



Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru

Ekonomski izazovi

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

Godina 3, Broj 5

Novi Pazar, mart 2014. godine

Ekonomski izazovi

Časopis departmana za ekonomske nauke
Internacionalnog - Univerziteta u Novom Pazaru

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

Za izdavača: **Suad Bećirović, v.d. rektora**

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

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

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

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

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

Tiraž: 200 primjeraka

Štampa: **GrafiColor**, Kraljevo

ISSN: 2217-8821

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

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

Bibliografska baza:

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

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

Sadržaj / Contents

STRUČNI ČLANCI / *PROFESSIONAL ARTICLES*

▪ **MIKROEKONOMIJA**

PRIMENA MODELA PRELOMNE TAČKE PRI REŠAVANJU
DILEME KUPITI ILI PROIZVODITI 1-14
*APPLICATION OF THE BREAK-EVEN POINT MODEL FOR SOLVING
THE MAKE OR BUY DILEMMA*

Mehmed Meta, prof. dr, Dženis Bajramović, dipl. ecc.

▪ **MARKETING**

PROPUSTI I GREŠKE MENADŽMENTA ODNOSA SA JAVNOŠĆU 15-21
OMISSIONS AND ERRORS IN PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT

Azra Čatović, doc. dr, Bećir Kalač, prof. dr, Elma Elfić, doc. dr

PROBLEMI I RAZVOJ FRANŠIZINGA U SRBIJI..... 22-31
PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF FRANCHISING IN SERBIA

Alija Jašarević, doc. dr

▪ **MENADŽMENT I ORGANIZACIJA**

ULOGA ZNANJA U KREIRANJU KONKURENTSKE PREDNOSTI 32-42
ROLE OF KNOWLEDGE IN CREATING COMPETITIVE ADVANTAGE

Dragoljub Ilić, Milena Cvjetković, Milovan Cvjetkovic

▪ **FINANSIJE**

ISLAMSKE OBVEZNICE (SUKUK) KAO IZVOR FINANSIRANJA..... 43-65
ISLAMIC BONDS (SUKUK) AS A SOURCE OF FINANCE

Suad Bećirović, prof. dr

DOKUMENTARNI AKREDITIV I ELEKTRONSKO BANKARSTVO 66-78
DOCUMENTARY LETTERS OF CREDIT AND ELECTRONIC BANKING

Mukadesa Delimeđac, mr

FORENZIČKA REVIZIJA BLAGAJNIČKOG POSLOVANJA..... 79-92
FORENSIC AUDIT OF TREASURY MANAGEMENT

Gordana Lazović, dr

PROBLEMI SVETSKOG DUGA 93-101
PROBLEMS OF WORLD DEBT

Sanja Nikolić, mr

▪ **ELEKTRONSKO POSLOVANJE**

BITCOIN - VALUTA BUDUĆNOSTI 102-110

BITCOIN - CURRENCY OF THE FUTURE

Džemail Zornić, doc. dr, Šemsudin Plojović, prof. dr, Enis Ujkanović, doc. dr, Senadin Plojović, MSc

▪ **AGROBIZNIS**

KLASTERI – MOGUĆI POKRETAČI RAZVOJA POLJOPRIVREDE
SRBIJE 111-122

*CLUSTERS – POSSIBLE INITIATORS OF DEVELOPMENT OF
SERBIAN AGRICULTURE*

Adesa Džanković-Jerebičanin, dipl. ecc.

▪ **ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE**

ULOGA EKOLOŠKOG OBRAZOVANJA U ZAŠTITI I
UNAPREĐENJU ŽIVOTNE OKOLINE 123-134

*THE ROLE OF ENVIRONMENT EDUCATION IN PROTECTING AND
IMPROVING THE ENVIRONMENT*

Ibro Skenderović, doc. dr, Mustafa Fetić, doc. dr

▪ **POSLOVNI JEZIK I KULTURA**

ANALIZA MAŠINSKOG PREVOĐENJA 135-145

ANALYSING MACHINE TRANSLATION

Marija Vuković, MSc, Jelena Lekić, doc. dr

TEHNIČKO UPUTSTVO ZA FORMATIRANJE RADOVA146

STRUČNI ČLANCI

PROFESSIONAL ARTICLES

PRIMENA MODELA PRELOMNE TAČKE PRI REŠAVANJU DILEME KUPITI ILI PROIZVODITI

Mehmed Meta, prof. dr

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

Dženis Bajramović, dipl. ecc.

