju jednostavne usluge prevoza, bez dodatnih usluga (hrana, piće, prtljag itd.), ili uz mogućnost njihove doplate. Pored toga, velika prednost niskobudžetnih kompanija jeste njihovo pozicioniranje kao troškovnog lidera na tržištu, uz niske operativne troškove rada i nižih aerodromskih taksi odnosno, visoke cenovne efikasnosti koje postižu ugovaranjem letova sa manjih aerodroma sa nižim taksama i najčešće u svojoj floti poseduju jedan ili dva tipa aviona što im takođe daje troškovnu prednost usled specijalizacije osoblja i servisiranja. Masovna upotreba internet platformi za rezervacije i kupovinu karata, veća iskorišćenost kapaciteta i osoblja, tačnost i generalno niži troškovi poslovanja, daju ogromnu konkurentsku prednost low-cost kompanijama na tržištu vazdušnog saobraćaja. Ovakav vid poslovanja izdvaja dve vrste low-cost avio prevoznika i to, kao nezavisne avio kompanije ali pojavljuju se i kao filijale tradicionalnih avio kompanija koje time ulaze u konkurentsku borbu sa nezavisnim low-cost prevoznicima [3].

Tabela 2: Komparacija karakteristika poslovnog modela najznačajnijih low cost avio kompanija

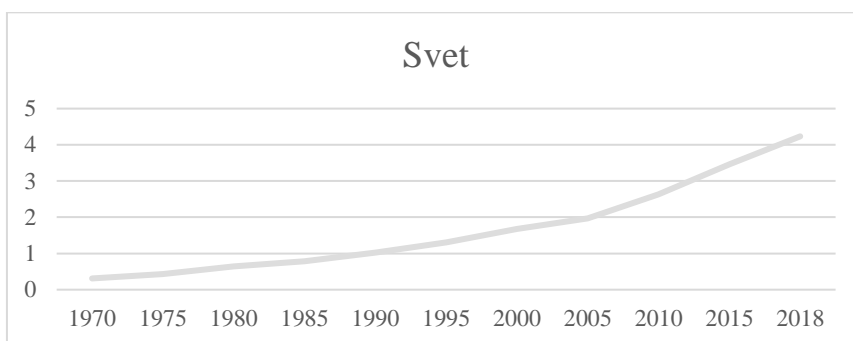
Karakteristike low-cost avio- kompanija	Low-cost avio-kompanije					
	Southwest	JetBlue	AirTran	WestJet	easyJet	Ryanair
1. Jedan tip aviona	+	-	-	+	-	+
2. „point to point“ sistem	-	-	-	-	+	+
3. nepostojanje sindikata, niže zarade zaposlenih	-	+	-	+	-	+
4. nepostojanje prve klase	+	+	-	+	+	+
5. sedišta u avionu su bez oznaka	+	-	-	-	+	+
6. redukovanje osnovnih usluga	-	-	-	-	+	+
7. nepostojanje programa za povećanje lojalnosti putnika	-	-	-	-	+	+

Izvor: Belobaba, P., Odoni, A., & Barnhart, C. (Eds.). (2015). The global airline industry. John Wiley & Sons.

Konkretan efekat low cost kompanija i njihov značaj i uticaj na turizam do sada je više puta i teorijski dokazan. Još 1992. godine Whinston i Collins [14] otkrili su da je

ulazak niskobudžetnog start-up prevoznika, People Express, rezultirao padom prosečnih cena za 34% na 15 linija tokom perioda 1984-1985. godina. Kasnije, Bennett i Craun [15], u svojoj studiji za Ministarstvo saobraćaja Sjedinjenih Država, ispitali su uticaj niskobudžetnog prevoznika Southwest Airlines na mnogim tržištima u Kaliforniji. Autori su, na primer, otkrili da je ulazak kompanije Southwest na put Oakland-Burbank unutar Kalifornije 1990. godine rezultirao padom cene od 55% i šestostrukim povećanjem putničkog saobraćaja. Najzad, Vindle i Dresner [16], koristeći podatke za period od 1991. do 1994. godine, otkrili su da je ulazak Southwest-a na tržište doveo do prosečnog pada cena od 48% i povećanja saobraćaja od čak 200%. Upravo nakon liberalizacije i deregulacije avio saobraćaja, može se primetiti konstantno intenziviranje ukupnog obima avionskog saobraćaja od 70-tih godina dvadesetog veka do danas, što već potvrđuje hipotezu H1 da je ukupan obim prometa avionskog saobraćaja povećan sa dolaskom low-cost kompanija. Na Grafikonu 1, na osnovu podataka Svetske banke, primećuje se ovaj rast broja putnika u avio saobraćaju u poslednjih pola veka.

Grafikon 1: Avio transport, prevoz putnika u milijardama (1970-2018. godina)



Izvor: Podaci Svetske banke (World Development Indicators – podaci preuzeti sa: <https://data.worldbank.org/indicator/IS.AIR.PSGR>)

Prema poslednjim podacima, godišnjim globalnim statističkim izveštajima ICAO-a, ukupan broj prevezenih putnika na redovnim linijama u vazdušnom saobraćaju u 2018. godini porastao je na 4,3 milijarde, što je za 6,4 posto više u odnosu na prethodnu godinu, dok je broj odlazaka u 2018. godini dostigao 37,8 miliona, što je povećanje za 3,5%. U okviru toga, niskobudžetne avio kompanije prevezle su prema procenama 1,3 milijarde putnika u 2018. godini, što je otprilike 31 procenat ukupnog svetskog prevoza putnika. Ovo ukazuje na 8,7% rasta u poređenju sa brojem putnika koji su prevozili niskobudžetni prevoznici u 2017. godini, što je oko 1,4 puta više od stope ukupnog svetskog rasta putnika u svetu [17]. Što se tiče relativnog tržišnog udela kada je reč o kapacitetu različitih prevoznika, izveštaj Evropske komisije o podobnosti avio kompanija [18] sugerise da, dok je većina putničkih sedišta (65,6%) pripadala klasičnim prevoznicima 1992. godine, za razliku od 1,5% udela niskobudžetnih kompanija, vremenom je došlo do velikog pomeranja ovog odnosa. Konkretno, niskobudžetne avio kompanije su prvi put premašile kapacitete postojećih avio prevoznika u 2011. godini, a uzlazni trend se nastavio, sa 44,8% tržišnog udela

koji pripadaju niskobudžetnim avio kompanijama (engl. low-cost companies, LCC), za razliku od 42,4% za tradicionalne avio kompanije u 2012. godini. U narednoj tabeli dat je prikaz najvećih niskobudžetnih avio kompanija u Evropi prema broju prevezenih putnika, na osnovu čega se izvodi zaključak da sve niskobudžetne avio kompanije beleže snažan rast broja prevezenih putnika i to po godišnjoj stopi od više od 10%, pri čemu je ostvaren višestruki rast broja prevezenih putnika u periodu od 2010. do 2018. godine kod ova tri niskobudžetna avio prevoznika.

Tabela 3: Putnički saobraćaj vodećih low-cost kompanija u Evropi (u milionima)

Avio prevoznik	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ryanair	72.7	76.4	79.6	81.4	86.4	101.4	106.4	120	137.3
easyJet	49.7	55.5	59.2	61.4	65.3	69.9	75.2	80.8	88
Wizz Air	5.8	7.8	9.6	11.2	12	19.2	22.8	28.3	33.8

Izvor: Akgüç, M., Beblavý, M., & Simonelli, F. (2018). CEPS Research Report

Međunarodni kapaciteti avio prevoznika povećani su za 113% u periodu od 2002. do 2017. godine. Međutim obrasci širenja kapaciteta nisu homogeni na teritoriji cele Evrope. Tržište vazdušnog saobraćaja u pogledu kapaciteta u prevozu putnika je očigledno razvijenije u Zapadnoj Evropi u poređenju sa regionom Srednje i Istočne Evrope (CEE), iako su poslednji godina primećeni i veliki obrasci širenja u regionu CEE. Na primer, Poljska je povećala kapacitet za 460%, a Rumunija je porasla za 399% u poređenju sa 54% rasta kapaciteta u Francuskoj. Povećanje kapaciteta od 379 miliona sedišta, 269 miliona pripalo je LCC-ima, što naglašava da upravo sektor avio saobraćaja pokreće međuevropsku povezanost. Na primer, u zemljama poput Velike Britanije, Irske, Španije, Italije, Mađarske i Poljske, broj mesta koja nude LCC-ovi je veći nego broj tradicionalnih prevoznika u 2017 [19]. Tržište LCC-a relativno je razvijenije u Velikoj Britaniji, gde je udeo LCC veći nego u drugim velikim zemljama EU kao što su Francuska, Nemačka i Španija. S tim u vezi, Reichmuth i saradnici [20] sugeriše da je najveći porast kapaciteta LCC primećen u Velikoj Britaniji, za razliku od ostalih zemalja tokom ranih 2000-ih. Nedavno širenje vazdušnog saobraćaja u Srednjoj i Istočnoj Evropi usko je povezano sa pristupanjem zemalja iz tog regiona Evropskoj uniji, što je dovelo do većeg putovanja između istoka i zapada koristeći usluge niskobudžetnih avio prevoznika. Na primer, kada se Poljska pridružila Evropskoj uniji 2004. godine, kapacitet sedišta u međunarodnim letovima bio je 4,6 miliona, od čega je 9% odlazilo na LCC. Od 2017. godine, kapacitet koji nudi LCC na međunarodnim letovima porastao je na više od 10 miliona sedišta i iznosio je 59% kapaciteta. Ovo sugeriše da je dostupnost LCC-ova verovatno stvorila novu potražnju u Evropi [19]. Ovakav trend razvoja avio saobraćaja, i tendencija smanjenja cene prevoza, uz povećanje dostupnih destinacija i kapaciteta, svakako doprinosi većem protoku ljudi što umnogome pogoduje intenziviranju putovanja i razvoju turizma. U kojoj meri će neka turistička destinacija biti atraktivna zavisi od velikog broja faktora, ali uz infrastrukturnu pristupačnost lokalnih aerodroma i konkurentnu cenu prevoza,

moгуćnost korišćenja usluga niskobudžetnih avio prevoznika od strane turista trebalo bi značajno da podstakne rast posećenosti neke konkretne destinacije. Određeno mesto ili region, uz veću frekvenciju putnika, ima mogućnost da obezbedi potpunu iskorišćenost svih svojih kapaciteta i sadržaja.

EFEKAT LOW-COST KOMPANIJA NA RAZVOJ TURIZMA – OSVRT NA REPUBLIKU SRBIJU

Avio prevoz je u prošlosti bio luksuzno dobro rezervisano samo za grupu relativno dobrostojećih pojedinaca. Ulazak velikog broja low-cost kompanija na tržište vazdušnog prevoza otvorio je avio prevoz za širi krug korisnika. Prema objavljenim podacima Svetske turističke organizacije Ujedinjenih nacija [12], međunarodni dolasci turista u Evropu pokazali su snažan rast u poslednje dve decenije, kao što je prikazano u Tabeli 4. Ovaj rast međunarodnih dolazaka turista poklapa se sa vremenskim periodom razvoja poslovanja low-cost avio prevoznika, koji u istom periodu beleži porast broja novih učesnika na tržištu vazdušnog prevoza, naročito posle liberalizacije i deregulacije ovog vida saobraćaja. Posmatrajući podatke, čini se da postoji značajna razlika u dolascima turista između različitih regiona, što bi moglo biti povezano sa različitim ekonomskim i političkim kretanjima u Evropi. Na primer, relativna nepromenjenost turističkih dolazaka u preiodu od 2005. do 2010. u Severnu Evropu mogla bi da bude povezana sa ekonomskom krizom 2008., jer je turizam u velikoj meri povezan i sa ekonomskim performansama. S druge strane, stalni porast broja međunarodnih turista u regiji Centralne i Istočne Evrope (CEE) sa 70 miliona u 2000. godini na oko 133 miliona u 2017, verovatno je vezan za širenje EU na zemlje CEE, čime se povećavaju veze između zapada i istoka kontinenta, povećava stepen ekonomske ali i turističke integracije, i zapaža brzo širenje LCC prevoznika na istočnoevropske zemlje u kojima one mogu biti privlačne putnicima sa relativno nižim nivoima prihoda.

Tabela 4: Međunarodni dolasci turista po regionima (u milionima, 2002-2017. godina)

Region (prema UNWTO)	2000	2005	2010	2015	2016	2017	Promena u % 2000-2017
Evropa	392.9	452.7	487.5	604.9	619.3	671.1	70.8
Severna Evropa	44.8	54.7	56.6	69.8	73.8	77.6	73.2
Zapadna Evropa	139.7	141.7	154.4	181.5	181.5	193.4	38.4
Centralna i Istočna Evropa	69.6	95.3	98.5	122.2	126.9	133.3	91.5
Južna Evropa i Mediteran	139.0	161.1	178.1	231.4	237.1	266.8	91.9
EU-28	336.8	367.5	382.8	478.3	500.1	537.8	59.7

Izvor: Prema podacima UNWTO 2018

Iz ovog ugla, značaj vazdušnog saobraćaja u rastu turističkog sektora prepoznaje se i s obzirom na to da avio prevoz predstavlja više od polovine svih međunarodnih turističkih dolazaka, u poređenju s drugim vidovima prevoza [21]. Paralelno sa tim, brza ekspanzija low-cost kompanija tokom poslednjih decenija povećala je i broj međunarodnih turista. Pored toga, fokusiranjem na usluge “od tačke do tačke”, LCC-ovi su poboljšali dostupnost ne samo većih gradova, već i sekundarnih destinacija u koje turisti manje putuju. Na primer, nove rute koje niskobudžetne avio kompanije nude u regionima Istočne Evrope pokrenule su sve više i više turističkih putovanja ka glavnim gradovima kao što su Budimpešta, Prag, Krakov, Riga kao i drugi relativno manji gradovi u regionu CEE, koji promovišu svoje kulturno nasleđe turistima iz Zapadne Evrope [22]. Prema tome, jedan od glavnih doprinosa low cost povezanosti u Evropi mogao bi se pripisati činjenici da su tokom proteklih decenija otvorili većinu novih ruta koje prethodno nije koristila nijedna druga avio kompanija [23]. Ako posmatramo efekte niskobudžetnih avio prevoznika na turizam, možemo uočiti da su ove kompanije pomogle u stvaranju novih turističkih centara što je povećalo koheziju i stepen integriranosti zemalja i regiona evropskog kontinenta. Brojne studije pronalaze pozitivan uticaj low-cost kompanija na turizam u Italiji, Španiji i Portugalu, posebno kroz povećanje broja turista, raznolikost njihovog porekla, načine putovanja i potrošnje. Istovremeno, jeftinije avio karte privlače segment putnika koji su možda osetljiviji na razlike u cenama, koji pritom mogu potrošiti manje novca na turističke usluge na odredištima, što zauzvrat može umanjiti potrošnju po turisti u poređenju sa prosekom. Ipak, ukupni uticaj low-cost kompanija na turizam je i dalje pozitivan jer niskobudžetne kompanije služe, ne samo popularnim destinacijama, već i manje atraktivnim regionima, koji su zauzvrat svedoci sve većeg broja turista [19].

Još jedna zanimljiva karakteristika i efekat koji sa sobom nosi pojava niskobudžetnih avio prevoznika je da oni mogu „desezonirati“ turizam nudeći letove do udaljenih područja u vansezonskim periodima i tokom nedelje, što može pomoći lokalnim ekonomijama da imaju koristi od turizma tokom cele godine. Slično tome, dostupnost udaljenih područja tokom vansezonskih perioda takođe može privući drugačiju kategoriju putnika, kao što su penzioneri, koji bi zimi bili voljni da putuju u sunčanije krajeve. Zaista, podaci putnika Ryanair-a sugerišu da takve osobe, uglavnom iz Velike Britanije, Nemačke ili Irske, uglavnom putuju na jug Španije ili Portugala tokom prolećnih meseci ili rane jeseni, kada su relativno manje gužve, a periodi toplog vremena i dalje traju na tim destinacijama. Kao korisnici usluga niskobudžetnih kompanija iz oblasti avio saobraćaja, ističe se naročito mlađa populacija kao i studenti na svojim putovanjima, pre svega zbog cenovne pristupačnosti. Sve popularnija vrsta rekreativnog turizma su “gradske pauze” (engl. City breaks). Prema nalazima Dunne, Bucklei i Flanagan [24] u istraživanju putnika, pristup i dostupnost jeftinih letova jedan su od glavnih podsticaja gradskog turizma. Podaci segmenta kupaca iz Ryanair-a sugerišu da su ovi turisti skoro svi mladi (u dobi od 19 do 35 godina), ekonomični i putuju u gradove sa socijalnim atrakcijama (npr. noćnim životom), poput Londona, Madrida, Budimpešte, Ibice i Edinburga. Ovakva putovanja se obično dešavaju tokom vikenda a usluge niskobudžetnih kompanija im to omogućavaju.

Uz sve to, može se tvrditi da turizam ima potencijalne višedimenzionalne mrežne efekte u povezivanju ljudi. Turisti mogu da otkriju i nauče od lokalnog stanovništva o kulturi odredišta, ali mogu se i sresti i družiti sa drugim turistima koji posećuju istu

destinaciju u isto vreme. Na taj način, lokalno stanovništvo može otkriti i druge kulture interakcijom sa posetiocima. Sve takve interakcije mogle bi dodatno potaknuti radoznalost i spremnost da se otkriju drugi delovi Evrope, što omogućava niskobudžetnim avio prevoznicima da prošire svoju logističku mrežu i destinacije u ponudi, kojom povezuju ne samo velike gradove, već i udaljena područja. Sve ovo može pokrenuti multikulturne interakcije što zauzvrat omogućava posetiocima da otkriju nove regione i zemlje, čime istovremeno podstiču evropski identitet i integraciju [19]. Povećanje broja low-cost avio kompanija u Evropi je ostavilo svoj trag na evropski avio saobraćaj. Zahvaljujući uspehu svojih poslovnih modela, low-cost avio kompanije proširuju svoje mreže i beleže značajno povećanje tržišnog učešća. Pre 2000. godine, postojalo je samo nekoliko low-cost avio kompanija, dok danas posluje oko 60 [3]. Njihovo poslovanje pre svega je usmereno na one reginone gde za ovim uslugama postoji potreba i tržište. Razvoj ovih kompanija značajno je promenio model poslovanja vazdušnog saobraćaja i doprinelo razvoju manjih aerodroma i ruralnih regiona, ali i gradskih područja.

Deregulacijom i liberalizacijom domaćeg avio saobraćaja i potpisivanjem Sporazuma o otvorenom nebu, Srbija se obavezala da će omogućiti svim avio-kompanijama, koje zadovoljavaju kriterijume sa stanovišta standarda i kvaliteta, da pružaju usluge prevoza putnika na domaćim aerodromima. Ovime je početkom 2010. godine omogućen dolazak i poslovanje niskobudžetnih avio kompanija što je rezultiralo u povećanju obima prometa putnika u vazdušnom saobraćaju za 20 procenata već nakon prvog meseca od njihovog ulaska na domaće tržište [3]. Ovakav trend povećanja prometa i prevoza putnika nastavio se i narednih godina. Primera radi, promet putnika u vazdušnom saobraćaju u 2009. godini bio je 926 hiljada, dok je 2016. dostigao record od skoro 2,5 miliona putnika na domaćim aerodromima, prema podacima Svetske banke. Sa druge strane, što se tiče broja inostranih turista koji su posetili Srbiju u istom periodu, primetan je takođe pozitivan trend rasta broja stranih turista. Poredeći isti vremenski opseg, 2009. godine, dakle neposredno pre početka poslovanja low-cost avio kompanija, broj stranih turista u zemlji iznosio je 645 hiljada dok je nakon toga, uz stalan rast, 2017. ovaj broj dostigao 1,5 milion turista. Najveći rast obe varijable ostvaren je 2014. godine kada je prevoz putnika u vazdušnom saobraćaju porastao za skoro milion putnika (WorldBank).