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
dz.bajramovic@uninp.edu.rs

Apstrakt

U ekonomskoj literaturi model prelomne tačke se uglavnom obrađuje sa aspekta kvantificiranja obima proizvodnje i prometa koji osigurava pokriće nastalih troškova, odnosno poslovanje bez profita i gubitka i analize uticaja relevantnih faktora (prodajne cene, prosečnih varijabilnih troškova, visine ukupnih fiksnih troškova i sl.) na prelomnu tačku. Iako većina autora ukazuje na jako široku mogućnost primene modela prelomne tačke u postupcima donošenja taktičkih i strategijskih odluka u menadžmentu, mali se broj njih u svojim istraživanjima bitnije udaljavao od tradicionalnog pristupa ovom problemu. Velika je primena ovog modela i u postupcima planiranja i evaluacije investicionih zahvata. Analiza senzitiviteta, odnosno ocena osetljivosti investicionih zahvata na promenu kritičnih faktora njegove profitabilnosti predstavlja jedan od segmenata primene ovog modela u praksi investicionog odlučivanja.

Cilj ovog rada je da se ukaže na mogućnost primene modela prelomne tačke pri rešavanju jednog netipičnog i specifičnog problema sa kojim se menadžment preduzeća susreće pri donošenju odluke o primeni strategije vertikalne integracije, odnosno pri rešavanju dileme dali neku komponentu finalnog proizvoda kupovati od drugih ili pak pristupiti njenoj proizvodnji u sopstvenoj režiji.

Ključne riječi: Prelomna tačka, prodajna cena, nabavna cena, prosečni varijabilni troškovi, dopunski troškovi, marginalni dobitak

APPLICATION OF THE BREAK-EVEN POINT MODEL FOR SOLVING THE MAKE OR BUY DILEMMA

Abstract

In economic literature, the break-even point model is analysed from the aspect of quantifying the volume of production and trade, which will provide coverage of costs incurred, or a business without profit or loss and analysing the relevant factors (sales price, average variable costs, the amount of total fixed costs, etc.) on the break-even point. Although many authors indicate different applications of the break-even point analysis at making tactical and strategic decisions in management, only a small number of them has made a significant step away from the traditional approach to this problem in their research.

There is also a possible application of this model in the process of planning and evaluation of investment projects. Sensitivity analysis, or the evaluation of the sensitivity of investment projects on the change of the critical factors on its profitability, is one of the segments of the application of this model in the practice of investment decision.

The goal of this paper is to show the possibilities of applying the break-even point model in solving atypical and specific problems the management faces in making decisions about the implementation of the strategy of vertical integration, or in solving the dilemma whether a component of the final product should be bought from others or produced on its own.

Keywords: break-even point, sales price, purchase price, average variable costs, additional costs, marginal profit

JEL codes: D24

UVOD

Grafikon rentabilnosti, odnosno model prelomne tačke ima veliki značaj u ekonomskoj analizi kao izuzetno korisna informaciona podloga pri donošenju brojnih odluka u preduzećima. Njime se najčešće grafički i algebarski ukazuje na obim proizvodnje i/ili prometa kojeg proizvodno ili trgovinsko preduzeće treba da ostvari da bi iz ostvarenog prihoda od prodaje moglo pokriti troškove svog poslovanja. Svaki nivo proizvodnje i prometa iznad ovako dimenzionirane njegove visine preduzeću obezbeđuje poslovanje sa profitom, a ispod prelomne tačke poslovanje sa gubitkom.

Ne ignorišući značaj drugih aspekata korišćenja modela prelomne tačke, u ovom radu se želimo ograničiti na primenu praga rentabilnosti, odnosno modela prelomne tačke pri rešavanju jednog specifičnog organizacionog i poslovnog problema, problema da li je u određenim okolnostima ekonomski opravdano neku ulaznu komponentu finalnog proizvoda kupiti ili je racionalnije sam proizvoditi. Značaj pravilnog izbora jedne od ovih dveju alternativa se potencira iz razloga što se to odražava na ekonomsku poziciju preduzeća, preko visine troškova poslovanja, profita i konkurentne pozicije na tržištu.