Tabela 5: Prevoz putnika u vazdušnom saobraćaju i broj stranih turista u zemlji – Republika Srbija, u hiljadama (2009-2017)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Broj putnika u avio-saobraćaju	926	985	1,149	1,240	1,241	2,187	2,427	2,486	2,442
Broj stranih turista u zemlji	645	683	764	810	922	1,029	1,132	1,281	1,497

Izvor: Podaci Svetske banke (World Development Indicators– podaci preuzeti sa: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=RS>)

Na osnovu predstavljenih vrednosti možemo uočiti da je broj turista u Srbiji porastao nakon deregulacije domaćeg vazdušnog saobraćaja, što upućuje na povezanost ovih veličina i dokazuje hipotezu H2. Ovaj posledični odnos mora se uzeti sa rezervom budući da postoje i brojni drugi faktori koji ostvaruju uticaj na rast broja turista, ali je evidentno da je prisutan pozitivan odnos i međusobni uticaj deregulacije i liberalizacije vazdušnog saobraćaja odnosno, dolaska low-cost avio kompanija na teritoriju Srbije, i broja inostranih turista koji posećuju Srbiju.

ZAKLJUČAK

Veliki značaj turizma za nacionalnu privredu nameće konstantnu potrebu za unapređenjem turističke ponude, kvaliteta usluge i povećanje broja turista. Naročito je važan njegov međunarodni aspekt koji u velikoj meri može popraviti spoljnotrgovinski bilans jedne zemlje i dovesti do priliva deviza, delujući tako kao supstitut izvozu. U tom smislu, zapažamo da je veoma važno stvoriti potrebne preduslove za razvoj turizma uključujući i logističku podršku kroz razvoj najpogodnijih vidova saobraćaja koji će omogućiti bolju povezanost ka određenim turističkim destinacijama, po nižim cenama, i samim tim doprineti razvoju turizma i povećanju broja turista. Značaj saobraćajne infrastrukture veoma je veliki u kontekstu razvoja neke ekonomije. Njegova uloga u turizmu vezuje se pre svega za olakšanje dostupnosti pojedinih regiona i destinacija i njihove fizičke pristupačnosti što većem broju turista. Bolja dostupnost neke destinacije nedvosmisleno će usloviti prilivom većeg broja turista i time omogućiti bolje iskorišćenje turističkog potencijala i povećanje turističkih prihoda. Na ovaj način zaključujemo da je razvoj saobraćajne i logističke infrastrukture neophodan uslov razvoju turizma.

Kao najzastupljeniji vid putničkog saobraćaja u međunarodnim okvirima, sa rastućim trendom razvoja iz godine u godinu, izdvaja se vazdušni saobraćaj. Ovaj oblik prevoza putnika ima dominantu ulogu zbog svoje efikasnosti, brzine prevoza i cenovne pogodnosti u međunarodnim okvirima. Karakteristike avio saobraćaja naročito pogoduju razvoju turizma gde kroz međusobnu uslovljenost transporta i destinacije, potreba za avionskim prevozom turista dobarinosa razvoju vazdušnog saobraćaja, i obratno, novi modeli avio prevoza, naročito oni nastali deregulacijom i liberalizacijom vazdušnog saobraćaja, doprineli su oživljavanju turizma, povećanju intenziteta saobraćaja i sveukupnom razvoju međunarodnog turizma. Upravo liberalizacija vazdušnog saobraćaja, najpre na teritoriji Sjedinjenih američkih država, a kasnije i u Evropi, doprinela je nastanku low-cost avio kompanija koje su dokazano oborile cene vazdušnog saobraćaja i u velikom broju slučajeva dovele do povećanja obima vazdušnog prevoza putnika. Ova situacija pogodovala je i razvoju različitih oblika turizma, kako ka dalekim destinacijama, tako i ka poznatim turističkim mestima gde je sada omogućen dolazak po znatno nižoj ceni. Pored toga, low-cost avio saobraćaj doveo je do razvoja manjih vazdušnih luka i aerodroma u ruralnim područjima pri čemu je omogućena njihova bolja dostupnost većem broju ljudi i na taj način ostavren ravnomenan regionalni razvoj.

Razvoj vazdušnog saobraćaja i niskobudžetnih avio kompanija doneo je sa sobom novi model prevoza putnika koji je svoje prednosti ispoljio kroz niže cene usluge čime

je postao znatno konkurentniji od tradicionalnih avio prevoznika. Ovo je dalje uslovalo povećanjem popularnosti low-cost kompanija i njihov već sada dominantan položaj kada je reč o kapacitetu i broju prevezenih putnika koji iz godine u godinu raste. Ovakav epilog, sa prostora Severne Amerike i Zадapne Evrope proširio se i na zemlje Centralne i Istočne Evrope koje su se suočile sa istim scenarijom nakon deregulacije i liberalizacije svog vazdušnog saobraćaja i pružanjem mogućnosti za ulazak na tržište niskobudžetnih avio prevoznika. Ovaj potez doveo je do snažnog razvoja i povećanja intenziteta avionskog prevoza putnika što je omogućilo rast turizma u ovim regionima i dalo dodatnu šansu za razvoj turističkih destinacija i privlačenje stranih turista iz drugih zemalja. Različiti oblici turizma doživljavaju uspon nakon početka poslovanja niskobudžetnih avio kompanija što vidimo kroz primer rasta broja putnika u vazdušnom saobraćaju na svetskom ali i lokalnim nivoima koji se poklapaju sa periodima ulaska low-cost kompanija na tržište. Podsticaj low-cost avio saobraćaja može poslužiti i kao podsticaj razvoja turizma u uslovima nakon pandemije COVID 19, čime bi bilo omogućeno oporavak turizma. Ovakav slučaj može se videti i na primeru Republike Srbije gde je sa ulaskom low-cost kompanija početkom 2010. godine, zabeležen konstantan rast broja prevezenih putnika i omogućeno putovanje ka novim evropskim destinacijama. Takođe, u ovom periodu dolazi i do rasta broja stranih turista koji posećuju teritoriju Srbije i na taj način još jednom je potvrđena pozitivna veza low-cost avio saobraćaja kao determinante unapređenja i razvoja turizma. S tim u vezi, dalje unapređenje turističkog potencijala zavisice od povećanja broja novih destinacija, zadržavanja postojećih niskobudžetnih prevoznika ali i privlačenja novih, uz unapređenje sveukupne vazdušne logističke infrastrukture i modernizaciju postojećih aerodroma. Ograničenja rada ogledaju se u nemogućnosti tačnog kvantitativnog određivanja efekta koji su isključivo niskobudžetni avio prevoznici ostvarili na razvoj turizma i povećanje broja turista, usled postojanja većeg broja faktora koji svoj uticaj ostvaruju na razvoj međunarodnog turizma. Dalji pravci istraživanja mogu se usredsrediti na ispitivanje i uporednu analizu efekata low-cost avio prevoznika u različitim zemljama nakon liberalizacije vazdušnog saobraćaja.

BIBLIOGRAFIJA

1. Petrović, J. (2007). Direktni makroekonomski efekti razvoja turizma u vodećim turističkim državama Mediterana. Zbornik radova PMF-Geografski institut, Beograd, 139-150.
2. UNWTO. (2018). UNWTO Annual report. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (29.12.2019.)
3. Zdravkovic, D., & Petrovic, J. (2013). Diskriminacija cenama na tržištu avio saobraćaja. Niš: Univerzitet u Nišu.
4. Unković, S. (2001). Ekonomika turizma. Beograd: Savremena administracija.
5. Prebežac, D. (1998). Prometni tokovi u funkciji razvoja hrvatskog turizma. Turizam i sport, 56.
6. Laiper, N. (1990). Tourism systems: An interdisciplinary Perspective. Palmestore North, Occasional Paper 2.
7. Lamb, B., & Davidson, S. (1996). Tourism and Transportation. Practising responsible tourism: International case studies in tourism planning, 261-276.

8. Horak, S. (2007). Turizam i promet. Zagreb: ZSM Knjiga.
9. Bartoluci, M., Čavlek, N., Kesar, O., & Prebežac, D. (2011). Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sastav. Zagreb: Školska knjiga
10. Lumsdon, L., & Page, S. (2004). Tourism and transport Issues and Agenda for the new milenium. Oxford: Elsevier.
11. Kol, O., Zigern-Korn, N., Lange, A. K., & Korablev, V. (2019, September). Integrated Logistics as a Competitive Advantage in Tourism Industry of Country. In International Conference on Digital Technologies in Logistics and Infrastructure (ICDTLI 2019). Atlantis Press.
12. UNWTO. (2018). Tourism Highlights 2018. UNWTO.
13. Petrović, J. (2011). Ekonomska politika razvijenih tržišnih privreda prema javnim preduzećima. Ekonomika poljoprivrede Institut za ekonomiku poljoprivrede.
14. Whinston, M. D., & Collins, S. C. (1992). Entry and competitive structure in deregulated airline markets: an event study analysis of People Express. *The RAND Journal of Economics*, 445-462.
15. Bennett, R. D., & Craun, J. M. (1993). The airline deregulation evolution continues: the Southwest effect. US Department of Transportation, Washington. DC (mimeo).
16. Windle, R. J., & Dresner, M. E. (1995). The short and long run effects of entry on US domestic air routes. *Transportation Journal*, 14-25.
17. ICAO. (2019). icao.int. Retrieved from <https://www.icao.int/annual-report-2018/Pages/the-world-of-air-transport-in-2018.aspx> (22.12.2019.)
18. European Commission. (2013). The airline industry fitness report. https://ec.europa.eu/transport/modes/air/internal_market/fitness_check_en (04.01.2020.)
19. Akgüç, M., Beblavý, M., & Simonelli, F. (2018). Low-Cost Airlines: Bringing the EU closer together. CEPS Research Report, 15 May 2018.
20. Reichmuth, J., Ehmer, H., Berster, P., Bischoff, G., Grimme, W., & Maertens, E. G. (2008). Analyses of the European air transport market: Airlines Business Models. German Aerospace Center. https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/modes/air/doc/abm_report_2008.pdf (02.01.2020.)
21. Evropski parlament. (2017). Low-cost carriers and tourism. European Parliamentary Research Service.
22. Dobruszkes, F. (2009). New Europe, new low-cost air services. *Journal of Transport Geography*, 17(6), 423-432.
23. Dobruszkes, F. (2013). The geography of European low-cost airline networks: a contemporary analysis. *Journal of Transport Geography*, 28, 75-88.
24. Dunne, G., Buckley, J., & Flanagan, S. (2007). City break motivation: The case of Dublin-A successful national capital. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(3-4), 95-107.
25. WorldBank. (2020.). World Development Indicators: <https://databank.worldbank.org/home.aspx> (07.01.2020.)

RESUME

Air transport as an organized form of service provision, especially in passenger transport, can be important for increasing the number of foreign tourists. Globalization and development of information technologies have contributed to development of airlines business model, which has enabled a significant cost reduction of air travel and accelerated development of this industry. Therefore, the emphasis is placed on the global trend of development of low-cost airlines, their way of doing business and

the effects they have on development of tourism. The increase in the number of low-cost airlines companies has multiple effects on development of international tourism and passenger transport due to cheaper transport, which is made possible by improving the competitiveness of air transport after its deregulation. In addition, lower prices and a better logistical position can contribute to an increase in the number of foreign tourists and a higher income for this industry, as well as other related economic activities. The aim of this paper is to examine through theoretical and empirical insight whether there is an impact of low-cost airlines on the volume of air traffic and intensity of passenger transport, with an emphasis on existing literature, as well as empirical confirmation on the example of Serbia. The conducted research has important implications, since in pandemic conditions, further development of low-cost airlines is expected to contribute to the recovery of air traffic and tourism. This paper confirms two hypotheses: H1: The total volume of air traffic has increased with the rise of low-cost companies. H2: The number of tourists in Serbia has increased after deregulation of domestic air traffic.

RAVNOTEŽA IZMEĐU POSLOVNOG I PRIVATNOG ŽIVOTA ZAPOSLENIH I MENADŽERA - POGODNOSTI ZA BALANSIRANJE ŽIVOTA I NJIHOVI EFEKTI

Srdana Taboroši

Zrenjanin, Srbija

srdana.taborosi@gmail.com

Aleksandra Kovačević

Zrenjanin, Srbija

aleksandra.unija@gmail.com

Apstrakt

Reinženjering se smatra jednom od radikalnih mera koje izlaze iz tradicionalnog stila menadžmenta i popravlja greške koje je organizacija napravila u prethodnom poslovanju. Kompanije neretko moraju da rešavaju probleme tako što će počinjati ispočetka, a ovo iziskuje puno napora i je često jedini način da ona opstane ukoliko je u krizi. Sve karakteristike organizacije na određeni način utiču na njeno formiranje i kulturu i svaka organizacija ima svoju kulturu, pa a čak i njeno nemanje predstavlja određenu organizacionu kulturu. Kako reiženjering zahteva radikalne promene u poslovanju, način i uspešnost primene u velikoj meri zavisi upravo od organizacione kulture. Pravilno upravljanje aspektima organizacione kulture omogućava kompanijama da uspešno implementiraju reinženjering proces u vremenima krize.

Ključne riječi: reinženjering, organizaciona kultura, promene, fleksibilnost.

THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON THE REENGINEERING PROCESS

Abstract

Reengineering is considered one of the radical measures that goes beyond the traditional style of management and corrects mistakes made by the organization in previous time periods. Companies often have to solve problems by starting from scratch, and this requires a lot of efforts and is often the only way for it to survive if it is in a crisis. All the characteristics of an organization in a certain way affect its formation and culture, and each organization has its own culture, even the lack of it represents a certain organizational culture. As reengineering requires radical changes in business, the manner and success of implementation largely depends on the organizational culture. Proper management of aspects of organizational culture enables companies to successfully implement the reengineering process in times of crisis.

Key words: reengineering, organizational culture, changes, flexibility.

JEL codes: D2

UVOD

Reinženjering označava odbacivanje svih prethodnih sistema i kretanje iznova, vraćanje na početak i pronalaženje novog načina za obavljanje posla [8]. Najvažniji element ovog procesa je upravo „radikalni redizajn poslovnih procesa“ koji objedinjuje suštinu reinženjeringa. Reinženjering nije samo uvođenje promena već potpuna promena dosadašnjih praksi i radikalno menjanje procesa poslovanja.

Iako je kao koncept reinženjering svoju slavu doživeo 90tih godina prošlog veka, on je i dalje relativno nov strateški korak. Proširenje znanja o reinženjeringu može pomoći kompanijama da prepoznaju svoje potencijale za ovaj proces. No, bez obzira da li se o njemu razmišlja, za sve kompanije je važno da reinženjering i njegove benefite razumeju i da znaju korake koje su potrebni da se preduzmu u slučaju primene. Podjednako je važno razumeti faktore koji podstiču kompaniju da se okrene reinženjeringu.

Organizaciona kultura kompanije se sporo i teško gradi, ali takođe i sporo i teško menja. Od nje zavisi veliki broj faktora koji imaju snažan uticaj na sve poslovne procese, a naročito na promene u kompaniji. Zaposleni su ključni faktor u poslovanju i njihovo ponašanje u toku implementiranja novih poslovnih procesa ili reinženjering procesa može značiti uspeh ili propast za kompaniju.

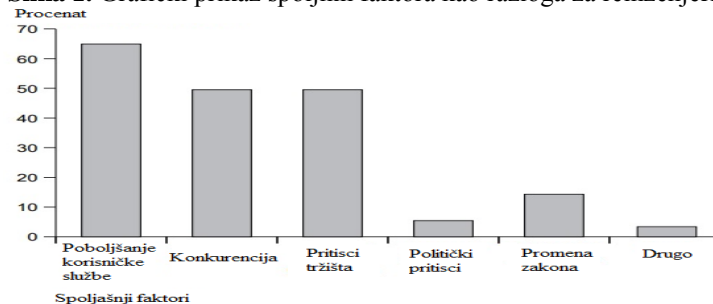
FAKTORI REINŽENJERINGA I MOTIVACIJA ZA PROMENAMA

Različiti faktori mogu uticati na organizaciju da se okrene reinženjeringu i klasifikuju se na spoljne i unutrašnje [5]. U spoljne faktore spadaju potrošači, konkurencija, promena industije ili uslova tržišta i pritisci novih zakona ili politički pritisci. U unutrašnje faktore spadaju potreba za unapređenjem tehnologije ili automatizacija, potreba za povećanjem efikasnosti, potreba za smanjenjem troškova i potreba za definisanjem ili redefinisanjem strateškog fokusa.

Chan i Peel sproveli istraživanje sa uzorkom od 37 kompanija iz 17 različitih delatnosti u SAD, a koje su primenile reinženjering procesa i ispitivali su njihove razloge za ovu primenu [5].

Oko 51% kompanija je primenio reinženjering zbog spoljnih faktora, dok je ostatak to uradio zbog unutrašnjih. Sledeća slika prikazuje grafički prikaz njihovog istraživanja spoljnih faktora kao razloga za reinženjering.

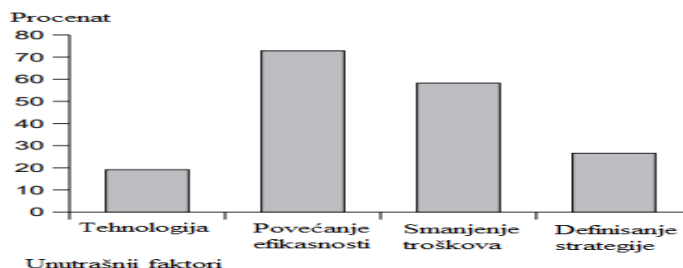
Slika 1. Grafički prikaz spoljnih faktora kao razloga za reinženjering



Izvor: Prilagođeno prema [5]

Zadovoljstvo potrošača je čak 65% kompanija prepoznalo kao najvažniji razlog za promene, dok su pritisci tržišta i konkurencije na visokom nivou. Bez obzira o kojoj se ekonomskoj grani govori, potrošači i konkurencija su jedni od najvažniji činilaca svake teorije; oni su suština poslovanja i uvek moraju biti u fokusu menadžmenta.

Slika 2. Grafički prikaz unutrašnjih faktora kao razloga za reinženjering

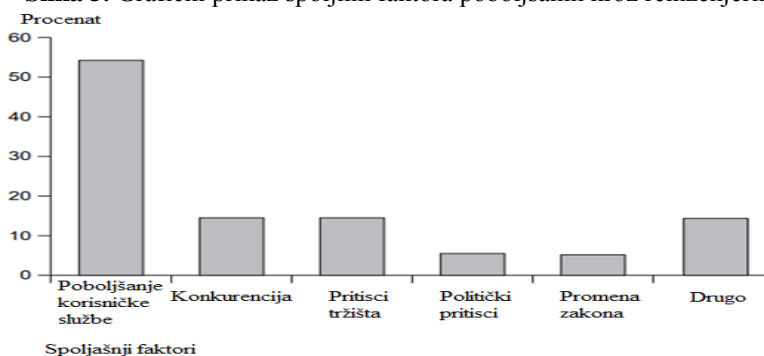


Izvor: Prilagođeno prema [5]

Povećanje efikasnosti i smanjenje troškova su najčešći unutrašnji faktori kao motivacija za reinženjering. Ovo su i postulati same ekonomije, kako da se sa što manje ulaganja dođe do što boljeg proizvoda.

S obzirom na podelu faktora na spoljašnje i unutrašnje, logično je da veću kontrolu organizacija ima nad unutrašnjim faktorima u odnosu na spoljašnje. Unutrašnjim faktorima se može upravljati i oni se mogu menjati uprkos otporima na promene. To nije slučaj sa spoljašnjim faktorima, njima se kompanija mora prilagođavati. Najznačajniji spoljašnji element koji se poboljšao reinženjering procesom je korisnička služba i to za 50%, a najznačajnija promena unutrašnjih faktora je smanjenje troškova i to je čak 73% kompanija prijavilo poboljšanje.