Opravdanost, odnosno neopravdanost odluke o sopstvenoj proizvodnji ili eksternoj nabavci neke ulazne komponente finalnog proizvoda ilustrovaćemo na primeru jednog preduzeća iz grane agroindustrije koje se bavi proizvodnjom konzervirane salate. U ovom preduzeću postoji čitav niz faktora koji favorizuju odluku o sopstvenoj proizvodnji limene ambalaže kao ulaznog inputa u odnosu na njenu kupovinu od drugih preduzeća.

Pošto su potrebe ovog preduzeća za limenom ambalažom, kao glavnom stavkom koja opterećuje prosečne varijabilne troškove, velike programima razvoja preduzeća se planira izgradnja posebnog pogona koji će se baviti njenom proizvodnjom. Time bi preduzeće umesto da nabavlja limenu ambalažu, pristupilo njenoj proizvodnji u vlastitoj režiji. Donošenje odluke o sopstvenoj proizvodnji neke ulazne komponente finalnog proizvoda i praktična implementacija te odluke predstavlja komponentu strategije vertikalne integracije i instrument za realizaciju strategije vođstva u troškovima.

Izborom i primenom strategije vertikalne integracije proizvodno preduzeće proširuje područje svog poslovnog delovanja ne izlazeći iz okvira grane u kojoj se nalazi.

Generalno posmatrano, primena ove strategije se manifestuje u proširenju okvira delatnosti preduzeća unazad (uzvodno ka izvorima svog snabdevanja), unapred (nizvodno prema svojim krajnjim potrošačima) ili u oba pravca istovremeno. Strategija vertikalne integracije se može realizovati primenom metoda eksternog rasta (kupovinom i pripajanjem dotle samostalnog preduzeća za proizvodnju određenih komponenti i delova) ili internog rasta (da preduzeće sopstvenim kapitalom izgradi pogon koji će proizvoditi ulazne komponente ili delove). Svaki od ovih oblika vertikalne integracije (unapred, unazad ili u oba smera istovremeno) i metoda njegovog realizovanja (eksterni ili interni) ima svojih prednosti i nedostataka, odnosno svojih dobrih i loših strana u čiju se elaboraciju nećemo upuštati, pošto to prevazilazi okvire i cilj ovoga rada. Integrišući se unazad u poslovnu aktivnost dobavljača preduzeće može da prevede centre troškova u centre profita. Ova solucija je atraktivna ako dobavljači ostvaruju visoke stope profita [8, str. 264]

NEPROFITNE DETERMINANTE ODLUKE O KUPOVINI ILI PROIZVODNJI

Čime će se jedno preduzeće, u načelu, rukovoditi pri donošenju odluke o vlastitoj proizvodnji, odnosno nabavci od drugih neke ulazne komponente gotovog proizvoda?

Odluka o sopstvenoj proizvodnji ili eksternoj nabavci od drugih preduzeća je uslovljena uticajem mnogih faktora, pri čemu su efekti nekih od tih faktora kvantitativno merljivi, a drugih nisu. Iako prilikom donošenja konačne odluke treba uvažiti relativni značaj svih tih faktora i njihov uticaj na strategijsku poziciju preduzeća, mi ćemo se u ovom radu uglavnom ograničiti na troškovnu dimenziju favorizovanja alternative sopstvene proizvodnje limene ambalaže (najveća stavka u strukturi ukupnih troškova proizvodnje ovog preduzeća) u odnosu na njenu eksternu kupovinu.

Pored troškovnog aspekta, sopstvenoj proizvodnji neke ulazne komponente proizvoda opravdano je pristupiti i u uslovima:

- Postojanja rizika u pogledu blagovremenosti nabavke, čime se dovodi u pitanje kontinuitet proizvodnog procesa;
- Rizika od rasta cena, koji je posebno izražen pri nabavci od jednog dominantnog dobavljača sa monopolskom pozicijom na tržištu ili je koncentrisana prema nekoliko velikih proizvođača sa jakom tržišnom snagom;
- Nemogućnosti obezbeđenja standardnog ili ugovorenog kvaliteta od strane dobavljača, što se negativno odražava na kvalitet finalnog proizvoda i stepen satisfakcije kupaca.

U svim ovim slučajevima sopstvena proizvodnja ulazne komponente će imati prioritet u odnosu na nabavku i pored većih troškova proizvodnje, jer svi ovi faktori mogu restriktivno delovati na proizvodnju, a preko nje i na tražnju za finalnim proizvodom, poslovne performanse preduzeća i njegovu tržišnu poziciju.

TROŠKOVNA DIMENZIJA DILEME KUPITI ILI PROIZVODITI

Donošenje odluke na osnovu visine troškova zahteva izolovanje uticaja svih ostalih faktora koji utiču na konačnu odluku o kupovini, odnosno sopstvenoj proizvodnji. Naime, ako pođemo od pretpostavke da je kvalitet kupljene limene ambalaže jednak njenom kvalitetu koji će biti ostvaren pri sopstvenoj proizvodnji, da je sigurnost snabdevanja potrebnom količinom i pri kupovini i pri proizvodnji ista, da nema nikakvih problema pri nabavci potrebnih inputa ako se odlučimo za vlastitu proizvodnju i sl., sopstvena proizvodnja će biti isplativa samo onda ako je na ekonomski relevantnom nivou njene proizvodnje nabavna cena te komponente finalnog proizvoda veća od prosečnih troškova proizvodnje u vlastitoj režiji. Ako bi, naprotiv, prosečni troškovi proizvodnje limene ambalaže bili veći od cene po kojoj je možemo nabaviti na tržištu, preduzeću se više isplati eksterna kupovina u odnosu na vlastitu proizvodnju.

Da bi smo mogli odlučivati o alternativni: kupovina ili sopstvena proizvodnja, moramo raspolagati informacijama o nabavnoj ceni, troškovima po jedinici proizvoda koji bi nastali pri vlastitoj proizvodnji i informacijama o potrebnim količinama tog inputa.

U principu, sopstvena proizvodnja se može organizovati na raspoloživim kapacitetima, ukoliko oni nisu u dovoljnoj meri iskorišćeni, ili se za te potrebe trebaju izgraditi potpuno novi kapaciteti. U kontekstu toga i odluka o sopstvenoj proizvodnji ili kupovini mora biti bazirana na kategoriji dopunskih troškova. U analizu treba uključiti samo one troškove koji su posledica odluke o sopstvenoj proizvodnji, a ne i troškove koje bi preduzeće moralo snositi i onda kada ova odluka ne bi bila doneta.

Ako bi se zbog odluke u korist sopstvene proizvodnje a ne kupovine bolje iskoristili postojeći kapaciteti, među dodatnim troškovima ne bi trebalo uzimati dotadašnje fiksne troškove. Njih bi preduzeće u svakom slučaju moralo u potpunosti snositi, pa i onda kada odluke o sopstvenoj proizvodnji ne bi bila doneta. U dodatne troškove proizvedenih količina spadali bi samo varijabilni troškovi. Razumljivo je da uvođenje takve proizvodnje kojom se preduzeće u prošlosti nije bavilo, nameće i određene troškove razvoja proizvoda i tehnologije proizvodnje, troškove istraživanja tržišta i sl., koji su evidentno fiksnog karaktera.

Ako bi, naprotiv, zbog donošenja odluke u korist sopstvene proizvodnje a ne kupovine, preduzeće moralo proširiti postojeće kapacitete ili pak izgraditi nove, u dodatne troškove treba između ostalih uključiti i fiksne troškove tako proširenih ili novoizgrađenih kapaciteta.

Zbog realnosti obračuna troškova i kvaliteta samog odlučivanja u dopunske troškove trebaju biti uračunati i oportunitetni troškovi kapitala. Oni su jednaki prinosu koji bi se mogao ostvariti alternativnim korišćenjem kapitala koji se namerava investirati u fiksne faktore proizvodnje. Da li će taj trošak biti jednak visini kamate ili visini profita koji se može ostvariti angažovanjem tog kapitala u neke druge alternativne svrhe zavisi od toga koja je od mogućih alternativa njegovog korišćenja za njegovog vlasnika najpovoljnija.