Slika 3. Grafički prikaz spoljnih faktora poboljšanih kroz reinženjering

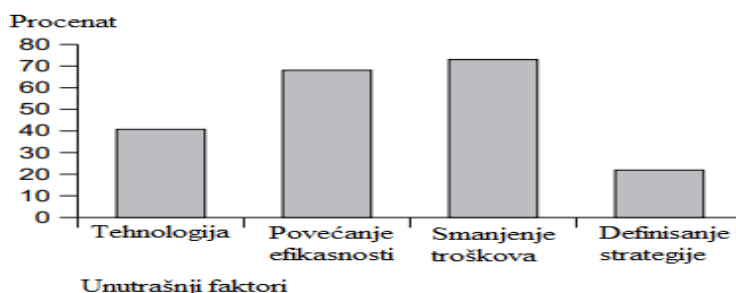


Izvor: Prilagođeno prema [5]

Poboljšanje korisničke službe i nije tako iznenađujuće s obzirom da su potrošači u fokusu većine kompanija, ovo je logičan sled i svakako jedna od lako merljivih poboljšanja. Takođe to je jedna i od poželjnih promena bez obzira na reinženjering

proces, komunikacija sa korisnici mora biti negovana i unapređivana u skladu sa trenutnim tehnološkim mogućnostima i trendovima tržišta.

Slika 4. Grafički prikaz unutrašnjih faktora poboljšanih kroz reinženjering



Izvor: Prilagođeno prema [5]

Smanjenje troškova i povećanje efikasnosti i jesu najčešća motivacija kompanija za uvođenje promena, tako da je napredak ovih faktora pored toga što je poželjan je i logičan. Ovi faktori su važni i za redovno poslovanje, a pogotovo za promene i često se upravo od njih polazi prilikom uvođenja promena.

Iako tehnologija nije veliki motivator za reinženjering, svakako je važan rezultat promena. Oko 40% kompanija je primetilo da je reinženjering doveo do automatizacije određenih procesa. Ovo nije iznenađujuće s obzirom da je tehnologija često alat za uvođenje promena, tako da je ona i rezultat većine procesa reinženjeringa. Tehnologija može pomoći kompanijama na različite načine i pored automatizacije određenih procesa ona može biti alat za unapređenje komunikacije sa potrošačima, komunikacije među zaposlenima, ali i komunikacije sa spoljnim saradnicima. Pored toga ona može biti vrlo dobar kanal prodaje ukoliko se poslovanje može tako prilagoditi.

Nažalost redefinisavanje fokusa kompanije nije jedan od učestalijih ishoda reinženjeringa i tek 22% kompanija su prijavile ovaj rezultat. Ovo može biti zbog toga što se reinženjering često koristi kao alat za implementaciju a ne kao alat za promenu iz korena. Ovo je svakako jedan od pokazatelja koliko kompanije nedovoljno znaju o samom procesu reinženjeringa i ovo je prilika za različite autore da popune prazninu u literaturi. Bez radikalnih promena reinženjering proces ne može doneti stabilne željene rezultate i promene su privremene.

EVOLUCIJA ORGANIZACIONE KULTURE

Kao pravni subjekat svaka kompanija ima svoja prava, privilegije i obaveze koje se razlikuju. Do razlika dolazi usled različitih uzroka: delatnosti, države, ali i samih zaposlenih. Ovo sve sačinjava kulturu te organizacije. I kako sve ove karakteristike pokazuju šta organizacija jeste i šta ona radi, ona svakako ne miruje već i ona i ove karakteristike evoluiraju kroz vreme. Svetskih 500 najvećih industrijskih kompanija kontrolišu 25% svetske ekonomije [13]. Uticaj kompanija na svetsku ekonomiju je veći nego ikada i sigurno je da će on rasti i dalje. Kompanije se ne mogu posmatrati

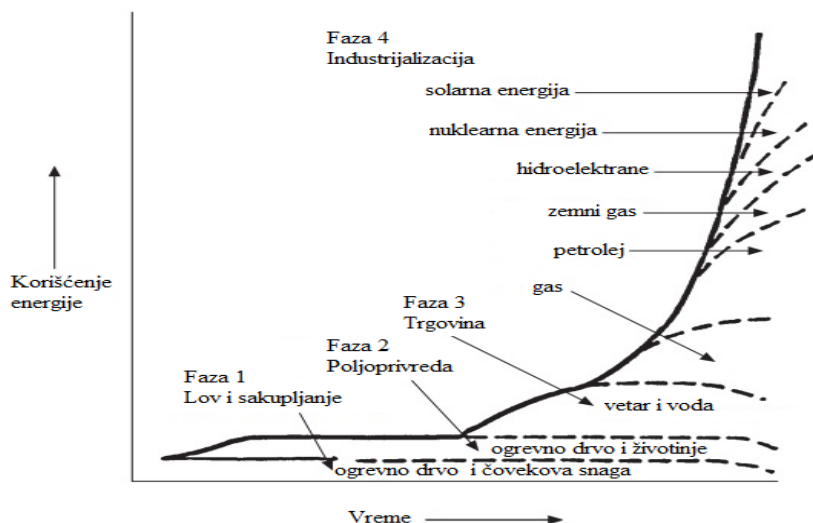
kao odvojeni entitet od života ljudi, već su one integrisane u savremeni život. Organizaciona kultura kompanije nije nešto što utiče samo na kompaniju, već ima šire razmere. Upravo zbog toga je važno shvatiti koncept organizacione kulture i njen uticaj, kako na samu kompaniju tako i na njenu okolinu.

Sama organizaciona kultura nema jasnu definiciju, već ona obuhvata kulturološki aspekt ljudi u organizacionom okruženju, a to je kompleksan pojam. Antropologija definiše kulturu na preko 150 načina, ali da bismo pravilno razumeli organizacionu kulturu potrebno je da odgovorimo na 3 pitanja:

1. Šta evoluiru u ekonomskom procesu?
2. Koja je forma i struktura ekonomske i kulturološke evolucije?
3. Kako objasniti proces strukturalne transformacije? [3]

Ono što suštinski evoluiru u ekonomskom procesu je organizaciona kultura, a kako njena definicija nije precizna, često se zaboravi da je ona i materijalna i nematerijalna. Elman Service definiše organizacionu kulturu kao “Skup svih socijalnih i političkih pravila, tehnoloških inovacija i ekonomskih institucija, umetnosti, zajedničkih verovanja i vrednosti... To je organizaciona kultura.” [4]. Mnogi moderni ekonomisti se često fokusiraju na materijalne aspekte kulture i za to koriste izgovor da je kultura prekompleksna pojava i da još uvek ne postoji odgovarajuća teorija koja bi analizirala sve njene aspekte. Ali se i dalje teško obezbeđuju emirijski dokazi evolucione transformacije materijalne i nematerijalne kulture. Tek kada istorijski prođe dovoljno vremena, tada se jasno mogu uočiti kritični prelazi u evoluciji kulture, ali samo upravljanje evolucijom organizacione kulture je teško. Evolucija organizacione kulture se može prikazati kroz faze ekonomskog razvoja. Od lovaca i sakupljača, preko začetaka poljoprivrede i industrijske evolucije do danas, informacionog doba. Ova transformacija se nije odnosila samo na ekonomiju već je svaki od tih stadijuma doveo do transformacije kulture življenja a samim tim i organizacione kulture.

Slika 5. Faze ekonomskog razvoja



Izvor: Prilagođeno prema [3]

Svaka od ovih faza je potpuno promenila način na koji ljudi žive. Od kada je čovek počeo da osniva organizacije pa do danas se uticaj organizacija na okolinu a samim tim i uticaj organizacione kulture značajno povećao. Ekonomski razvoj je omogućio kompanijama da budu uspešnije i usmerio tok novca, a samim tim i interesovanja na njih.

Uglavnom je tehnologija ta koja je nosilac strukturalnih transformacija ali je naizgled nju teže povezati sa kulturom. No, u modernom informacionom dobu tehnologija je sastavni deo svakodnevice na svim nivoima i ima ogroman uticaj na čovekov život. Kako je čovek osnovni stvaralac i uživatelj kulture, tako je i tehnološki uticaj na nju skoro nesaglediv. Čovek kroz interakciju sa materijalnim aspektima kulture upravo i osmišljava inovacije i na taj način aktivno doprinosi njenoj evoluciji; socijalno i materijalno. Tehnologija je do skoro smatrana odvojenom od kulture, no ta razdvojenost je sve manja i izvesno je da će u budućnosti sve više biti deo kulture i organizacione kulture.

SADRŽAJ, TIPOVI I STRATEGIJE PROMENE ORGANIZACIONE KULTURE

Kako postoji veliki broj definicija organizacione kulture, jasnije je sagledati njen sadržaj. Ona se može klasifikovati na kognitivne i simboličke elemente [9]. U kognitivne elemente spadaju pretpostavke, vrednosti, verovanja i norme ponašanja. Simboličke elemente čine svi materijalni i nematerijalni objekti i pojave koji su nastali kao produkt zajedničkih pretpostavki, vrednosti i verovanja članova organizacije [18]. Sve ove kategorije se dugo formiraju a sporo menjaju. Organizaciona kultura nastaje u procesu rešavanja određenih problema i utiskuje se u podsvest kao kulturni obrazac za budućnost [7]. Ona su značajan faktor u donošenju starteških odluka i snažno utiču na menadžment stil u kompaniji. Organizaciona kultura je izvor i pokretač organizacionog značenja [15]. Ona je izvor problema i rešenja kompanije [16]. Najčešće korišćena klasifikacija organizacione kulture je ona koju je u osnovi definisao Harison a doradio Handy, i prema njoj „postoje 4 osnovna tipa organizacione kulture: kultura moći, kultura uloga, kultura zadataka i kultura podrške“ [9].

Kultura moći se simbolizuje paukovom mrežom i predstavlja se tako da je lider taj koji je u centru i donosi odluke. On kontrolom resursa i oslanjajući se na svoje ljude i iskustvo vodi kompaniju i donosi sve odluke. Česta je pojava jakih političkih procesa i borbe moći u ovakvom tipu organizacione kulture. Prednost ovakve organizacione kulture je velika fleksibilnost i brza mogućnost reagovanja ukoliko je kompanija manja. No sa rastom firme i rizik raste, jer jedna osoba ne može efikasno da upravlja većim brojem ljudi i većim obimom posla.

Kultura uloga je birokratskog tipa i u njoj dominiraju pravila i procedure. U ovakvim organizacijama se sve zasniva na razumu i logici. Velika prednost ovakvih kompanija je visoki stepen pouzdanosti i efikasnosti a najveća mana je nesposobnost adaptacije na promene.

Kultura zadataka je zasnovana na vrednostima uspeha i postignuća. sve je podređeno poslovnim zadacima i zaposleni se cene na osnovu svoje osobine da zadatke obavljaju.

A ljudi su i najveća opasnost ovakve organizacione kulture, dok su prednosti orijentacija na uspeh i fleksibilnost.

Kultura podrške se retko može pronaći u praksi. Ona podrazumeva da je kompanija tu da svojim zaposlenima omogući ostvarivanje individualnih ciljeva. Ovakve kompanije visoko cene individualnost i zato su u stalnoj opasnosti od raspada.

Svaka promena u organizaciji povlači i promene u organizacionoj kulturi a one se svode na tri osnovna zadatka:

1. organizacija mora upravljati unutrašnjim faktorima;
2. organizacija mora pratiti i reagovati na spolje uticaje i
3. organizacija mora da predvidi i pripremi se za svoju budućnost [15].

Iako se organizaciona kultura dugo formira i teško menja, proces promene nije nemoguć. On sadrži 4 faze [11]:

1. dijagnoza – otkriva se postojeći skup kulturnih vrednosti
2. planiranje – definišu se ciljne kulturne vrednosti
3. analiza – utvrđuje se jaz između prve dve faze
4. sprovođenje – jaz se zatvara primenom različitih strategija.

Dva su osnovna načina za promenu organizacione kulture a to su direktni i indirektni [11]. Direktna strategija ili indokrinacija podrazumeva direktan uticaj na stavove zaposlenih i ukoliko se izvrši uspešno zaposleni će sami promeniti svoje ponašanje. Nasuprot njoj, indirektna strategija ili strategija kognitivne disonance, se fokusira da pomoću različitih metoda navede zaposlene da usvoje nove obrasce ponašanja koje se razlikuje od njihovih stavova, a na taj način postupno i promene svoje stavove kako bi pomirili prirodno neslaganje i nelagodnost usled različitog delovanja od vrednosti u pojedincu. Sredstva kojima se organizaciona kultura menja mogu biti različita: verbalna, neverbalna, simbolička i indirektna.

NEUSPEH REINŽENJERING PROCESA U PRAKSI

Različiti autori navode da većina kompanija koja krene proces reinženjering ne uspe da ga pravilno sprovede ili čak propada u toku procesa. Upravo zato je najvažnije razumeti zašto reinženjering ne uspeva. Bez obzira na tehnike koje kompanije koriste, TQM ili neprestana unapređenja, u pokušaju da postanu i ostanu kompetentne, često su benefiti koje kompanije postižu mali ili čak nepostojeći. Kao što se ranije u radu i pominje, svaka kompanija ima za cilj smanjenje troškova uz povećanje efikasnosti, no ovo uopšte nije lako postignuti. Upravo se zbog toga organizacije okreću radikalnom reinženjeringu jer samo promena iz korena može doneti drastično drugačiji rezultat; konačan uspeh ili propadanje. Neuspeh u reinženjering procesu nastaje usled različitih faktora ali svaki od faktora ima i preporuke za uspešnu implementaciju koje organizaciji mogu pomoći da ove prepreke uspešno izbegne ili značajno umanj njihov uticaj na ceo proces. Uspeh ili neuspeh reinženjeringa ne zavisi od veličine kompanije ili njenih resursa već od pažljivog planiranja i izbegavanja opasnosti. Najčešće se navode nekoliko barijera za uspešnu implementaciju reinženjeringa [2].

Radikalne promene zahtevaju promene na svim nivoima i neizbežna je promena stila menadžmenta. Vertikalni odnosno hijerarhijski stil je zastareo i prevaziđen i jedna

osoba koja je sveznajuća, svemoćna i koju svi slušaju više nije slika pravog lidera. Ovakav stil menadžmenta je prevaziđen, a pored toga što je zaista nemoguće postati i ostati ovakva osoba, zaposleni ne reaguju dobro na ovakav autoritet.

Nemoguće je dovoljno naglasiti koliko je fleksibilnost važna za kompanije u 21. veku. Uslovi tržišta se intezivno menjaju i organizacije koje ne mogu to da isprate sigurno propadaju. Čvrsta struktura se mora slomiti i barijere između zaposlenih i departmenata moraju nestati. Timovi sastavljeni od različitih ljudi sa različitim veštinama su od izuzetnog značaja za kompanije. Ovo zahteva slabljenje organizacione strukture i slabljenje autoriteta top menadžmenta. Ovakve promene su karakteristične za moderno poslovanje i zbog toga je čest otpor ka njima, negde čak veoma snažan, a često i zavisi od nacionalne kulture. Određene nacionalne kulture mogu zaista biti velika prepreka za fleksibilnost kompanije.

S obzirom da drastične promene zahtevaju veliki protok informacija među različitim odeljenjima organizacije, pre bilo kakve implementacije reinženjering procesa, se moraju stvoriti kanali interne komunikacije [2].

Često reinženjering dovodi do promene samih poslova zaposlenih i od njih se zahtevaju određene nove veštine. Nekada proces dovodi i do spajanja poslova različitih odeljenja, te su kvalitetne obuke potrebne za uspešnu implementaciju reinženjering procesa. Naglasak je na veštinama kao što su komunikacija, timski rad i orijentacija na potrošače jer su to i jedni od alata za zdravu organizacionu kulturu. A proces celoživotnog učenja mora biti sveprisutan bez obzira da li se kompanija odlučuje na reinženjering ili ne jer je to jedan od načina da se unapredi stručnost zaposlenih, ali i odanost. Ljudi su spremniji da ulažu više u kompaniju koja ulaže u njih.

Velike promene u organizaciji mogu dovesti do anksioznosti i otpora zaposlenih. Ovo je jednostavno neizbežno, ali pravilno upravljanje zaposlenima može značajno umanjiti ili čak ukloniti negativan uticaj ovoga na proces promena. Jedan od alata je svakako već pomenuta kvalitetna komunikacija na svim nivoima.

Zbog obima posla koji reinženjering zahteva, na procesu moraju da rade najtalentovaniji ljudi u organizaciji. Ukoliko kompanija napravi propust u odabiru ljudi, ceo proces može dovesti do loših rezultata. Važno je uključiti ljude iz svih departmenata kako bi se kvalitetno razmenila potrebne informacije i pravilno pristupilo procesu reinženjeringa.

Iako ne toliko nov koncept, reinženjering je često pogrešno tumačen, pa se tako pogrešno svaka organizaciona promena naziva tim imenom. Neki reinženjering koriste kao izgovor za otpuštanja ili zatvaranje fabrika dok ga drugi koriste kao zamenu za TQM ili druge inicijative. Reinženjering znači početi ispočetka u dizajniranju poslovnih procesa umesto pokušavati da spasiš postojeće. Ovo nije brz put do rešavanja problema, ali jeste jedini način da se problem ispravno i trajno reše. Reinženjering je izazovan i zahteva puno napornog rada i za menadžment i za zaposlene a nedostatak pravilnog razumevanja procesa može dovesti do propadanja svih ulaganja u ovaj proces, kako materijalnog tako i nematerijalnog.

Pre bilo kakve implementacije potreban je test period kako bi se uvele određene korekcije ukoliko postoji potreba za tim. Bez obzira koliko se pravilno i kvalitetno isplanirao proces promena, mora se proveriti da li će dovesti do željenih rezultata. U ovoj fazi su često menadžeri već umorni od planiranja i želeli bi da započnu

implementaciju što pre, ali pravilno testiranje će samo dovesti do lakše implementacije i smanjenja opasnosti.

Jasno je da je reinženjering daleko od uobičajne i svakidašnje aktivnosti u organizaciji. Implementacija reinženjeringa nije slobodna vežba i mesta za grešku nema, već sve u ovom procesu mora biti pažljivo i do detalja isplanirano.

ORGANIZACIONA KULTURA KAO OSNOVA FLEKSIBILNOSTI ORGANIZACIJE

Iako se ističu različiti faktori kao ključ za uspešno sprovođenje promena, liderstvo je jedan od najvažnijih [1]. Pored toga što lideri definišu ciljeve organizacije i preuzimaju rizik, oni su ti koji stvaraju bezbednu sredinu za zaposlene i na taj način smanjuju njihov otpor ka inovacijama.

Sve prepreke u implementaciji reinženjeringa su usko povezane sa liderima i organizacionom kulturom, a kao najveća prednost kompanije se navodi njena fleksibilnost. Ukoliko je u organizaciji zastupljena kultura moći a top menadžment je nedovoljno uključen u proces reinženjeringa, sasvim je sigurno da ovaj process neće uspeti. Ukoliko je u kompaniji zastupljena kultura uloga, a dolazi do nepravilnog raspoređivanja uloga i nerazumevanja procesa rezultat svakako neće biti pozitivan. Napokon ukoliko je u organizaciji zastupljena kultura zadataka ili podrške, a zaposleni nemaju dovoljno dobar trening ili je komunikacija između različitih odeljenja lose razvijena, ne može se očekivati uspeh reinženjering procesa. Ukoliko se vremenom u praksi ustalio obrazac koji je nepoželjan za kompaniju, menadžeri će imati velikih problema da ovo isprave, a uspešno primenjena rešenja se ponavljaju i potiskuju u svest svih zaposlenih i tako postaju kulturni obrazac ponašanja i olakšavaju implementaciju promena u budućnosti [10]. Na savremenom i dinamičnom tržištu sposobnost kompanije da uspešno sprovede inovaciju znači opstanak [12].

Često se govori o menadžment stilu, a ređe o ponašanju lidera. Neke studije ipak povezuju altruizam lidera sa radikalnim inovacijama. Nils Kraiczy u svom istraživanju ističe altruizam kao jednu od specifičnih karakteristika porodičnih firmi kao jedan od najvažnijih elemenata za uspešno uvođenje promena [14]. Ovakav stil neki autori nazivaju i transformaciono liderstvo. Postoji i pozitivna povezanost između transformacionog liderstva i veće odanosti zaposlenih ovakvim liderima [6]. Sigurno je da inovativno ponašanje lidera dovodi do veće lojalnosti i poverenja kod zaposlenih [22]. Poverenje u namere zaposlenih je jedan od ključnih faktora za njihovu posvećenost [20], a veća posvećenost dovodi i do veće spremnosti i na radikalne promene koje reinženjering donosi [21]. Ovakva istraživanja pokreću pitanje da li reinženjering može da se primeni na specifičnu organizaciju. Takođe, pomaže organizaciji da pravilno targetira zaposlene koji mogu pružiti otpor, ali uz pravilni razmenu informacija za menadžerima.

Pored već pomenutih izvora, neka istraživanja [17] pokazuju usku povezanost organizacione kulture i liderstva u kompaniji. Ovo se naročito odnosi na dimenzije donošenja stratejskih odluka, građenje odnosa sa zaposlenima i timsku saradnju. Top menadžment ulagajući u razvijanje snažne organizacione kulture neposredno

utiče i na sopstveni razvoj i doprinosi i sopstvenom napretku. Ovakva saznanja mogu doprineti da se smanji otpor promenama koje formiranje poželjnih vrednosti organizacione kulture neminovno izaziva. A samo snažna organizaciona kultura može značajno poboljšati performanse zaposlenih [19].

ZAKLJUČAK

Reinženjering je mukotrpan i dug process kada kompanija mora sprovesti radikalne promene kako bi opstala na tržištu i unapredila svoje poslovanje i zahteva potpunu promenu razmišljanja i vizije zajedno sa načinom poslovanja. Verovanja i vrednosti u organizacionoj kulturi se sporo grade a teško menjaju. Top menadžment ima najvažniji ulogu u promeni organizacione kulture i smanjenju otpora promenama kako bi proces reinženjeringa prošao što bezbolnije za sve zaposlene u kompaniji. Lideri koji su nesebični i stavljaju odgovornost kao najvažniji kvalitet i daju priliku svim zaposlenima da se njihova mišljenja čuju su lideri kojima ljudi veruju i oni u velikom broju slučajeva uspevaju da ožive kompanije. Iako reinženjering ne daje odgovore na sva pitanja, njegovi benefiti su neosporivi i mora se otkloniti strah od nepoznatog i rizikovati radi uspeha. Potrebno je puno ulaganja kako novčanog tako i intelektualnog, ali je sigurno da će u ovim vremenima brzih promena reinženjerig postati svakodnevnica. Ukoliko se pravilno isplanira i implementuje kompanija će iskusiti značajna poboljšanja koja dovode do povećane konkurentnosti i uspešnosti organizacije. No postoje i velike opasnosti za ceo proces. Njihovo ignorisanje ili neadekvatno upravljanje preprekama i opasnostima za sprovođenje ovog procesa može dovesti do propadanja procesa reinženjeringa ili čak kompanije u celosti. Ljudi su najveća snaga ali i najveća opasnost u ovom procesu i zato je dobar menadžment od izuzetne važnosti za svaku kompaniju. Značaj organizacione kulture je velik i temeljan. Ona utiče na sve aspektne poslovanja i od izuzetne je važnosti da se njen uticaj prepozna, naročito prilikom promena u organizaciji i reinženjeringa.

BIBLIOGRAFIJA

1. Aragon-Correa, J. A., Garcia-Morales, V. J., Cordon-Pozo, E. (2007). Leadership and organizational learning's role on innovation and performance: lessons from Spain. *Industrial marketing management*, 36(3), 349-359.
2. Attaran, M. (2000). Why does reengineering fail? A practical guide for successful implementation. *Journal of Management Development*, 19(9), 794 – 801.
3. Brinkman, R. L. (1999). The dynamics of corporate culture: conception and theory. *International Journal of Social Economics*, 26(5), 674–694.
4. Burke, R. J. (2004). Process reengineering: who embraces it and why?. *The TQM Magazine*, Vol. 16 Iss 2 pp. 114 – 119
5. Chan, P. S., Peel, D. (1998). Causes and impact of reengineering. *Business Process Management Journal*, 4(1), 44–55.
6. Cheung, M. F., Wong, C. S. (2011). Transformational leadership, leader support, and employee creativity. *Leadership & Organization Development Journal*, 32(7), 656-672.

7. Frederick, W.C. (1995). *Values, Nature, and Culture in the American Corporation*. New York, NY: Oxford University Press.
8. Hammer, M., Champy, J. (1993) *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*. New York, NY: Harper Business.
9. Handy, C. (1996). *Bogovi Menadžmenta*. Beograd: Zelnid
10. Janićijević, N. (2008). *Organizaciono ponašanje*. Beograd: Data Status
11. Janićijević, N. (2004). *Organizational culture management process – Case of Tarkett d.o.o. referat na Workshop on strategic Human Resources Management*. Paris: EIASM
12. Kolarić, B. (2017). *Dinamika odnosa upravljanja znanjem i inovativnosti kao relevantnih faktora organizacione efikasnosti*. *Ekonomski izazovi*. 4 (7), 93-104.
13. Korten, D.C. (1995). *When Corporations Rule the World*. West Hartford, CT: Kumarian Press
14. Kraiczy, N. D., Hack, A., & Kellermanns, F. W. (2014). *What Makes a Family Firm Innovative? CEO Risk-Taking Propensity and the Organizational Context of Family Firms*. *Journal of Product Innovation Management*, 32(3), 334–348.
15. Leffingwell, R. (2011). *Porsche: A History of Excellence*, Graz, Austria: Motorbooks.
16. Lundberg, C. (1988). *Working with Culture*. *Journal of Organizational Change Management*, 1(2), 38-47.
17. Meng, J. (2014). *Unpacking the Relationship Between Organizational Culture and Excellent Leadership in Public Relations*. *Journal of Communication Management*, 18(4), 363-385.
18. Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey Bass
19. Slocum, J., Hellriegel, D. (2009). *Principles of organizational behaviour*. Nashville: Southwestern Publishing
20. Taboroši, S., Strukan, E., Poštin, J., Konjikušić, M., Nikolić, M. (2020). *Organizational Commitment and Trust at Work by Remote Employees*. *Journal of Engineering Management and Competitiveness*, 10(1), 48-60.
21. Vukonjanski, J., Nikolić, M. (2008). *Potrebe za reinženjeringom organizacione kulture u srpskim preduzećima*. *Savez inženjera i tehničara Srbije*. Broj 6. Beograd: Tehnika pp. 15-20.
22. Yidong, T., Xinxin, L. (2013). *How ethical leadership influence employees' innovative work behavior: A perspective of intrinsic motivation*, *Journal of business ethics*, 116(2), 441-455.

RESUME

Reengineering is a painful and long process when a company has to implement radical changes in order to survive in the market and improve its business. It requires a complete change of thinking and vision along with the way of doing business. Beliefs and values in organizational culture are slow to build and difficult to change. Top management has the most important role in changing the organizational culture and reducing resistance to change so that the reengineering process is as painless as

possible for all employees in the company. Leaders who are selfless and put responsibility as the most important quality and give the opportunity to all employees to have their opinions heard are leaders whom people trust and in many cases they manage to revive companies. Although reengineering does not provide answers to all questions, its benefits are undeniable. Managers have to overcome the fear of the unknown and risks for success. It takes a lot of investment, both financial and intellectual, but it is certain that in these times of rapid change, reengineering will become commonplace. If properly planned and implemented, a company will experience significant improvements that lead to increased competitiveness and organizational success. But there are also great dangers to the whole process. Ignoring them or inadequately managing the obstacles and dangers to implementing this process can lead to the failure of the reengineering process or even the company as a whole. People are the greatest strength but also the greatest danger in this process and that is why good management is extremely important for any company. Organizational culture has a fundamental importance. It affects all aspects of business and it is extremely important to recognize its impact, especially during organizational changes and reengineering.

MODELI KOMUNIKACIJE IZMEDJU PROIZVODJAČA I POTROŠAČA

Milan Šoškić

Visoka poslovna škola strukovnih studija „Čačak“

Čačak, Srbija

mreccmilanv.soskic@gmail.com

Apstrakt: Današnja pozicija proizvođača je veoma otežana na sve konkurentnijem tržištu što se ogleda u tome da svaki proizvod ima svoje supstitute od strane drugih proizvođača. Konkurentnost je dobra za potrošače, nudi im mogućnost odabira proizvoda po njemu najprijhvatljivijeg proizvođača, a istovremeno ga dovodi u nedoumicu da li je supstitut proizvoda bolji ili lošiji od onog proizvoda na koji je navikao. U ovakvoj situaciji pozicija proizvođača na tržištu je na nezavidnom nivou jer je doveden u poziciju da brine o potrebama svakog potrošača, a samim tim i da konstantno prati svoju konkurenciju. Gore navedeni problemi se mogu rešavati u direktnoj komunikaciji sa potrošačima. Znajući da proizvođač svoj proizvod mora plasirati najčešće preko posrednika na domaćem tržištu to jest maloprodaje, a na inostranom preko veleprodaje i maloprodaje što mu jos više otežava poslovanje. Već i onako otežan način poslovanja ne smemo gledati kao puku prodaju već ga možemo poboljšati ako prodajni lanac (proizvođač, veleprodaja, maloprodaja, potrošač) iskoristimo za protok informacija u obrnutom smeru (potrošač, maloprodaja, veleprodaja, proizvođač), a sve u cilju da se zadrži potrošač i poveća prodaja proizvoda. Prodajni lanac možemo iskoristiti za protok informacija sa tržišta, ako svi u njemu osete potrebu za dobrim, tačnim i kvalitetnim informacijama koje će se usvojiti od strane proizvođača i svih učesnika u prodaji, a sve u cilju povećanja profita.

Ključne riječi: proizvođač, potrošač.

MODELS OF COMMUNICATION BETWEEN PRODUCERS AND CONSUMERS

Abstract: The manufacturers' position in today's increasingly competitive market is very challenging, as shown by the fact that each product has its substitute from other manufacturers. Consumers benefit from competition since it allows them to select the product from the most suitable manufacturer while also raising the issue of whether the product substitute is better or worse than the product to which the customer is accustomed. In such a situation, the manufacturers' position in the market is unenviable because they are forced to cater to each customer's needs and continuously monitor their competitors. The above issues can be resolved by direct communication with customers. The fact that the manufacturers must place their products in the domestic market mainly through intermediaries, i.e. retailers and in the international markets through wholesalers and retailers, makes their business operations much more difficult. The already complicated way of doing business must not be viewed as a mere sale; instead, it can be enhanced by utilizing the sales chain (manufacturer, wholesaler, retailer, consumer) for the flow of information in the opposite direction (consumer, retailer, wholesaler, manufacturer), to retain consumers and increase product sales. We can use the sales chain for the information flow from the market if everybody involved in it feels the need for good, reliable, and quality information that will be adopted by the manufacturer and all sale participants, with an overarching goal to increase profits.

Keywords: producer, consumer. **JEL codes:** P36, J54

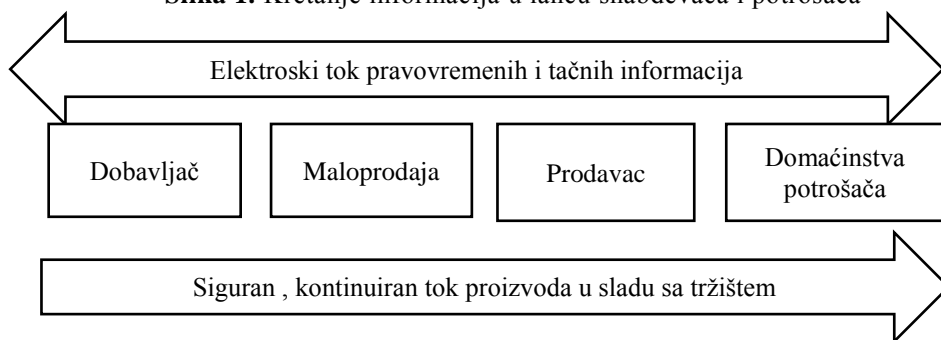
UVOD

Svrha komuniciranja između ljudi je razmena informacija, gde se oni kroz dijalog upoznaju i šire svoj uticaj na ostale učesnike i pritom dobijaju nova saznanja koja utiču na njihovo razmišljanje i nove ideje. Od suštinskog značaja za dobro poslovanje i prodaju robe veoma je važna dobra komunikacija koja mora postojati na relaciji proizvođač – potrošač. U direktnoj komunikaciji dolazimo do saznanja o ciljanim potrebama potrošača za određeni proizvod, a istovremeno mu se nudi mogućnost upoznavanja istog. Težnja svakog proizvođača je da komunicira sa što većim brojem potrošača, i da dobije informacije sa celokupnog tržišta na kome je zastupljen. Široku komunikaciju na zastupljenom tržištu proizvođač ne može ostvariti direktno, već to čini indirektnom komunikacijom preko posrednika (veleprodaje i maloprodaje). Za potpuno ostvarivanje indirektna komunikacije potrebno je da svi učesnici u lancu ispoštuju određene principe u cilju zadovoljenja potrošača. Ovaj vid poslovanja pokušaću objasniti u daljem radu.

DEFINICIJA EFIKASNOG ODGOVORA NA POTREBE POTROŠAČA

Odgovor i rešenje za spoljnu komunikaciju (proizvođač – potrošač) nalaze se u posredovanju veletrgovca (prodavac na veliko) i maloprodavca (marketi) i odvija se u direktnoj vezi sa krajnjim potrošačem. Organizacionim planom teži se postići što bolja komunikacija sa svim igračima u lancu, najveća i jedina među njima je uloga potrošača, njihovo poverenje, sigurnost u kvalitet proizvoda, lojalnost postojećih potrošača i pridobijanje novih. Konstantnom komunikacijom u lancu snabdevanja mogu se ostvariti benefiti za sve posrednike u prodaji, teži se poboljšanju, smanjivanju troškova poslovanja, cena koštanja proizvoda, bolja i tačnija snabdevenost tržišta, produktivnija prodaja, a sve pomenuto rezultira smanjenju troškova kako u proizvodnji tako i u snabdevanju lanaca prodaje. Sve gore navedeno je ostvarivo sa dobro postavljenom organizacionom šemom, a njenom realizacijom dobićemo efikasan odgovor na zahteve i potrebe potrošača. Tesna saradnja proizvođača sa lancem snabdevača daje rezultate u korist krajnjeg potrošača.

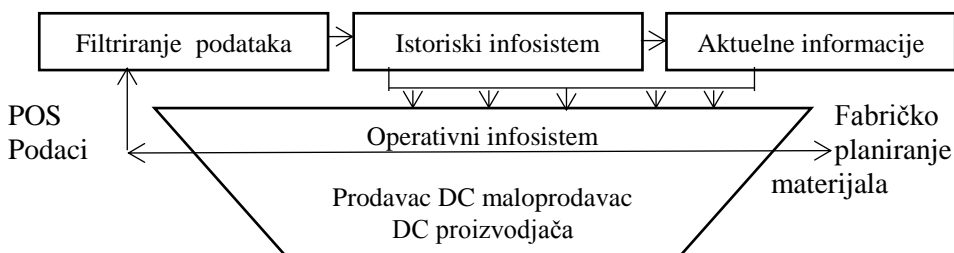
Slika 1. Kretanje informacija u lancu snabdevača i potrošača



Izvor: Kurt Salmon Associates, Inc, Efficient Consumer Response

Preko gore prikazane slike1, vidi se kuda, kako idu informacije i može se sagledati šta se želi postići ovim modelom. Slika1 govori da je protok informacija od velikog značaja za uspešno snabdevanje tržišta . Taj protok informacija mora biti slobodan, tačan i brz. Ovim modelom želi se postići pravovremeni odgovor na zahteve potrošača koji se ogleda u isporuci adekvatnih proizvoda, na pravo mesto i u pravo vreme , sve u cilju zadovoljenja potrošača. Većina od tih zahteva u prvom redu su: proizvodi koje on traži da budu na vreme isporučeni, u dovoljnim količinama na raspolaganju u objektu gde se snabdeva, da poseduju kvalitet, ispravnost (roku upotrebe), praktično rukovanje (pakovanje u ambalaži koja je pogodna za rukovanje) i na kraju da cena odgovara ponudjenom proizvodu i bude prilagodjena potrošaču. Strogi kriterijumi potrošača, kao i velika nemilosrdna konkurencija na tržištu, uslovljavaju tesnu saradnju svih učesnika u lacu, od proizvođača do potrošača. Za uspeh, pored saradnje, najvažnije je potpuno poverenje i otvorenost u radu, razmena poverljivih informacija i znanja . Svi učesnici koji se nalaze u lancu svojim radom teže da poboljšaju kavalitet rada , a sve u cilju zadovoljenja potrošača .