Prelomna tačka, odnosno prag rentabilnosti, može biti prikazan na dva načina:

- Naturalno, odnosno obimom proizvodnje i nabavke neke sirovinske komponente ili dela finalnog proizvoda pri kojoj se uspostavlja kvantitativna jednakost vrednosti nabavke pri eksternom snabdevanju i visine ukupnih troškova pri sopstvenoj proizvodnji; i
- Vrednosno, odnosno visinom ukupnih troškova pri sopstvenoj proizvodnji pri kojoj se oni izjednačavaju sa iznosom ukupnih izdataka pri nabavci u slučaju eksternog snabdevanja.

U nastavku ćemo prikazati naturalni i vrednosni način kvantificiranja prelomne tačke za potrebe donošenja odluke o kupovini ili sopstvenoj proizvodnji, ako nabavna cena limene ambalaže iznosi 0,49 EUR/kom., visina ukupnih fiksnih troškova (ako bi smo se odlučili za sopstvenu proizvodnju) 8.420 EUR, a prosečnih varijabilnih troškova 0,29 EUR/kom.

NATURALNA DIMENZIJA PRAGA RENTABILNOSTI

Pri datom iznosu ukupnih fiksnih troškova, prosečnih varijabilnih troškova i nabavne cene, odluka o favorizovanju sopstvene proizvodnje u odnosu na kupovinu ne može se bazirati samo na komparaciji nabavne cene i prosečnih varijabilnih troškova proizvodnje. Ukoliko odluka o sopstvenoj proizvodnji implicira pojavu i fiksnih troškova (u našem primeru to su ukupni fiksni troškovi koji se odnose na novoizgrađeni kapacitet, jer se preduzeće ovom vrstom proizvodnje nije bavilo, pa i nije imalo instalirane kapacitete), postavlja se pitanje količine proizvodnje, odnosno nabavke koja utiče na odluku o vlastitoj proizvodnji, odnosno nabavci od drugih.

Ako količinu pri kojoj se uspostavlja jednakost nabavne vrednosti pri kupovini i ukupnih troškova pri sopstvenoj proizvodnji označimo simbolom x , nabavnu cenu sa c , prosečne varijabilne troškove sa PVT , a ukupne fiksne troškove sa UFT , situaciju kada je sa aspekta troškova svejedno da li kupovati limenu ambalažu ili je proizvoditi, možemo izraziti relacijom:

$$c x = UFT + x PVT$$

čijim rešavanjem po x dobijamo:

$$x = \frac{UFT}{(c - PVT)} \quad (1)$$

Nivo prelomne tačke, odnosno obim nabavke i proizvodnje limene ambalaže koji determiniše odluku o eksternom snabdevanju ili sopstvenoj proizvodni, kao što se i izraza (1) može zaključiti zavisi od visine ukupnih fiksnih troškova, nabavne cene i iznosa prosečnih varijabilnih troškova. Faktori od kojih zavisi veličina prelomne tačke se različito menjaju. Neki od njih menjaju se više a neki manje, neki u jednom a drugi u drugom smeru. Sem toga moguće je da se samo neki od njih menjaju, dok ostali miruju; takođe je moguće da se svi oni istovremeno odnosno simultano menjaju [3. str. 210].

Koristeći konkretne podatke dobijamo da se prelomna tačka, odnosno prag rentabilnosti nalazi pri količini proizvodnje, odnosno obimu kupovine od:

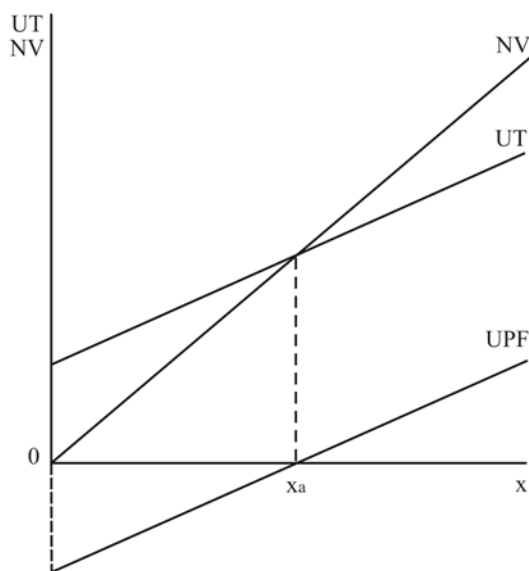
$$x = \frac{8.420}{(0,49 - 0,29)} = 42.100 \text{ kom.}$$