Slika 2. Elementi za dobijanje prave informacije o kretanju na tržištu

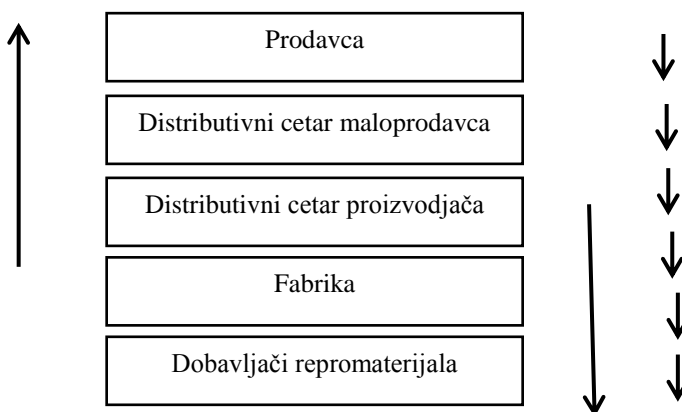


Izvor: Martin A . Infopartnering

Na slici.2 iskazana su tri elementa za dobijanje prave informacije, a to su: istoriski, neobavezujući i operativni podaci. Navedeni elementi pojedinačno i ukupno služe za dobijanje što tačnijih i preciznijih informacija, koje dobijamo od spoljnih saradnika, a poslužiće nam za tumačenje i donošenje pravih odluka pri daljem radu. *Istoriski podaci nalaze se u odloženim dokumentima (arhivama), gde su zabeleženi u ranije donetim planovima, raznim analizama, bilansima preduzeća i svim drugim dokumentima. Iz njih možemo koristiti razne podatke i upoređivati sadašnja kretanja i zbivanja sa sadašnjim stanjem. To nam daje mogućnost da budemo oprezniji kod donošenja budućih smernica i da ne ponovimo eventualne greške koje su se pokazale u prošlosti. *Neobavezujući (fakultativni) podaci, odnosno podaci koji se koriste po slobodnom izboru, imaju važan značaj ako se oslanjaju na istoriske podatke. Sami za sebe neobavezujući, podaci zbog svoje neutemeljenosti u sadržaju, nemaju poseban značaj. *Obavezujući podaci nastaju kada neobavezujuće uporedimo sa istoriskim podacima, onda oni dobijaju svoju težinu, značaj i smisao. No, informacije neobavezujućeg značaja nisu za zanemarivanje i odbacivanje. One dolaze iz više izvora (štampa, saznanja poslovnih partnera i drugo), te ih je nužno kao takve analizirati i doći do saznanja da li su realne ili nerealne. Često mogu biti zamke

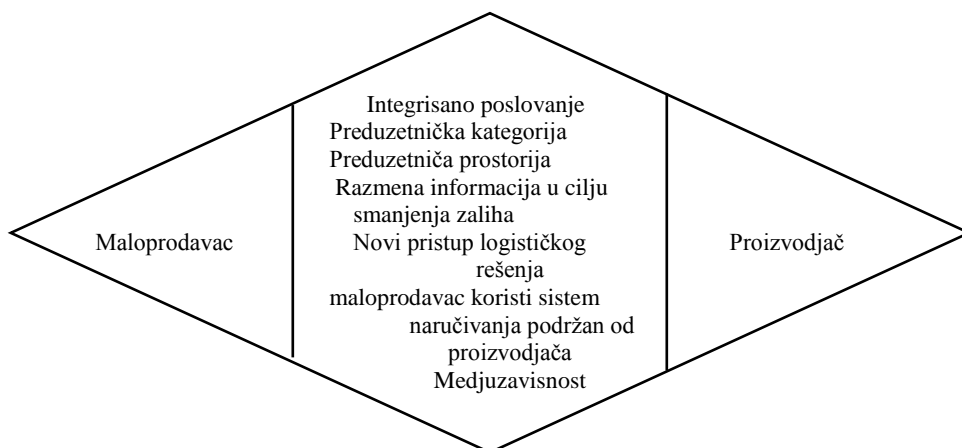
koje poslodavca dovode do pogrešnog zaključka i pogrešne odluke. Svaki podatak koji dolazi do firme ima svoju težinu, a na ljudima koji se nalaze na čelnim odnosno upravljačkim pozicijama je da prouče gde treba uložiti više ili manje truda u analizama dobijenih podataka. Znači, nakon prva dva elementa u informacionom sistemu, prilazi se operativnom sistemu, a nakon toga i sistemu odlučivanja. U svakom informacionom sistemu koji se bavi i obradom podataka mora postojati filter, odnosno rad na pročišćavanju podataka. Rad na filtriranju podataka je od velike koristi i značaja za svaki informacioni sistem, jer današnji tempo rada i razvoja svakodnevno daje veliki broj podataka, a svakog trenutka isti se menjaju i neki su za određenu firmu od velike važnosti, a drugi ne. Cilj je izvršiti selekciju – odabir informacija to jest prepoznati tačne i netačne. Netačne informacije nakon provere se odbacuju, dok se tačne uzimaju u obzir i prosledjuju za dalje korišćenje. Drugi vrlo važan cilj ovog rada u sektoru odabira je da se ostali sektori ne zatrpavaju netačnim, nevažnim i lošim informacijama.

Slika 3. Lanac snabdevanja određenom tražnjom



izvor: Martin A . Infopartnering

Slika 4. Komunikacija između maloprodavca i proizvođača



Izvor: Martenson R, Category Management University Gothenburg, 1998

PRINCIPI EFIKASNOG ODOGOVORA NA POTREBE POTROŠAČA

Sušтина svakog plana za njegovu održivost i ostvarivost, čine principi, ili (sportski rečeno) pravila igre za sve učesnike. Principi mogu biti pisani i nepisani. Oni obavezuju sve učesnike koji su pristupili i prihvatili plan. Skupinu ljudi drži interes koji je jasno odredjen. Principi za efikasan odgovor na potrebe potrošača su sledeći:

- Stalna – permanentna pažnja da se potrošaču obezbedi veća vrednost: kvalitet, asortiman, ponuda, pogodnost i manji troškovi, čiji je krajnji rezultat cena
- Uspešan odgovor treba da bude prilagodjen obostrano korisnom udruživanju, a ne držati se starih, tradicionalnih – sebičnih načina poslovanja.
- Upotreba pravih i pravovremenih informacija potrebna je radi donošenja pravilnih odluka kod rada na propagandi i planu proizvodnje. Te informacije spolja izmedju partnera, dok će unutrašnje dovesti do najproduktivnije i najefektivnije upotrebe informacija u potpuno kompjuterizovanom sistemu.
- Od početka stvaranja proizvoda, preko njegovog pakovanja, dopreme u prodajni objekat do potrošačke korpe, potrebno je da se vreme dobro isplanira na obostrano zadovoljenje kako proizvođača tako i potrošača.
- Postojan zajednički sistem meranja učinka i koristi, mora biti ciljan na stvaran sistem, primera radi: povećanje vrednosti kroz smanjenje troškova, smanjenje zaliha i bolje korišćenje resursa u opšte. Takodje je potrebno prepoznavanje moguće koristi kroz unapredjenje prodaje, kao kroz promovisanje ravnopravne podele koristi medju partnerima.

Iz ovih pet tačaka vidimo da svi imaju svoj interes da prihvate i igraju poštnu igru. Nemogućnost da se prihvati bilo koja tačka iz ovih pet principa dovodi do kidanja lanca, što je pogubno za sve u tom lancu.

To znači da ako nemamo tačne, pravovremene i odredjene informacije u čitavom nizu, dolazimo do pozicije broda koji plovi bez cilja, nemajući unapred zacrtan plan plovidbe i krajnju tačku odredišta, što znači gubljenje kako vremena tako i energije. Drugim rečima planovi i nade padaju u vodu.

STRATEGIJA ZA POSTIZANJE TAČNOSTI I BRZINA ODGOVORA POTROŠAČIMA

Strategija je u ekonomiji planiranje. Stoga je poželjno planirati kojim i kakvim putem je najefikasnije stići do željenog cilja. Da bi ostvario željeni cilj, dobar strateg – planer mora imati u više pravaca razradjen plan, to jest imati više varijanti plana, što znači da se nikada ne treba strogo i bez rezerve držati jednog jedinog plana. U slučaju neuspeha plana ili poteškoća koje mogu nastati, planer mora imati rezervnu varijantu plana kako bi putevi komunikacija tekli nesmetano.

Strategija za plan, koja bi bila „efikasan odgovor“ na potrebe potrošača, mora se dogovoriti – uskladiti sa poslovnim saradnicima u lancu komunikacije. Ako ne postoji uskladjen dogovor, onda je najveća verovatnoća da komunikaciona veza

neće funkcionisati, jer pojedinačne želje, planovi i mogućnosti članova nisu iste. Stoga svaki plan mora biti prilagodjen i ostvariv za sve.

Od velikog značaja za strategiju je dobra komunikacija, u kojoj je, u isto vreme, potrebno da se tačno zna, ko, šta, kada i kako radi to jest izvršava zadatke koji su zacrtani u planovima.

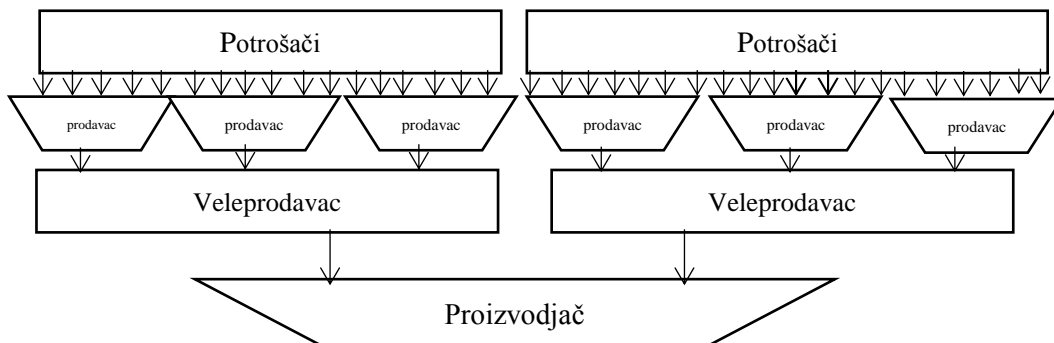
Skladan rad svih u lancu (snabdevač sirovina i repro materijala, proizvođač, prodavac na veliko i prodavac na malo) na izvršavanju svojih zadataka donosi uspeh, a ujedno i zadovoljenje krajnjeg korisnika, to jest potrošača. Ovakvo postavljani plan u kome se u svako vreme (prema ukazanoj potrebi) može izvršiti manja ispravka, koja zavisi od uslova poslovanja i veličine tržišta, spreman je da se svuda primeni.

Efikasan asortiman	Optimizacija zaliha u preduzeću	Usredsredjivanje na prodaju asortimana za ciljne kupce čime se obezbeđuje osnovna polazna tačka za optimizaciju korišćenja prodajnog prostora na policama, koji je kritična veza sa potrošačem. Primena efikasnog pristupa prezentacijama asortimana unapređjuje obrt, profit, efekat po jedinici pojedinog prostora. Krajnji cilj asortimana jeste određivanje optimalne ponude proizvoda kojim se postiže zadovoljenje ciljnih kupaca. Povezuje potrošača, malo prodajni objekat, distributivni cetar, malo prodavca i dobavljača u integrisani sistem. Utvrđuje informativni tok između partnera, dok proizvodi direktnije dolaze do proizvodnih linija.
	Optimizacija prostora na policama	
	Povećanje prodaje po prostoru	
	Veći obrt zaliha usmeravanje postavljanja standardizacije u skladu sa lokalnim ponašanjem	
Efekat popunjenosti	Optimizacija vremena i troškova	
	Logistika	
	Automatsko naručivanje	
	Razmena podataka	
	Unapređjivanje servisa potrošača	
Efikasna promocija	Efikasnost ukupnog sistema	Preusmerava promotivne aktivnosti dobavljača sa sponzorisanjem malo prodavca ka direktnoj prodaji potrošaču. Ključni aspekt je bolje uskladjivanje promotivnog toka proizvoda sa potrošačkom tražnjom, što će doneti značajne koristi u
	Minimizacija manipulativnih troškova	
	Kreiranje veze znanja i omogućavanje bržeg odgovora na promenljivu potrošačku tražnju	

Efikasno uvođenje proizvoda	Optimizacija razvoja proizvoda	poslovanju sa mnogo manje zaliha u sistemu. Sledeći aspekt je razvoj miksa potrošački orijentisanih promocija u okviru kategorije proizvoda. Vezana je za proces razvoja uvođenja novih proizvoda koji ima rešenje za nezadovoljene ili samo parcijalno zadovoljene potrebe potrošača. Zadatak dobavljača i malo prodavca je da kroz kooperativnije napore razvijaju više proizvoda orijentisanih ka potrošaču i to po nižim troškovima .
	Kontrolisano uvođenje novih proizvoda	
	Bolje mogućnosti testiranja	
	Trenutan odgovor na potrošačevo prihvatanje ili odbijanje	
	Maksimizacija efikasnosti razvoja i uvođenja novog proizvoda	

Pored utvrdjene strategije komuniciranja, potrebno je i stalno unapređivanje poslovne saradnje. Umešnost i veština kod podsticaja da kupuje Vaš proizvod nalažu da proizvod bude uvek u prodajnom objektu, da bude izložen na pravom mestu, da njegova cena ne bude visoka na slične konkurentske proizvode, i sam kvalitet. S vremena na vreme treba vršiti promocije, a naročito kada na tržište izbacite nov proizvod. Kontakt proizvođač – prodavac treba da bude na više načina uspostavljen. To mogu biti susreti i razgovori, gde se razmenjuju mišljenja, iskustva, sugestije, primedbe i predlozi, ili telefonski razgovori i ostala sredstva komunikacije, preko kojih dobijamo određene informacije sa terena. Takve komunikacije i informacije upoznaju nas sa potrebama i problemima, što nas tera da brzo i pravovremeno reagujemo, a sve zbog boljeg poslovanja i uspešnosti, time zadovoljava i potrošača i istovremeno ga vezujemo za sebe na određen način. Svaki sistem poslovanja može se slikovito prikazati kroz razne grafikone i druge vrste šemackih prikaza. Oni ujedno olakšavaju shvatanje funkcionisanja u firmi, na koji način je organizovana i kako radi. Tim i takvim prikazom informisaćemo prodavca na veliko (grosista) i proizvođača.

Slika 5. Potrebe potrošača za određenim proizvodom



Izvor: (obrađeno autora)

Svaka novina mora se vrlo pažljivo i s vremena na vreme analizirati, kako se ne bi brzinom u radu došlo do greške, koju je teško ispraviti. Neki smatraju da taj period često nije kraći od četiri godine, gde dve godine predstavljaju primenu najboljih iskustava, dok druge dve godine služe za punu primenu tog sistema. Ovakav pristup je garant da svi u lancu snabdevanja imaju korist.

Strategijski pristup prodavca na malo prema potrošaču, uz tesnu saradnju sa proizvođačem preko veleprodavca, mora biti u svakom mometu izražen na zadovoljavajući način. Ako nema pune saradnje učesnika u lancu snabdevanja, nema ni uspeha. Ni jedan učesnik nema pravo da napravi propust. Ako to čini iz objektivnih razloga, na vreme mora obavestiti ostale aktere u lancu kako isti mogu imati dovoljno vremena da reaguju. Sve se ovo čini da se u potpunosti zadovolji potrošač. Za celokupan uspeh u radu, najbitniji faktor je otvoren i brz protok informacija koje kruže. U taj sistem spada i potrošač, čija reč, ocena i opažanje su vrlo bitni.

ZAKLJUČAK

Ovim radom predstavljena je važnost i značaj komunikacije u plasmanu robe od strane proizvođača. Načešći problem nastaje zbog nedostaka dobre informisanosti o potrebama potrošača što može dovesti do konfuzije i pogubnih posledica po firmu. Da bi se ovo izbeglo od suštinskog značaja su informacije koje se nalaze na tržištu. Prikupljane informacija za proizvođača (široke potrošnje) je otežan proces iz razloga jer ne postoji direktna komunikacija sa potrošačem. Jednim od načina prikupljanja informacija sa tržišta možemo sprovesti preko posrednika prodaje gde je proizvod zastupljen. Ovaj vid komunikacije sa potrošačima možemo realizovati ukoliko su svi u lancu prodaje zainteresovani za saradnju. Komunikacija koja se odvija u prodajnom lancu sa proizvođačem mora se držati određenih principa zarad uspešnog i tačnog prenosa informacija. Dobijene informacije sa tržišta moramo analizirati u okviru firme gde upoređujemo nove informacije sa starim i na taj način dolazimo do zaključka o tačnosti informacija. Na osnovu njih možemo sagledati potrebe tržišta koje nam daje osnov za pravljenje plana proizvodnje za naredni period. Ovakva informisanost daje prednost i olakšava rad svih u lancu snabdevanja i prodaje koji se ogleda u sledećem: Proizvođač: planiranje sirovina, planiranje proizvodnje, planiranje prodaje, planiranje transporta...

Veleprodaja: planiranje nabavke, organizacija skladišta, planiranje transporta...

Maloprodaja: planiranje nabavke, stalna zatupljenost na tržištu, ujednačen standard proizvoda...

Sve ove stavke čine da svi u lancu proizvodnje i prodaje budu zadovoljni i istovremeno ispune potrebe potrošača.

BIBLIOGRAFIJA

1. Lovreta S., Petković G., Janićijević N. (2001). Prodaja i menadžment prodaje. Savremena administracija, Beograd
2. Kotler, P., Keller, K. (2006). Upravljanje marketingom, 12. izd. Zagreb: Mate.

3. Stanković, J., Vojinović M. (2013). Poslovna ekonomija. Podgorica: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
4. Levy, M., Weitz, B. (2001). Retailing Management. Boston: McGraw-Hill, Irwin.
5. Stanković, J. (2012). Trgovina i drugi kanali marketinga. Beograd: Univerzitet Singidunum.
6. Petković G., Lovreta S. (2010). Kanali marketinga. Beograd: CID.
7. Kotler, P. (2006). Marketing menadžment. Beograd: Data Status
8. Borota-Tišma, A. (2006). Menadžment u maloprodaji. Beograd: Beogradska poslovna škola
9. Cvetković, Lj.:_Marketing informacijski sistem, FIM Kruševac, 2006
10. Knežević, B. (2007). Utjecaj znanja na stvaranje vrijednosti u trgovini. Zagreb: Ekonomski fakultet.
11. Savone, U. E., Stefanizzi, S., (2007), Measuring Human Trafficking, Complexities and Pitfalls
12. Di Nicola, A., Cauduro, A., (2007), Review of Official Statistics on Trafficking in Human Beings for Sexual Exploitation and their Validity in the 25 EU Members States from Official Statistics to Estimates of the Phenomenon
13. Martenson R, Category Management University Gothenburg, 1998
14. Stefanović Ž., Petković M., Kostić Ž., Jančićević N., Babić V. (1999). Organizacija preduzeća. Beograd: Ekonomski fakultet.
15. Kurt Salmon Associates, Inc., Efficient Consumer Response – Enhancing Consumer Value in The Grocery Industry, Produced for Uniform Code Council, Inc., Grocery Manufacturers of America, Food Marketing Institute, National Food Brokers Association and American Meat Institute, 1993.
16. Mihailović B. (2003). Marketing menadžment. Cetinje: Obod.
17. Segetlija, Z. (2011). Ekonomika trgovine. Zagreb: Grafički zavod Hrvatske.
18. Marrewijk, Ch. (2002). International Trade and the World Economy. New York: Oxford University Press.
19. Ambler, T. : "What Does Marketing Success Look Like?" Marketing Management, 2001.

RESUME

This paper shows the importance and significance of communication in the placement of goods by manufacturers. The most common problem emerges from a lack of precise information on the consumers' needs, which can lead to confusion and have disastrous consequences for the company. The information available in the market is essential in avoiding this. For the manufacturer (for mass consumption), gathering information is challenging since there is no direct communication with the consumer. One way to collect information from the market can be through a sales agent where the product is present. This type of communication with consumers can be achieved if everyone in the sales chain is interested in cooperation. The communication that takes place in the sales chain with the manufacturer must adhere to certain principles for the sake of successful and accurate transfer of information. The information obtained from the market needs to be analysed within the company, whereby we compare the new information with the old one and thus draw conclusions about the accuracy of the information. Based on them, we can identify the market's needs, which gives us the

foundation for creating a production plan for the next period. This information is beneficial and facilitates the work of those involved in the supply and sales chain, as shown by the following:

Manufacturer: raw material planning, production planning, sales planning, transport planning, etc.

Wholesaler: procurement planning, warehouse organization, transport planning, etc.

Retailer: procurement planning, constant market presence, uniform product standard, etc.

All of the above make everyone in the production and sales chain feel satisfied and at the same time meet the consumers' needs.

MALI I SREDNJI BIZNIS I EVROPSKA UNIJA – MEĐUSOBNA ODREĐENJA

Azra Čatović

Departman za ekonomske nauke, Univerzitet u Novom Pazaru,
Novi Pazar, Srbija
a.catovic@uninp.edu.rs

Haris Zogić

Departman za ekonomske nauke, Univerzitet u Novom Pazaru,
Novi Pazar, Srbija
haris.zogic@uninp.edu.rs

Elma Kujović

Departman za ekonomske nauke, Univerzitet u Novom Pazaru,
Novi Pazar, Srbija
elma.kujovic@uninp.edu.rs

Apstrakt

O malom i srednjem biznisu u javnosti ima mnogo kontraverznih shvatanja. Prema izvjesnim tumačenjima, razvoj malog i srednjeg biznisa predstavlja veliku šansu za zemlje Zapadnog Balkana, da se u tom sektoru stvaralaštva, na ravnopravnim osnovama, uključe u privredne i društvene tokove ekonomski razvijenih zemalja Evropske unije. Prema drugim tumačenjima mali i srednji biznis su samo dopune velikom biznisu, i kao takvi, ukoliko se u zemlji ne razvija veliki biznis, šanse za intenzivniji razvoj malog i srednjeg biznisa su veoma ograničene. Također, saradnja sa privrednim subjektima u okviru Evropske unije igra veliku ulogu. Ovaj naučni rad pruža odgovor kakve su šanse za razvoj navedene kategorije biznisa.