Ako zanemarimo mogućnost prodaje „viška“ ovog proizvoda drugim preduzećima, obim proizvodnje odnosno kupovine od 42.100 kom/dan pokazuje:

- Ako su dnevne potrebe preduzeća za preradu povrća manje od 42.100 kom/dan, ekonomski je neisplativo proizvodnju limene ambalaže obavljati u sopstvenoj režiji;
- Ako su dnevne potrebe preduzeća za preradu povrća iznose tačno 42.100 kom/dan, sa ekonomskog aspekta je sasvim irelevantno da li je obezbeđivati nabavkom od drugih preduzeća ili je proizvoditi u sopstvenoj režiji;
- Ako su dnevne potrebe preduzeća za preradu povrća veće od 42.100 kom/dan, ekonomski je isplativo pristupiti njenoj vlastitoj proizvodnji.

Zaključci do koji se došlo pri ovoj analizi mogu biti i geometrijski prikazani na narednom grafikonu.

Slika 1: Grafički prikaz prelomne tačke



Na ordinatnoj osi su prikazani ukupni troškovi proizvodnje limene ambalaže u sopstvenoj režiji (*UT*), odnosno ukupni troškovi ove komponente finalnog proizvoda ako se ona eksterno nabavlja od drugih (*NV*). Apcisna osa prikazuje obim proizvodnje, odnosno obim nabavke (*x*), izražen u fizičkim jedinicama mere. Vertikalno odstojanje krive *UT* od *NV*, odnosno vertikalna udaljenost krive *UPF* od apcisne ose reprezentuje visinu ušteda na ukupnim troškovima matičnog preduzeća,

odnosno vrednosni efekat na iznos njegovog ukupnog profita pri izboru prave alternative. Sve dok se potrebe preduzeća kreću unutar intervala $(0 - x_a)$ ekonomski je opravdano limenu ambalažu kupovati, nego je proizvoditi u sopstvenoj režiji, jer će pri datim pretpostavkama ukupni troškovi proizvodnje finalnog proizvoda biti manji, a ukupan profit preduzeća veći za veličinu ovih ušteda.

Na obimu x_a linija NV seče liniju UT , što proizvođača stavlja u indiferentnu poziciju pri izboru raspoloživih alternativa. Preduzeću je sa ekonomsko-finansijskog aspekta sasvim svejedno za koju će se alternativu odlučiti. Kao racionalni donosilac odluke ono se neće pokajati zašto je izabralo alternativu sopstvene proizvodnje i propustilo mogućnost nabavke od dobavljača i obratno, neće se pokajati zašto je izabralo alternativu nabavke od drugih u uslovima kada mu je jednako dostupna bila i alternativa vlastite proizvodnje.

Ako su potrebe preduzeća za limenom ambalažom veće od x_a proizvođač konzerviranog povrća će je sam proizvoditi pošto se linija UT nalazi ispod linije NV . Ušteda na ukupnim troškovima proizvodnje finalnog proizvoda zbog favorizovanja alternative sopstvene proizvodnje limene ambalaže u odnosu na nabavku biće jednaka vertikalnom odstojanju linije NV od linije UT . Ako apstrahujemo uticaj ostalih faktora, visina ušteda na ukupnim troškovima sopstvene proizvodnje u odnosu na troškove nabavke ovog proizvodnog inputa se direktno i u istoj meri odražava na visinu ukupnog profita preduzeća. Donošenjem ekonomski racionalne odluke (u konkretnom slučaju odluke o vlastitoj proizvodnji limene ambalaže) vertikalni raspon krive UPF od apcisne ose prikazuje za koliko će ukupan profit preduzeća biti veći od njegovog iznosa pri izboru pogrešne alternative i obratno ako je izabrana nepovoljna alternativa, odnosno kupovina umesto sopstvene proizvodnje ovaj vertikalni raspon ukazuje na veličinu umanjenog ukupnog profita zbog izbora pogrešne alternative.

Položaj linije UPF u koordinatnom sistemu i njena vertikalna udaljenost od apcisne ose pri različitim nivoima proizvodnje je determinisana položajem krivih NV i UT i njihovom međusobnom vertikalnom udaljenošću pri različitim nivoima proizvodnje i nabavke. Još jednom napominjemo da UPF kao rezidualna veličina UT i NV predstavlja neto efekat pravilno ili pogrešno donete odluke o nabavci, odnosno sopstvenoj proizvodnji. Ako je izvršen izbor ekonomski nepovoljne alternative, vertikalna udaljenost pojedinih tačaka na njoj od apcisne ose prikazuje veličinu „izgubljenog“ ukupnog profita preduzeća zbog bespovratno nastalih troškova i obratno.

VREDNOSNA DIMENZIJA PRAGA RENTABILNOSTI

Opisani postupak kvantificiranja praga rentabilnosti kao značajnog instrumenta pri rešavanju dileme kupiti ili proizvoditi, odnosno opravdanosti implementiranja strategije vertikalne integracije unazad, polazi od određenih pretpostavki. Najznačajnije su sledeće:

- Da ukupni fiksni troškovi u delu preduzeća u kome će biti organizovana vlastita proizvodnja imaju apsolutno fiksni karakter, odnosno da se oni ne menjaju u svom ukupnom iznosu sa promenom obima proizvodnje;
- Da je nabavna cena konstantna i da se ne menja sa promenom obima nabavke i
- Da su varijabilni troškovi proporcionalnog karaktera a njihov prosečan iznos, odnosno veličina po jedinici outputa konstantna.

Iako su sve ove pretpostavke isuviše restriktivne i diskutabilne (posebno druga i treća) mi smo ih jednostavno morali uvažiti, jer to u velikoj meri pojednostavljuje sam postupak određivanja količine proizvodnje neke komponente finalnog proizvoda pri kojoj se uspostavlja kvantitativna jednakost ukupnih troškova pri sopstvenoj proizvodnji sa novčanim izdacima preduzeća pri njihovoj nabavci od drugih proizvođača. Opisani način utvrđivanja prelomne tačke ima univerzalnu primenu, nezavisno od toga da li je matično preduzeće monoprodukcija (proizvodi samo jedan proizvod) ili poliprodukcija (istovremeno proizvodi više različitih proizvoda ili više varijeteta istog proizvoda).

Ako obe strane izraza (1) pomnožimo sa c , a desnu još i pomnožimo i podelimo sa x dobićemo:

$$cx_{\alpha} = \frac{UFT \cdot cx}{(cx - PVTx)}$$

odnosno:

$$NV_{(x_{\alpha})} = \frac{UFT \cdot NV}{(NV - UVT)} \quad (2)$$

u kojoj $c \cdot x_{\alpha}$ označava visinu vrednosti eksterne nabavke na pragu rentabilnosti ($NV_{(x_{\alpha})}$), $c \cdot x$ vrednost eksterne nabavke količine x limene ambalaže (NV), a $PVT \cdot x$ ukupne varijabilne troškove pogona pri proizvodnji količine x . Sređivanjem izraza (2) dobijamo:

$$NV_{(x_{\alpha})} = \frac{UFT}{\frac{NV - UVT}{NV}}$$

odnosno:

$$NV_{(x_{\alpha})} = \frac{UFT}{1 - \frac{UVT}{NV}} \quad (3)$$

u kojoj UVT/NV označava stopu varijabilnih troškova, odnosno koeficijent učešća ukupnih varijabilnih troškova u nabavnoj vrednosti, a $1 - UVT/NV$ stopu marginalnog profita, odnosno koeficijent učešća razlike nabavne vrednosti i

ukupnih varijabilnih troškova u ukupnoj nabavnoj vrednosti pri određenoj količini kupovine i proizvodnje.

Uvažavajući pretpostavku da cena limene ambalaže ostaje nepromenjena, napominjemo da ono što sa aspekta preduzeća predstavlja nabavnu vrednost, iz perspektive pogona koji se treba sagraditi predstavlja njegov ukupan prihod (ako taj pogon tretiramo kao zaseban entitet), a da koeficijent učešća razlike nabavne vrednosti i ukupnih varijabilnih troškova u ukupnoj nabavnoj vrednosti pri određenoj količini kupovine i proizvodnje, iz ugla pogona predstavlja stopu njegovog marginalnog dobitka, odnosno koeficijent zbirnog učešća njegovih fiksnih troškova i „njegovog“ profita u ukupnom prihodu.