Ključne riječi: mali i srednji biznis; Evropska unija; razvoj; digitalizacija; moderni pravci razvoja.

SMALL AND MEDIUM BUSINESS AND THE EUROPEAN UNION - MUTUAL DEFINITIONS

Abstract

There are many controversial public perceptions about small and medium business. According to some interpretations, the development of small and medium business (SME) represents a great chance for the countries of the Western Balkans to be included in the economic and social flows of economically developed European Union (EU) countries on an equal basis. According to other interpretations, SME business is only an addition to great business, and as such, if the great business does not develop in the country, the chances for more intensive development of SME businesses are very limited. Also, cooperation with economic entities within the EU is very significant. What are the chances for the development of this business? The answer is given in this scientific article.

Keywords: small and medium (SME); European Union (EU); development; digitalization; modern directions of development.

JEL codes: L26, N84

UVOD

Zadnje decenije 20-ogi prve dve decenije 21-og stoljeća prošle su u znaku političke i ekonomske afirmacije malog i srednjeg biznisa. Navedeno je posebno bilo izraženo u državama koje su nastale na području bivše Jugoslavije. Afirmacija malog i srednjeg biznisa nije se desila slučajno, već je bilo posljedica specifičnih okolnosti u kojima su se novonastale države našle u navedenom periodu.

Raspad Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije i fragmentacija njene teritorije na posebne male državice, što je sve, na nekim područjima bilo praćeno i ratom, imali su za posledicu da su se veliki privredni sistemi u oblasti poljoprivrede, industrije i drugih djelatnosti i grana privrede, urušili i da su - tehnološki i tržišno devastirani, postali plijen od naroda otuđenih centara moći. Tranzicioni kupci, prethodno privatizovanih socijalističkih preduzeća, u relativno malom broju odgovornog ponašanja, su se potrudili da privatizovana preduzeća programski, tehnološki i tržišno revitaliziraju i da sa njima nastave uspješan rad. Većina novih vlasnika se, nažalost nije ponašala na takav način (Matković, 2017).

Materijalna tehnička sredstva privatizovanih preduzeća (mašine i oprema) – ukoliko su sačuvala upotrebnu vrijednost, su obično dislocirana na druge poslovne lokacije, ili su reciklirana i prodana kao industrijski otpad. Objekti i zemljište privatizovanih preduzeća su najčešće namjenski preimenovani i promjenjeni, da bi se – po planovima novih vlasnika, potom koristili za druge namjene, koje sa ranijom djelatnošću preduzeća, obično nisu bile ni u kakvoj vezi. Poslije prestanka ratnih dejstava i stabilizacije političkih i privrednih prilika, trebalo je sve pokrenuti iznova i stvoriti privredu koja će moći da funkcioniše. Riječ je o funkcionisanju privrede u tržišnim uslovima poslovanja, u kojim uslovima država uglavnom povukla od intervencija u privredi, i pod uticajem inostranih centara političke i finansijske moći, zadržala je uglavnom fiskalnu (porezi i doprinosi) i neutralnu posmatračku ulogu (Matković, 2017).

Da bi bilo jasnije o čemu izlažemo ukazujemo na činjenicu da je cijeli proces ideološke i ekonomske transformacije privrede i društva, od strane države i domaćih političkih centara moći, bio simultano opredjeljen i usmjeravan, preko tri međusobno povezana tranziciona procesa. To su poznati procesi:

- privatizacija privrednih resursa,
- deetatizacija (deregulacije) državnih nadležnosti u domenu privredne regulative i
- korporatizacija i umanjenje socijalnih obaveza prema radnicima i drugim ranjivim kategorijama stanovništva.

1.1. Privatizacija privrednih resursa obuhvatila je, u prvom zamahu, najrentabilnija i najunosnija preduzeća, koja su i u novim tranzicionim uslovima privređivanja mogla, kao društvena preduzeća, uspješno da funkcionišu. Neka od navedenih preduzeća nastavila su i dalje uspješno da rade, ali, u novom svojinskom statusu i u poslovnom određenju, pod kontrolom novih vlasnika. Kao što smo već istakli, znatan broj novih vlasnika koji su otkupili, na neki način, bivša velika socijalistička preduzeća, nije mogao ili nije želio da revitalizira ranije poslovne funkcije, što je dovelo do toga da su se nekadašnja velika i uspješna preduzeća – bez adekvatne društvene i finansijske podrške, pretvorila u poslovne ruševine. Takvim načinom neukog ili neodgovornog

izvođenja svojinske i programske tranzicije, mnogi veliki i poznati privredni sistemi u zemlji su prestali da postoje (Bartlett and Monastiriotis, 2010).

1.2. Deetatizacija i deregulacija državnih nadležnosti u domenu privredne regulative, predstavljala je ideološku oznaku, a također i pravac državnog usmjerenja da se privredni subjekti u zemlji prepuste svojoj sudbini u uslovima oštre tržišne konkurencije. Velike državne banke (Investbanka, Jugobanka, Beogradska banka i druge nacionalne banke - koje su mogle da pruže finansijsku podršku domaćim preduzećima u periodu transformacije) su, zbog navodne nelikvidnosti, u istom periodu likvidirane. Državne granice su otvorene za uvoz jeftine inostrane robe – posebno kineske, pri čemu je iprestala svaka državna zaštita (porezi, carine, uvozne kvote i drugi instrumenti zaštite), koja je trebala da bude usmjerena na podršku domaćoj privredi (Bartlett and Monastiriotis, 2010).

1.3. Korporatizacija je u navedenim godinama, u prvoj deceniji novog 21-og stoljeća postala veoma popularna reč. Označavala je prenos privrednih i socijalnih nadležnosti, za koje je država do tada bila odgovorna, na korporacije tj. na privatna privredna preduzeća i na njihove vlasnike i top menadžere. Kasnijim donošenjem Zakona o radu, skoro sa istovetnom odredbama u svim državama, koje su nastale na području bivše Jugoslavije, korporatizacija je dodatno naglašena i ojačana, što je sa svoje strane takođe dodatno pogoršalo ekonomski i socijalni položaj zaposlenih radnika i njihovih porodica.

U cilju pravdanja očito neodgovornih i štetnih političkih i privrednih poteza tadašnjih državnih vlasti (što je posljedično dovelo da su mnogi radnici do tada više ili manje uspješnih socijalističkih privrednih organizacija bukvalno “izbačeni na ulicu”), isticala se preporuka da u razvoju privrede i društva treba pre svega krenuti sa afirmisanjem malog i srednjeg biznisa. Državni ideolozi – među kojima je bilo i mnogo, u javnosti uglednih, profesora univerziteta i naučnih radnika, isticali su podatke da većina zemalja tadašnje Evropske zajednice (a sada Evropske unije) vrlo uspješno privredno funkcioniše, upravo zahvaljujući malim i srednjim preduzećima. Isticalo se, a i danas se ističe, da su mala i srednja preduzeća u poslovnom ponašanju znatno fleksibilnija i prilagodljivija, u odnosu na velike i razvojno prevaziđene “poslovne dinosauruse”. Sve navedeno je povezivano i sa željom da se, u statusnom smislu, svaka od tako tretiranih balkanskih zemalja što pre približi Evropskoj uniji, odakle je redovno stizala odgovarajuća politička podrška i izvjesna finansijska pomoć. Osjećajući da je, zbog dosljednog izvođenja procesa deetatizacije i deregulacije, na globalnom društvenom nivou, nastupio određen vakum nastao kidanjem veza između države i privrede, početkom druge decenije ovog stoljeća intenzivirana je društvena aktivnost na osnivanju i opremanju mesnih, tj. gradskih i opštinskih kancelarija za lokalni ekonomski razvoj (KLER). Ove kancelarije su uglavnom dobile savjetodavnu razvojnu ulogu, pri čemu su posebno usmjeravane i da popularišu privredne potencijale i komparativne razvojne prednosti, sa kojima su njihove lokalne zajednice raspolagale. Iz razloga što je trend političke i prateće naučne misli bio usmjeren ka razvoju malog i srednjeg biznisa na svakom - resursno pogodnom mjestu, novoosnovane kancelarije za lokalni ekonomski razvoj, su prevashodno politički

usmjeravane da se primarno bave afirmisanjem i razvojem ovog biznisa (Matković, 2017).

Pored izvjesnih i nesumnjivih rezultata koje su neke od opštinskih ili gradskih kancelarija za lokalni ekonomski razvoj ostvarile u privlačenju domaćeg, a posebno stranog kapitala, kao i u podsticanju razvoja malog i srednjeg biznisa ostvarile, ukupan učinak njihovog rada ipak nije bio spektakularan. Ovo iz razloga jer su se u navedenim kancelarijama primarno zapošljavani odani partijski kadrovi iz uključenih opština ili gradova, kojima se pristojno radno mjesto nije moglo obezbjediti na drugi način i na drugoj strani. Stručnost, stvaralačke ambicije i elan novozaposlenih radnika, bili su često od drugorazrednog značaja, prilikom kadrovske popunjavanja ovih kancelarija. Iz navedenih i drugih razloga mali broj kancelarija za lokalni ekonomski razvoj je, također, i zbog neznanja stranih jezika novozaposlenih radnika, uspostavio i održavao uspješne poslovne veze sa privrednim i društvenim subjektima unutar pojedinih zemalja – članica Evropske unije. Najveći broj ovih veza je uspostavljan i održava se zahvaljujući vaninstitucionalnim kontaktima i komunikacijama, koje inventivni domaći preduzetnici sami uspostavljaju sa partnerima sa strane. A spisak ovih veza i komunikacija je dosta veliki i permanentno se proširuje. Navedeno otvara nadu da će razvoj malog i srednjeg biznisa u svim zemljama Zapadnog Balkana, koje nisu članice Evropske unije ipak – pre ili kasnije, doživjeti svoju renesansu.

SEKTORI SARADNJE MALOG I SREDNJEG BIZNISA SA PARTNERIMA IZ EU

Saradnja preduzetnika, koji se bave određenim poslovima iz domena malog i srednjeg biznisa – koji domencilno posluju u zemljama Zapadnog Balkana, sa partnerima čije se domencilno sjedište nalazi u nekoj od zemalja Evropske unije, permanentno se povećava i diverzifikuje. Gruba i kvalitativna podjela ove saradnje može se izvršiti prema tome da li je riječ o malom i srednjem biznisu tradicionalnih ili malom i srednjem biznisu modernih određenja. Razlika između ovih vrsta biznisa (tradicionalnog i savremenog) ogleda se u brojnim sadržinskim i kvalitativnim dimenzijama.

2.1. Tradicionalni mali i srednji biznis, lokalnih sredina, koji nalazi svoje mjesto u domenu međunarodne saradnje, koja se najvećim dijelom odvija sa poslovnim subjektima, čije je matično mjesto u nekoj od zemalja Evropske unije, ostvaruje se primarnou klasičnim oblastima poljoprivrede, rudarstva, šumarstva i drugim oblastima primarnog (pribavljajućeg, proizvodnog) sektora. Donekle, također, i u oblastima sekundarnog, prije svega industrijskog (preradnog) sektora. Šema za obavljanje ovog biznisa je već vijekovima uspostavljena i klasičnog je karaktera. Ekonomski i tehnološki nerazvijena zemlja pruža stranim partnerima, iz ekonomski i tehnološki superiornih zemalja, sirove (neprerađene) poljoprivredne proizvode, šumsku građu, obrađenu rudu i druge proizvode primarnog sektora. Znatan dio navedenih proizvodnih aktivnosti, naročito u oblasti poljoprivrede i šumarstva, obavlja se u organizaciji malih zemljoradničkih gazdinstava. Putem organizovanog sistema otkupa poljoprivredni i drugi proizvodi se preuzimaju, sortiraju i potom distribuiraju

kupcima u inostranstvu. Stepen tehnološke obrade ovako pribavljenih sirovina i reprodukcioni materijala, po pravilu je vrlo nizak. Kreće se u obimu i sadržaju, koji će omogućiti da se ovi proizvodi u pogodnom obliku sakupe od proizvođača i da se potom – u pogodnom transportnom i uopšteloški smislu, mogu prevoziti do odredišta, koje su inostrani partneri-kupci odredili kao svoje prijemne destinacije. Detaljnija i glavna, i u osnovi najčešće finalna obrada navedenih sirovina i reprodukcioni materijala, predstavlja tehnološki višu fazu prerade. I kao što je iz ekonomije spoljne trgovine dobro poznato, svaka tehnološki viša faza finalne prerade, donosivlasnicima veći profit, a zaposlenim radnicima u tim zemljama veće plate i druge lične prinadležnosti. Treba ukazati i na činjenicu da su se na izvjesnim područjima zemalja Zapadnog Balkana stvorili izvesni proizvodni punktovi iz domena malog i srednjeg biznisa, u kojima se – uz više ili manje teškoća, u sopstvenoj režiji, obavlja i određena finalna proizvodnja industrijskih proizvoda. Riječ je uglavnom o proizvodnji odjeće i obuće, koja se uz izvjesne tehnološkemodernizacije obavlja na tradicionalne načine. U ovoj vrsti proizvodnje posebno je poznat novopazarski kraj, čiji se tekstilni proizvodi i proizvodi od kože, prodaju širom zemlje, a također i u inostranstvu. U mestu Zlakusa pored Užica usavršena je proizvodnja različitog posuđa koje se, prema drevnim i takođe donekle usavršenim tehnologijama, proizvodi od gline. Takvih primjera ima još, ali su oni u osnovi nažalost ipak sporadični.

Situacija, sa finalizacijom industrijskih proizvoda, koja se u ekonomski i tehnološkim razvijenim zemljama Evropske unije, obavlja sa sirovinama i reprodukcioni materijalima uvezenim sa ekonomski i tehnološki inferiornih prostora Evrope i svijeta, zadnjih decenija se, i u ovom domenu, sve brže mijenja. Brojna preduzeća, koja se bave finalizacijom proizvodnih postupaka - iz tehnološki i ekonomski razvijenih zemalja Evrope, dislociraju sve više svoje preradne pogone u manje razvijene zemlje svijeta, gdje su najamnine i drugi troškovi proizvodnje znatno niži. Također, u tim zemljama uvoznicama tehnologije i investicionog kapitala su i propisi o zaštiti životne sredine takođe znatno labaviji, nego u matičnim zemljama izvoznicama tih resursa. Stvara se pritom situacijada u privredno inferiornim zemljama uvoznicama kapitala i tehnologije, pored velikih inostranih preduzeća, koja se bave finalizacijom, odnosno masovnom proizvodnjom određenih dobara često - pored njih, uspješno posluju i pojedina brojna mala i srednja preduzeća – koja su “tehnološki pratioci” prethodnih. Mala i srednja preduzeća pritom se najčešće bave raznim servisnim i drugim uslužnim biznisima za potrebe velikih preduzeća, a također i društvenih organizacija i građana na domincilnim područjima na kojima su registrovana i na kojima posluju. Broj ovih malih i srednjih preduzeća, kao i finansijski uspjeh u njihovom poslovanju veoma zavisi od veličine biznisa i oplodnje kapitala velikih inostranih preduzeća, koja posluju na njihovom području, koja inače zapošljavaju najviše radnika, i kojima se – ukoliko se biznis odvija uspješno, isplaćuju zaslužene prinadležnosti. Upravo ove prinadležnosti sa naplaćenim porezom, predstavljaju inicijalnu (polaznu) platežno izraženu tražnju, koja po prirodnom toku stvari, u normalnim tržišnim uslovima privređivanja, generira i određenu tržišnu ponudu roba i usluga, koje kupcima nude domincilna mala i srednja preduzeća. Opšte je poznato da je u ekonomiji sve povezano. Po navedenoj osnovi, uspostavlja se i održava određena relacijska veza između malog i srednjeg biznisa i u zemljama, koje

se nalaze u procesu vlasničke i programske transformacije, na području Zapadnog Balkana sa velikim privrednim sistemima iz Evropske unije (Bartlett and Monastiriotis, 2010).

Da bi privukli inostrane investitore da ulažu svoj kapital na njihovom području, mnoge lokalne mesne samouprave, zainteresovanim ulagačima pružaju izuzetno povoljne uslove poslovanja. U tom privlačenju maksimalno se uključuje i država, koja inostranim ulagačima daje i izdašne donacije za svako novootvoreno radno mjesto. Navedeno se radi na osnovu saznanja da će svaki unosan veliki biznis, po tzv. “sistemu privrednih multiplikatora” (sistemu privrednog umnožavanja), po prirodnom toku stvari, intenzivirati sveukupne privredne i društvene aktivnosti, čime će se otvoriti i prostori za umnožavanje i napredak i malog i srednjeg lokalnog biznisa (Elfić, 2011).

2.2. Mali i srednji biznis modernih određenja: mahom se vezuje za rastući naučno tehnički progres i za obavljanje tzv. “digitalnog biznisa”, koji se osmišljava i u praksi implementira - u različitim domenima, i na različite načine. U pitanju je prije svega biznis vezan za kompjuterizaciju i robotizaciju poslovnih procesa. Ostvaruje se naglašeno u sektoru kreacije kompjuterskih programa (softvera), u cilju dobijanja digitalizovanih inovativnih rješenja, a, također, i za brže i lakše obavljanje brojnih poslova u tradicionalnim granama privrednog i društvenog stvaralaštva. Mali i srednji biznis modernih određenja naglašeno se takođe obavlja i u oblasti informatike i komuniciranja čime postaje stvaralac brojnih inovativnih rješenja i poslovnih procesa također i u oblasti tzv. “kreativnih industrija”. Riječ je o industrijama u kojima upravo posluju brojna mala i srednja preduzeća sa neuobičajenim i interesantnim programima poslovanja. Inače “kreativne industrije” u određenim sektorima kreativnog stvaralaštva i na određen način, povezuju izvesne oblasti umjetničkog stvaralaštva sa izvjesnim oblastima tradicionalnih privrednih sektora poslovanja. Unavedenoj simbiozi umjetnosti i klasične privrede, kreiraju se i kupcima nude potpuno novi tržišni proizvodi, što dovodi i do stvaranja tzv. novih “industrija”, kao što su: “industrije kompjuterskih programa”, “medijske industrije”, “industrije igrica”, “industrije digitalnih spektakla”, i uopšte raznolike “industrije zabave”, i druge “industrije” sličnih inovativnih određenja. Izvozom produkata ovih “industrija” ekonomski i tehnološki najrazvijenije zemlje ostvaruju izuzetno uspješne poslovne rezultate (Hartley, 2014).

Ono što je bitno i što karakteriše biznis u modernim oblastima inovativnog stvaralaštva je činjenica da se najveći i najunosniji rezultati iz navedenih domena ostvaruje upravo u organizacijama malog i srednjeg biznisa. Očito je da su menadžment i unutrašnja organizacija poslovanja, a također i poslovna kultura i poslovna klima malih i srednjih firmi, pogodno stvaralačko određenje koje stimuliše otkrića u brojnim poslovnim sektorima inovativnog i uopšte kreativnog stvaralaštva. Poslovni ambijent malih i srednjih preduzeća nije zasnovan na nekoj strogoj statusnoj hijerarhiji nadležnosti, što je odlika velikih i glomaznih privrednih sistema. Poslovne veze koje se uspostavljaju između subjekata poslovanja, unutar malih i srednjih preduzeća su fleksibilne i samo donekle formalizovane, jer je i broj neposrednih učesnika (kreatora) stvaralačkih procesa, u ovim i ovakvim preduzećima, po pravilu mali.

Ono što naročito karakteriše mali i srednji biznis u oblasti inovativnih tehnologija, to je i činjenica da navedena preduzeća nisu rigidno programski usmjerena. Ova preduzeća ne obavljaju svoje poslove, po dugoročno fiksiranim i etabliranim (kontinuelnim) procesima rada, već ih obavljaju po projektnom sistemu promjenljive i fleksibilne organizacije. Drugim riječima navedena preduzeća, prema potrebama i prema zahtjevima svojih klijenata-naručilaca, a svakako i prema svojim profesionalnim opredjeljenjima, lako prelaze sa jednog na drugi posao, sa jednog modela organizacije na drugi, pri čemu se preuzeti poslovi - po sadržaju i načinu izvođenja, mogu i drastično razlikovati. Ne treba posebno isticati činjenicu da su stopa oplođnje kapitala, profiti i zarade u malim i srednjim preduzećima inovativnih (čitaj: najčešće digitalnih) određenja – u odnosu na uloženi kapital i uloženi rad, znatno veći, nego što je to slučaj sa finansijskim efektima poslovanja u preduzećima tradicionalne privrede.

Bazični kapital sa kojim raspolažui sa kojim sa više ili manje umješnosti posluju, menadžeri kod malih i srednjih preduzeća inovativnih određenja, je ljudski um. Ostali kapital materijalnog i finansijskog određenja, po pravilu je, s obzirom na obim i vrijednost poslova koje obavljaju, veoma mali. Navedeno ova preduzeća također diferencira i razlikuje od preduzeća klasične industrije. Pored toga, čini ih ravnopravnim u konkurentskom nadmetanju sa malim i srednjim preduzećima čija su sjedišta u nekim od zemalja Evropske Unije (Hartley, 2014).

DRUŠTVENA PODRŠKA RAZVOJU MALOG I SREDNJEG BIZNISA

Sagledavajući ulogu i značaj malih i srednjih preduzeća inovativnih određenja, vlade mnogih zemalja ulažu napore da ova preduzeća i “kreativne industrije” koje ih prate, određenim usmjerenim mjerama državne politike umnože i da ih dignu na što veći tehnološki i produkcionni nivo. U navedenom smislu u državama navedenih određenja donose se odgovarajući propisi i preduzimaju se setovi (snopovi) različitih stimulatvinih mjera, čiji je cilj da se navedena oblast privrednog i društvenog stvaralaštva što više razvojno stimuliše i osposobi za unosno, prije svega međunarodno privređivanje. Mjere koje se pritom preduzimaju veoma su različitih određenja:

3.1. Mjere fiskalnog karaktera tiču se davanja određenih poreskih, dažbinskih i drugih olakšica novoosnovanim preduzećima koja se na digitalnim, i drugim inovativnim osnovama bave malim i srednjim biznisom. Cilj ovih mjera jeste da se stimulišu mladi i posebno školovani ljudi da ne napuštaju svoju zemlju, već da svoje stvaralačke ideje i ambiciozne planove realizuju u zemlji.

3.2. Mjere monetarno-kreditnog karaktera usmjerene su ka tome da se vlasnicima malih i srednjih preduzeća, koja su inovativnog tehnološkog karaktera, obezbijede povoljniji uslovi kreditiranja njihovih poslova i projekata. Navedeno se posebno odnosi na novoosnovana preduzeća iz navedenih tehnoloških i poslovnih opusa poslovanja.

3.3. Mjere zemljišno-urbanističkog (lokacijskog) karaktera realizuju se preko ciljno usmjerenih i usvojenih urbanističkih i drugih prostornih planova i projekata. Na osnovu ovih planova i specijalno opredjeljenih urbanističkih projekata, obezbjeđuju se pod povoljnim uslovima - posebno novoosnovanim malim i srednjim preduzećima, koja se bave digitalnim i sličnim biznisom, povoljne i privlačne lokacije za obavljanje njihovih poslova.

3.4. Mjere edukativnog tipa, izvode se putem različitih edukativnih centara osposobljenih za obuku mladih preduzetnika, koji žele da se bave malim i srednjim biznisom. Formiranje ovih centarapredstavlja poseban vid društvenih podsticaja usmjerenih na podršku malom i srednjem biznisu. Riječ je, prije svega o biznisima koji su i odgovarajućih inovativnih određenja.

Kao edukativni inovacioni punktovi, čije osnivanje i razvoj država neposredno podstiče i usmjerava, ističu serazličiti inkubacioni centri, odgovarajući naučno-tehnološki parkovi i drugi punktovi kolektivnog usmjeravanja i obrazovanja mladih i kvalifikovanih osoba. Prije svega onih koji su opredjeljeni za poslove tehnološkog preduzetništva.

U cilju kvalitetne edukacije zaključuju se i odgovarajući međudržavni sporazumi putem kojih se traži i dobija finansijska, konsultativna i druga pomoć od fondova i od naučno-tehnoloških institucija iz inostranstva, koji su se već afirmisali u podsticaju modernog razvoja malog i srednjeg biznisa. Tako na primjer u toku decembra 2019. godine zaključen je sporazum između vlada Republike Srbije i Švajcarske Konfederacije, na osnovu koga je Vlada Švajcarske Konfederacije izdvojila 3,75 miliona švajcarskih franaka za širenje mreže naučno-tehnoloških parkova u Republici Srbiji.

U mjere edukativnog tipa ubrajaju se i tehnološke inovacije u oblasti osnovnog i srednjeg obrazovanja, gdje se kao jedna od mjera, u nastavne planove i programe uvode i moderni informatički predmeti zasnovani na digitalizovanim procesima izvođenja nastavnih aktivnosti. U skladu sa tim vrši se i odgovarajuća obuka nastavnog kadra koji se priprema za izvođenje navedene nastave na višem informatičkom nivou. Na taj način, već u školskom uzrastu, pripremaju se kadrovi da se bave inovativnim biznisom digitalnog karaktera i u malim i srednjim preduzećima. Već stečena iskustva i u zemljama koje su nastale na području bivše Jugoslavije, ukazuju da su produktivnost, profitabilnost i prosperitetnost inovativnih i digitalizovanih malih i srednjih firmi, koje posluju sa zemljama Evropske unije, a, također, i uopšte, natprosečno veća u odnosu na preduzeća koja svoj biznisostvaruju na tradicionalnim tehnološkim i poslovnim osnovama.

MODELI ORGANIZACIJE INOVATIVNIH MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA

Sistem menadžmenta i organizacije velikih i malih preduzeća koja posluju po modelu koji je konstituisan u periodu industrijskog razvoja ljudskog društva, zasniva se na hijerarhijskoj subordinaciji i vertikalnoj nadređenosti i podređenosti zaposlenih

radnika i menadžera. Prema ovom modelu poslovni i radni nalozi idu vertikalno odozgo na dole, a izvještaji o izvršenim zadacima i obavljenom poslu odozdo na gore. S obzirom na hijerarhijski utvrđen položaj svih učesnika u procesu poslovanja, smatralo se da su oni menadžeri, koji se nalaze na višoj hijerarhijskoj lestvici statusno odgovorniji, pa time i obrazovaniji i pametniji, u odnosu na menadžere nižih nivoa i izvršne radnike koji se u odnosu na njih, nalaze na nižim nivoima uspostavljene i strogo strukturirane hijerarhijske ljestvice. Takav nivo statusne subordinacije postoji i danas u preduzećima klasične industrijske organizacije. Naziva se još i armijskim modelom menadžmenta, pošto su sve armije svijeta organizovane po navedenom modelu upravljanja.

Novo doba (New Age), koje se još naziva i post-industrijsko doba, donosi u domenu poslovne organizacije inovativnih preduzeća velike promjene. Navedene promjene posebno se ispoljavaju u poslovanju malih i srednjih preduzeća čiji se biznis također odvija na inovativnim i kreativnim osnovama. Promjene navedenog tipa izražavaju se prije svega u tome u kojim pravcima cirkulišu informaciona uputstva i u kojim pravcima se daju radni nalozi, kao i izvještaji o obavljenim zadacima. Slobodno izraženo, u malim i srednjim preduzećima, koja posluju na digitalnim i modernim osnovama, nema trajno fiksirane i stroge statusne hijerarhije, jer se svim nosiocima poslovnih, a posebno razvojnih aktivnosti daje ravnopravan tretman. Navedeno ukazuje na činjenicu da se i radni nalozi i poslovne informacije, koji ih prate - zavisno od vrste posla i projekta, koji je predmet tekućeg poslovnog angažmana, kreću u svim pravcima: odozgo na dole, odozdo na gore, horizontalno, dijagonalno i u drugim smjerovima. Pošto u malim i srednjim preduzećima inovativnih poslovnih određenja, glavni stvaraoci novih vrijednosti nisu mašine i ešaloni brojnih precizno usmjeravanih i strogo kontrolisanih izvršnih radnika, već su to inovativni pojedinci ili manje grupe (timovi) talentovanih radnika - koji ravnopravno saraduju sa drugim, sebi sličnim pojedincima i radnim timovima, to je i logično da su i poslovni odnosi između njih i vlasnika biznisa odnosno top menadžera, uglavnom zasnovani na ravnopravnim osnovama. Činjenica je da izuzetno inovativni i talentovani pojedinci, naročito u malim i srednjim firmama, ne trpe iznad sebe neku birokratsku stegu i formalizovanu kontrolu, i nerado rade u preduzećima koja strogo određuju i kontrolišu njihov stvaralački zanos i operativni rad (Kotterand Heskett 2016).

Pošto je danas u civilizaciji post-industrijskog društva, inovativan i talentovan ljudski um najvrijedniji i najunosniji kapital, jasno je zbog čega inovativna mala i srednja preduzeća koja, sa područja bivše Jugoslavije, uspješno posluju sa zemljama Evropske unije, ostvaruju per capita (po glavi zaposlenog radnika), u odnosu na preduzeća tradicionalne privrede, najveće i najunosnije poslovne i najuspješnije finansijske efekte. Upravo ova preduzeća treba društveno akcentovano podržati u njihovom radu i daljem razvoju.

ZAKLJUČAK

Nesporna je činjenica da se svijet i privreda u njemu zadnjih decenija izuzetno i ubrzano mijenjaju. Umjesto velikih industrijskih i drugih privrednih preduzeća, koja su bila nosioci prve, druge i treće industrijske revolucije, zasnovanih na korišćenju

uglja, nafte, a potom i na korišćenju električne i nuklearne energije, svjetskom privrednom i društvenom scenom se stvaraju i konstituišu oblici potpuno nove i drugačije - četvrte industrijske revolucije. Četvrta industrijska revolucija bazira se na tehnološkom i drugom pratećim znanjima, i na modelima privređivanja, koji su sve manje manuelnog, a sve više umnog i digitalnog karaktera.

U "Novom dobu" koje se ubrzano stvara, čak i velika preduzeća, koja proizvode ogromne količine robe, zapošljavaju sve manje radnika. Umjesto ljudi rade kompjuteri, roboti i druge tzv. "pametne mašine". Kreatori kompjuterskih programa većine tih "mašina" su mala i srednja preduzeća, koja se bave inovativnim projektovanjem. Riječ je o kreiranju sve složenijih procesnih postrojenja i sve "pametnijih" mašina ili mašinskih postupaka.

Mala i srednja preduzeća iz zemalja koje su nastale na području bivše Jugoslavije, i koja poslovno saraduju sa zemljama Evropske unije i drugim zemljama u razvijenom svijetu, najbolje uslove za uspjeh očito imaju ukoliko se bave inovativnim tehnologijama. To je za sada bazični činilac finansijskog i uopšte poslovnog uspjeha, već nesporno dokazan u realnoj praksi.

BIBLIOGRAFIJA

1. Hartley, J. (2014) Creative Industries. Blackwell Publishing LTD, Oxford.
2. Garwin, D., Hope, J., and Hope, T. (2015) Competing in the Third Wave – The Ten Key Management Issues of the Information Age. Harvard Business School Press, Boston, USA.
3. Kotter John P. and Heskett Jones L. (2016) Corporate Culture and Performance. The Free Press, New York, NY.
4. Matković, G. (2017) Država blagostanja u zemljama Zapadnog Balkana. Centar za socijalnu politiku.
5. Bartlett, W. and Monastiriotis, V. (2010) South Eastern Europe after the economic crisis: a new dawn or back to business as usual? The London School of Economics and Political Science.
6. Elfić, E. (2011) Role of the entrepreneurship in the development of sme-s, Conference proceedings: Small and Medium Enterprises- Possibilities and Perspectives. SMEPP ISBN 978-86-84389-26-0 International University of Novi Pazar, Novi Pazar, pp. 779-788.

RESUME

It is an indisputable fact that the world and the economy have been changing extremely and rapidly in recent decades. Instead of large industrial and other economic enterprises, which were the bearers of the first, second and third industrial revolution, based on the coal and oil, and later on the electricity and nuclear energy, the world economic and social scene is creating and constituting forms of completely new and otherwise - the fourth industrial revolution. The fourth industrial revolution is based on technological and other accompanying knowledge, and on business models, which are less and less manual, and more and more intelligent and digital. In the "New Age", even large companies, which produce huge quantities of goods, employ fewer

workers. Instead of people, computers, robots and other so-called "Smart machines". The creators of the computer programs of most of these "machines" are small and medium enterprises, which are engaged in innovative design. It refers to creation of more complex process plants and increasingly "smarter" machines or machine procedures. SMEs from the former Yugoslavian countries and which cooperate in business with the countries of the European Union and other countries in the developed world, obviously have the best conditions for success if they deal with innovative technologies. For now, this is a basic factor of financial and business success in general, already indisputably proven in real practice.

KONCEPT ENGLESKOG JEZIKA STRUKE

Jelena Rajović

Akademija strukovnih studijakosovsko-metohijska,
Leposavić, Srbija
gvozdena2001@yahoo.com

Marija Vuković

Fakultet za saobraćaj, komunikacije i logistiku Budva,
Budva, Crna Gora
marivukov@gmail.com

Jelena Lekić

Univerzitet u Novom Pazaru,
Novi Pazar, Srbija
jelenaklekc@gmail.com

Apstrakt

Engleski jezik struke kao osnovno sredstvo inernacionalne poslovne komunikacije, predmet je interesovanja lingvista još od šezdesetih godina prošlog veka. Ovako duga tradicija zavređuje pažnju, posebno ako imamo u vidu činjenicu da se engleski jezik struke dugo proučavao u kontekstu opšteg engleskog jezika. Cilj ovog rada je da se ukaže na važnost engleskog jezika struke, posebno danas u 21. veku kada razvoj nauke i tehnologije dostiže svoj vrhunac. U radu je prikazan koncept engleskog jezika struke koji obuhvata glavne osobine engleskog jezika, teorije i kontekste u kojima se koristi.

Ključne reči: engleski jezik struke, opšti engleski jezik, koncept, definicija.

THE CONCEPT OF THE ENGLISH LANGUAGE FOR SPECIFIC PURPOSES (ESP)

Abstract

The English language of profession, as the basic means of international business communication, has been the subject of interest of linguists since the 1960s. Such a long tradition deserves attention, especially if we keep in mind the fact that the English language of profession has long been studied in the context of general English. The aim of this paper is to point out the importance of the English language of profession, especially today in the 21st century when the development of science and technology reaches its peak. The paper presents the concept of the English language of the profession, which includes the main features of the English language, theories and contexts in which it is used.

Keywords: English language of profession, general English language, concept, definition.

JEL codes: Z13

UVOD

Period koji je usledio posle Drugog svetskog rata doneo je promene ne samo na ekonomskom, političkom i društvenom planu, već je uticao na promenu svesti ljudi o važnosti komunikacije i razmeni ideja. Razumevanje kretanja na svetskoj ekonomskoj sceni bilo je ključno za razvoj jedne države, a poznavanje stranog jezika otvorio nove perspektive za mobilnost i saradnju na svim poljima ljudske delatnosti. Engleski jezik je preuzeo primat nad svim ostalim jezicima i postao *lingua franca* međunarodne komunikacije (Lukač-Zoranić, 2013). Činjenica da je većina tehničko-tehnoloških inovacija dolazilo iz zemalja engleskog govornog područja uslovlila je ovakav status engleskog jezika, a samim tim i povećala interesovanja ljudi da ga uče i usavršavaju. Mnoge evropske i svetske zemlje prepoznale su značaj engleskog jezika i u cilju održanja kontinuiteta i osiguranja kvaliteta, uključile su ga u nastavni plan i program svih nivoa obrazovanja.

Potreba da se ostvari kvalitetna komunikacija na poljima koja uključuju ljudske delatnosti, bez obzira na domen kome pripadaju, dovela je i do izdvajanja posebnog oblika engleskog jezika iz koncepta opšteg engleskog jezika, poznatog kao engleski jezik struke (EJS) (English for specific purposes). Dugo godina je engleski jezik struke izučavan u svetlu opšteg engleskog jezika. Međutim, kako svaka struka ima sebi svojstven kontekst i način na koji iskazuje svoje ideje, logično je da će imati i medijum kroz koji će te ideje i realizovati, a to je upravo jezik struke. Do ove promene došlo je šezdesetih godina prošlog veka, perioda kada je počeo napredak i razvoj engleskog jezika struke, čija uloga ni u 21. veku rapidnog razvoja nauke i tehnologije postaje još značajnija (Williams, 2014).

Osnovni cilj engleskog jezika struke je da onima koji ga uče pomogne u komunikaciji u nastavi gde se ovakav vid jezika izučava, odnosno na radnom mestu gde se ogleda njegova praktična primena (Widodo, 2016). Povećana migracija radnika iz jedne zemlje u drugu, unapređenje prvenstveno ekonomskih ali i političkih odnosa zemalja, želja da se prate trendovi u razvoju nauke i tehnologije, samo su neki od razloga koji ukazuju na potrebu postojanja engleskog jezika struke kao takvog.

Cilj ovog rada je da ukaže na važnost engleskog jezika struke na globalnom nivou, na teorije koje ga definišu, koncept koji pokriva i osobine koje ga izdvajaju iz oblasti opšteg engleskog jezika.

ISTORIJSKI RAZVOJ ENGLESKOG JEZIKA STRUKE

Jezik struke kao poseban koncept nastave jezika datira još iz perioda grčkog i rimskog carstva, kao potreba da se ostvari komunikacija među nosiocima istih delatnosti (Dudley-Evans and ST Johns, 1998:1). Engleski jezik struke počinje da se razvija u periodu posle Drugog svetskog rata, ne kao planirani i koherentan pokret već kao reakcija na rastuće potrebe industrije, privrede, i sličnih delatnosti (Hutchinson and Waters 1987: 6). Generalno, mogu se definisati tri razloga pojave EJS: stvaranje Novog sveta, revolucija u lingvistici i nastava orijentisana na učenika. Novi svet nastao nakon Drugog svetskog rata odnosi se na rapidan porast svih ljudskih aktivnosti u domenu nauke, ekonomije i tehnologije, što je uslovlilo potrebu za

jezikom koji će postati sredstvo međunarodne komunikacije. Engleski jezik je preuzeo primat nad ostalim jezicima usled činjenice da su inovacije uglavnom dolazile iz zemalja engleskog govornog područja. Ovakav sled događaja doveo je do stvaranja nove generacije učenika koji su znali pravi razlog zbog kojeg su želeli da uče jezik, bilo da se radi o popunjavanju obrazaca za isporuku robe ili o razumevanju naučnih dostignuća koja su prezentovana upravo na engleskom jeziku.

Shvatajući vrednost pojave novih kretanja na polju lingvistike koje su podrazumevale engleski jezik struke, lingvisti su počeli da posvećuju svoja istraživanja pitanju upotrebe jezika u stvarnim situacijama. Ovo je prvenstveno podrazumevalo situacije koje su se odnosile na aktivnosti vezane za ljudske delatnosti, a koje su zahtevale upotrebu engleskog jezika. Engleski jezik koji je bio sredstvo komunikacije inženjera, ekonomista, pilota, doktora mogao se definisati analizom lingvističkih osobina koje su odražavale jezik koji su koristili na radu ili na studijama. Ovakav pristup doveo je i do promena koncepta nastave engleskog jezika na globalnom nivou, pri čemu se nastava engleskog jezika struke usmerava na unapređenje komunikacije učenika za realizovanje njihovih potreba u domenu rada ili nastave (Widodo 2016).

Promene u svetu uslovile su i promene u nastavi engleskog jezika, posebno uključivanjem engleskog jezika struke u nastavu kako u srednjim stručnim školama tako i na fakultetima. Nastava EJS odnosi se na realizaciju nastavnih aktivnosti iz domena jezika radi ispunjenja posebnih jezičkih potreba onih koji uče engleski jezik. Dakle, jezičke potrebe učenika kao glavni cilj nastave engleskog jezika uslovile su nastanak metodološkog pristupa koji je usmeren na učenike. Do tada, tradicionalni vid nastave jezika bio je fokusiran na učenje gramatičkih pravila u upotrebi jezika, međutim, pojava koncepta EJS ne samo da je postavila novi cilj nastave već je i dovela do reorganizacije kompletnog nastavnog procesa, u smislu uvođenja novih nastavnih i metodoloških koncepata a sve u skladu sa kontekstom date struke.

U ovom kontekstu, spomenimo i stavove Kenedi i Balito (Kennedy & Balitho, 1984) koji smatraju da se faktori nastanka engleskog jezika struke mogu pripisati i trenutku kada su strani jezici uključeni u državne obrazovne programme, što se posebno odnosi na engleski jezik, kao i porast mobilnosti radnika i lakšeg korišćenja naučno-tehničke literature pisane na engleskom jeziku.

ENGLESKI JEZIK STRUKE I OPŠTI ENGLESKI JEZIK

U prethodnim razmatranjima istakli smo da se engleski jezik struke dugo godina proučavao kroz koncepte opšteg engleskog jezika. Kada su lingvistički krugovi uočili važnost EJS, istraživanja su krenula u smeru ispitivanja konkretnih osobina koje EJS izdvajaju iz koncepta opšteg engleskog jezika. Međutim, i na ovom polju došlo je do sukobljavanja mišljenja i stavova u pogledu sličnosti i razlike engleskog jezika struke i opšteg engleskog jezika.

Jezik struke odlikuje se nizom specifičnih odlika koji ga odvajaju od opšteg jezika, pri čemu svaki moderan jezik sadži stručne jezike ali ne kao samostalne koncepte ili samostalne jezike, već kao poseban upotrebnii varijeteti datog jezika sa zajedničkim jezgrom kojeg čini opšti jezik (Bugarski, 1988:20-21).

Vidovson (Widdowson, 1983:6) smatra da se ova dva koncepta bitno razlikuju, pri čemu EJS isključivo služi za konkretnu obuku i ograničen je na određene kompetencije dok nastava opšteg engleskog jezika ima edukativnu funkciju čiji je cilj razvoj opštih kompetencija. Po njegovom mišljenju, osnovne osobine opšteg engleskog jezika ogledaju se u njegovoj fokusiranosti na edukaciju, činjenicu da je nemoguće predvideti buduće potrebe učenika što čini sadržaj nastave težim što uslovljava da sadržaj nastavnog plana i programa opšteg engleskog jezika ima veću težnu. Sa druge strane, ono što odlikuje nastavu EJS je fokus na obuku, engleski jezik koji će se koristiti u posebnom kontekstu struke, lakši odabir nastavnog materijala, sadržaj nastavnog plana i programa koji mora biti u skladu sa kontekstom struke i sticanje ograničenih kompetencija u nastavi.

Sličnog su stava i Hačison i Voters (Hutchinson & Waters, 1987) koji smatraju da se dva koncepta teorijski ne razlikuju ali da razlike postoje u praksi. EJS ne predstavlja posebnu vrstu jezika niti podrazumeva posebnu nastavnu metodologiju kao ni primenu posebnog nastavnog materijala.

Basturkmen (2006:18) u kontekstu EJS vidi jezik koji se uči samo da bi se naučio niti zarad sticanja opšteg obrazovanja, već da bi utabao put ka boljoj jezičkoj kompetenciji u akademskom, profesionalnom i radnom okruženju. Nastava opšteg engleskog jezika, po njenom mišljenju (ibid:9) kreće se od određene do neodređene tačke, dok EJS usmerava učenje jezika na poznato odredište u cilju postizanja određenih ciljeva.

Engleski jezik struke namenjen je zadovoljenju jezičkih potreba učenika u pogledu upotrebe jezika za potrebe struke i neraskidivi je deo stvarnog sveta učenika, odnosno, sastavni je deo stručnih tema koje su važne učenicima. „Osnovni cilj engleskog jezika struke jeste da omogući da učenici podjednako dobro funkcionišu kako na radnom mestu tako i na fakultetu, gde će im engleski jezik služiti kao medijum za komunikaciju“ (Widodo, 2016). Karakteristika koja pravi razliku između engleskog jezika struke i opšteg engleskog jezika jeste i stručna terminologija. Posebna terminologija se koristi u određenim uslovima i kontekstu uslovljenom grupom ljudi koja pripada datoj profesiji. Učenici koji su dobro „potkovani“ znanjem iz opšteg engleskog jezika, posebno u pogledu fonda reči, ne moraju nužno da poznaju i specifičan vokabular koji dato polje struke koristi (Cigan & Kordić, 2013).

OSOBENOSTI ENGLESKOG JEZIKA STRUKE

Nastava engleskog jezika struke određena je prvenstveno potrebama učenika u pogledu upotrebe engleskog jezika. Prema tome, nastava EJS obuhvata posebne nastavne programe koji su namenjeni za razvoj komunikativne upotrebe engleskog jezika u kontekstu date struke. Engleski jezik struke poseduje niz osobina na osnovu kojih se i izdvaja kao poseban koncept, a koje su različito definisane u lingvističkim krugovima koji se bave ovom problematikom.

Upotreba autentičnih materijala, usmerenost na namenu i usmerenost na učenika tri su ključne osobine koje navodi Karver (Carver, 1983). Autentični nastavni materijal održava simulirane ili stvarne situacije na osnovu kojih učenici uče jezika, a upotreba jezika u realnom svetu je autentična. Usmerenost ka nameni ukazuje na važnost

konteksta i nastavnog procesa čiji sadržaji usmeravaju učenike da koriste jezik u stvarnim, autentičnim situacijama u skladu sa njihovim potrebama. Usmerenost na učenika oslikava kontekst u kojem je učenik u stvari korisnik, to jest, koji će engleski jezik koristiti u stvarnom svetu za potrebe struke.

Dadli-Evans i St. Džon (Dudley, Evans & St. John, 1998: 4) razlikuju dve glavne osobine EJS- apsolutne i promenljive. Apsolutne osobine obuhvataju: a) Engleski jezik struke definisan je tako da ispuni posebne potrebe učenika; b) EJS koristi metodologiju i aktivnosti discipline kojom se bavi; c) EJS je fokusiran na gramatiku, leksiku, rečnik, veštine, diskurs i žanr koji su prikladni ovim aktivnostima. Promenljive osobine su: a) engleski jezik struke može biti kreiran za posebne discipline; b) u posebnim situacijama nastave jezika, engleski jezik struke može koristiti metodologiju drugačiju od one koja se koristi u nastavi opšteg engleskog jezika; c) engleski jezik struke je najčešće namenjen odraslim učenicima, bilo onima koji pohađaju visokoškolsko obrazovanje ili onima kojima je neophodan u profesionalnom radu. Isto tako, može biti kreiran i za potrebe učenika srednjih škola; d) engleski jezik struke u većini slučajeva namenjen je za učenike srednjeg ili naprednog nivoa znanja jezika. Nastava engleskog jezika struke u većini slučajeva podrazumeva da su učenici upoznati sa osnovama jezičkog sistema, ali se može koristiti i sa onima koji se po prvi put susreću sa njim.

Bugarski (1988:20) jezik struke smatra varijetatom jenog jezika kao specifičnom vidu "upotrebe toga jezika, koji služi pojmovno-terminološkom konstituisanju neke struke (u smislu radne ili naučne oblasti) i komuniciranju unutar te struke". Manbi (Munby, 1981:116), jedan od najvećih teoretičara engleskog jezika struke, kaže da je nastava engleskog jezika struka prevashodno određena kreiranjem nastavnog plana i programa i nastavnog materijala na osnovu analize komunikativnih potreba učenika. Da je osobina EJS razlog učenja jezika koji određuje sadržaj i metode koje se trebaju primeniti u praksi EJS mišljenje je Hačisona i Votersa (Hutchinson & Waters, 1987:19). Po njihovom mišljenju, ljudi mogu istovremeno biti u radnom odnosu i studirati, što u većini slučajeva ukazuje da trenutna potreba učenja jezika može imati i dugoročni karakter, odnosno ono naučeno se može primeniti i kasnije, u praksi.

Radenković-Šošić i Božović (2012:469) ukazuju na karakteristike EJS koje se odnose na specifičnost nastavnog proces i udžbenike koji se koriste u nastavi EJS. Autorke smatraju da nastava engleskog jezika struke zahteva izbor adekvatnih udžbenika i drugog nastavnog materijala, čiji sadržaj je usklađen sa ciljevima nastave i potrebama učenika.

Na osnovu prethodno iznesenih teorija, zaključujemo da je koncept engleskog jezika struke zasnovan na principu zadovoljenja potreba učenika. Naime, primarna osobina koje engleski jezik struke izdvaja od ostalih grana nastave engleskog jezika jeste analiza potreba učenika na osnovu koje saznajemo koje su to konkretne potrebe učenika u nastavi engleskog jezika struke i šta žele da postignu sa znanjem koje steknu (Dudly-Evans, 1998; Robinson, 1991).

Analiza potreba u okviru engleskog jezika struke može utvrditi jezičke potrebe učenika, posebno u pogledu potreba koje se odnose na određenu struku. Mnogi lingvisti koji se bave ovim pitanjem smatraju da je analiza potreba preduslov za kreiranje i sprovođenje nastave engleskog jezika struke, a samim tim i za kreiranje planova i programa i nastavnog materijala (Hutchinson and Waters 1987; Dudley-

Evans & St Johh, 1998). Robinsonova (Robinson, 1991:2) napominje da postoje razlike između jezičkih potreba učenika koji se prvi put susreću sa strukom i jezičkih potreba postojećih stručnjaka u datoj oblasti kojima je neophodno samo usavršavanje engleskog jezika struke. Naime, učenici stručnih škola (bilo srednjih ili fakulteta), uporedo sa sticanjem znanja iz domena struke za koju se školuju stiču i znanje iz engleskog jezika struke. Za ovakav vid nastavne neophodno je postojanje korelacije između stručnih predmeta i engleskog jezika struke, a u cilju postizanja efikasnijih ishoda učenja.

Analiza potreba ima za cilj da što približnije odredi smernice koje će biti primenjene u nastavnom procesu engleskog jezika određene struke. Potrebe koje se definišu analizom obuhvataju ne samo potrebe učenika, već i potrebe ostalih aktera uključenih u nastavni proces, nastavnika i potencijalnih poslodavaca. Analiza potreba nam omogućava da jasno i precizno definišemo potrebe za učenjem jezika određene ciljne grupe na onovu kojih definišemo nastavni plan i program, metodologiju, didaktička sredstva ali i leksički, gramatički i diskusni sadržaj nastave.

Kao što smo već rekli, potrebe se mogu analizirati u odnosu na sve učesnike nastavnog procesa zarad dobijanja jasnijeg koncepta nastave. Kada su u pitanju potrebe učenika, Hačison i Voters (Hutchinson & Waters, 1987) razlikuje dva tipa potreba: ciljne i potrebe učenja. Ciljne potrebe definišu pitanja koja se odnose na potrebe, nedostatke i želje u pogledu učenja jezika. Potrebe se odnose na trenutnu situaciju, odnosno, šta učenik mora da zna da bi bio uspešan akter u trenutnoj situaciji koja zahteva znanje engleskog jezika. Ovo se obično odnosi na kontekst učionice, dakle, znanje koje je potrebno za ostvarivanje efikasne komunikacije u učionici. Nedostaci se odnose na jaz koji postoji između nivoa znanja jezika koji zahteva trenutna situacija i nivoa znanja jezika samog učenika. Odnosno, koje jezičke veštine učenik želi da usavrši u odnosu na znanje koje trenutno poseduje a koje se odnose na jezik struke. Želje se odnose na ono šta bi učenik želeo da nauči. Potrebe učenja bave se pitanjem koje znanje i sposobnosti su neophodne učeniku u cilju postizanja nivoa kompetentnosti koji zahteva trenutna situacija.

Potrebe mogu biti subjektivne i objektivne (Nation & Macalister, 2010:25; Brindly, 1989:70). Objektivne potrebe se odnose na same učenike – kako i u kojoj meri koriste jezik u svakodnevnoj komunikaciji, nivo znanja jezika i barijere sa kojima se susreću. Subjektivne potrebe se odnose na okruženje u kojem se učenik nalazi, odnosno uči – ličnost učenika, samopouzdanje, stavovi, želje i očekivanja u pogledu učenja engleskog jezika – lični kognitivni stav i strategije učenja.

ZAKLJUČAK

Na osnovu svega navedenog u radu, možemo zaključiti da se Engleski jezik struke treba izučavati kao posebna celina. Poznavanje i upotreba engleskog jezika je, u odnosu na svoju upotrebu i rasprostranjenost, postalo skoro pa obavezno za zapošljavanje. Poznavanje rečnika struke, odnosno terminologije koja će se koristiti u određenim poslovnim poljima, je svakako ono što je neophodno.

Engleski jezik struke kao poseban segment izučavanja je neophodan za sve one kojima je poznavanje engleskog jezika potreba za obavljanje određenih poslovnih delatnosti.

BIBLIOGRAFIJA

1. Đolić, S (2013). Globalizacija i menadžment u nastavi stranih jezika: Engleski jezik na početku III milenijuma. Kosovska Mitrovica: Filozofski fakultet.
2. Ignjačević, A (2008). Anđelka Ignjačević. „Specifičnosti nastave stranog jezika struke“. *Nastava i vaspitanje*, 57(2), 152-156
3. Williams, C. (2014). The future of ESP studies: building on success, exploring new paths, avoiding pitfalls. *ASp. larevue du GERAS*, (66), 137-150.
4. Widodo, H. P. (2016). Teaching English for specific purposes (ESP): English for vocational purposes (EVP). In *English language teaching today* (pp. 277-291). Springer, Cham.
5. Dudley-Evans, T. and St Johns, M. J. (1998) *Developments in ESP a MultiDisciplinary Approach* Cambridge: Cambridge University Press.
6. Hutchinson, T. and Waters, A. (1987) *English for Specific Purposes* Cambridge: CUP
7. Kennedy C. and R. Bolitho. 1984. *English for specific purposes*. London: MacMillan Press Ltd.
8. Widdowson, H. G. 1983. *Learning Purpose and Language Use*. Oxford: Oxford University Press
9. Bugarski, R. (1988). Jezik struke kao lingvistička i pedagoška kategorija, U: Kovačević J. (ur.) *Nastava stranog jezika kao jezika struke u srednjem, višem i visokom obrazovanju*. Čačak: Društvo za primenjenu lingvistiku Srbije, 20-26.
10. Basturkmen, H. (2006). *Ideas and Options in English for Specific Purposes*. London and New Jersey: ESL and Applied Linguistic Professional Series: Eli Hinkel, Edition
11. Cigan, V., & Kordić, L. (2013). The role of ESP courses in general English proficiency. *Linguistica*, 53(2), 153-172.
12. Carver, D. (1983). Some propositions about ESP. *The ESP journal*, 2(2), 131-137
13. Dudley-Evans, T., St John, M. J., (1998). *Developments in English for specific purposes: A multi-disciplinary approach*. Cambridge university press.
14. Munby, J. (1981). *Communicative syllabus design: A sociolinguistic model for designing the content of purpose-specific language programmes*. Cambridge University Press.
15. Radenković Šošić, B. i J. Božović, (2012). Uloga prevodenja u nastavi stručnog jezika, *Savremena proučavanaj jezika i književnosti, Zbornik radova sa III naučnog skupa mladih filologa Srbije održanog 12. marta 2011. godine, godina III, knjiga 1*. Kragujevac: Filum, 469-473
16. Robinson, P. C. (1991). *ESP today: A practitioner's guide*. Hemel Hempstead: Prentice Hall
17. Macalister, J., & Nation, I. S. P. (2010). *Language curriculum design*. Routledge.
18. Brindley, G. (1989). *Assessing achievement in the learner-centred curriculum* (Vol. 5). NCELTR, Masquarie University, Sidney
19. Lukač-Zoranić, A. (2013). Kultura i jezik u poslovnoj komunikaciji. *Ekonomski izazovi*, (03), 161-169.

RESUME

Based on all the above, we can conclude that the English language of study should be studied as a separate unit. Knowledge and use of the English language, in relation to its use and prevalence, has become almost mandatory for employment. Knowledge of the vocabulary of the profession, ie the terminology that will be used in certain business fields, is certainly what is necessary.

English as a special segment of study is necessary for all those who need to know English to perform certain business activities.

SPISAK RECENZENATA ČASOPISA EKONOMSKI IZAZOVI
LIST OF RECONCILIENTS OF THE JOURNAL ECONOMIC CHALLENGES

1. Amela Lukač-Zoranić, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
2. Azra Ćatović, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
3. Bećir Kalač, glavni i odgovorni urednik
4. Ćamil Sukić, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
5. Daniel Tomić, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
6. Darko Lacmanović, Univerzitet Mediteran
7. Elma Elfić, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
8. Enis Ujkanović, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
9. Gordana Paovic-Jeknić, Univerzitet Crne Gore
10. Mehmed Meta, zamjenik glavnog i odgovornog urednika
11. Petar Bojović, Univerzitet Metropolitan
12. Radmilo Todosijević, Univerzitet u Novom Sadu
13. Senad Bušatlić, Internacionalni Univerzitet u Sarajevu
14. Suad Bećirović, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru
15. Brikend Aziri, Univerzitet u Tetovu
16. Naser Raimi, Univerzitet u Tetovu
17. Ibrahim Obhodaš, Sveučilište/Univerzitet "Vitez" u Vitezu

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]

BROJEVI STRANICA i ZAGLAVLJA

Molimo Vas nemojte koristiti brojeve stranica ili zaglavlja.

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

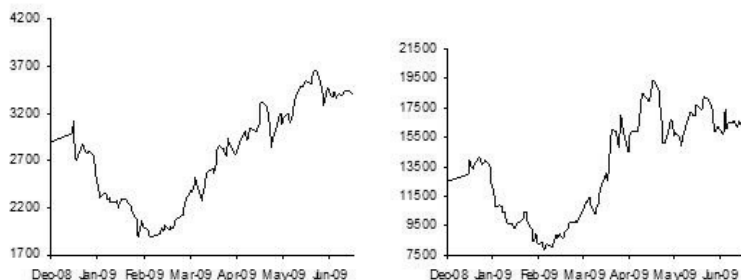


Tabela 1. Deskriptivna statistika prihoda na hartije od vrijednosti

	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] ili APA stilom

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.

RESUME

Na kraju teksta neophodno je dati rezime članka na engleskom jeziku u dužini do jedne stranice.

CIP - Каталогизacija u publikaciji
Nародна библиотека Србије, Београд

33

EKONOMSKI izazovi : časopis Departmana za
ekonomske nauke Internacionalnog Univerziteta
u Novom Pazaru / glavni i odgovorni urednik Bećir
Kalač. - [Štampano izd.] - God. 1, br. 1 (mart 2012)-
. - Novi Pazar : Univerzitet u Novom Pazaru, 2012-
(Kraljevo : DB Grafika). - 25 cm

Polugodišnje. - Tekst na srp, bos. i engl. jeziku
. - Drugo izdanje na drugom medijumu: Ekonomski
izazovi (Online) = ISSN 2560-4805
ISSN 2217-8821 = Ekonomski izazovi
COBISS.SR-ID 189878796