Stopa varijabilnih troškova u našem primeru iznosi:

$$\frac{UVT}{NV} = \frac{0,29 x}{0,49 x} = 0,59184$$

a koeficijent učešća razlike nabavne vrednosti i ukupnih varijabilnih troškova u ukupnoj nabavnoj vrednosti, odnosno stopa marginalnog dobitka:

$$1 - \frac{UVT}{NV} = 1 - 0,59184 = 0,40816$$

Deljenjem iznosa ukupnih fiksnih troškova pogona sa stopom marginalnog dobitka dobićemo vrednosni izraz praga rentabilnosti, odnosno informaciju o vrednosti nabavke i visini ukupnih troškova pri kojima je preduzeću svejedno da li limenu ambalažu eksterno nabavlja ili je sam proizvoditi:

$$NV_{(x_a)} = UT_{(x_a)} = \frac{UFT}{1 - \frac{UVT}{NV}}$$

odnosno

$$NV_{(x_a)} = UT_{(x_a)} = \frac{8.420}{0,40816} = 20.629$$

Na sopstvenu proizvodnju ne treba ići ako je pri datoj nabavnoj ceni vrednost nabavke manja od 20.629 a sopstvenoj proizvodnji treba pristupiti, odnosno strategiju vertikalne integracije treba implementirati ako bi ukupna vrednost nabavke limene ambalaže pri njenoj eksternoj nabavci bila veća od 20.629.

POLAZNE POSTAVKE MODELA PRELOMNE TAČKE

Primena modela prelomne tačke pri rešavanju bilo kojeg poslovnog problema, pa stoga i dileme kupiti ili proizvoditi na način na koji smo koncipirali taj model podrazumeva sledeće:

- Podelu svih troškova pogona na apsolutno fiksne i proporcionalno varijabile;
- Utvrđivanje stope varijabilnih troškova; i
- Kvantificiranje stope marginalnog dobitka.

Sve se ove relevantne kategorije potrebne za utvrđivanje vrednosti nabavke, odnosno iznosa ukupnih troškova na pragu rentabilnosti ponašaju se na sebi svojstven način s obzirom na promenu obima proizvodnje i nabavke.

Polazna faza u postupku utvrđivanja praga rentabilnosti je klasifikovanje svih troškova pogona na apsolutno fiksne i proporcionalno varijabilne. Za ukupne fiksne troškove je karakteristično da se oni u svom ukupnom iznosu ne menjaju sa promenom obima proizvodnje i prodaje. Njih će biti i kada se proizvodnja reducira na nulti nivo, a apsolutno posmatrano oni se u svom ukupnom iznosu neće niti povećati niti smanjiti sa povećanjem, odnosno smanjenjem volumena proizvodnje. Njihovo relativno učešće u ukupnoj nabavnoj vrednosti se povećava sa smanjenjem obima proizvodnje ili nabavke, a smanjuje sa njihovim povećanjem.

Ukupni varijabilni troškovi se sa povećanjem obima proizvodnje, apsolutno posmatrano povećavaju a sa njenim smanjenjem smanjuju i to u istoj srazmeri sa u kojoj je povećana ili smanjena proizvodnja i prodaja. Njih neće biti pri reduciranju proizvodnje na nultu vrednost. Iz tih se razloga geometrijski posmatrano oni predstavljaju jednom pravom linijom uzlaznog nagiba sa ishodištem u koordinatnom početku.

Poseban metodološki problem u ovoj fazi može se ispoljiti kod kategorija relativno fiksnih i neproporcionalno varijabilnih troškova. U slučaju njihovog postojanja neophodno je primenom adekvatnih metoda izvršiti njihovo dekomponovanje na apsolutno fiksnu i proporcionalno varijabilnu komponentu.

Procentualno učešće ukupnih varijabilnih troškova u ukupnoj nabavnoj vrednosti, odnosno stopa varijabilnih troškova se dobija iz količnika ukupnih varijabilnih troškova i ukupne nabavne vrednosti i kod monoproduktivnog preduzeća ona je kvantitativno jednaka količniku prosečnih varijabilnih troškova i prodajne cene outputa. Stopa varijabilnih troškova je konstantna veličina i nezavisna je od obima proizvodnje

Marginalni dobitak se računski dobija iz razlike nabavne vrednosti pri određenom nivou nabavke i ukupnih varijabilnih troškova pri istom nivou i kvantitativno je jednak zbiru ukupnih fiksnih troškova i ukupnog profita na određenom obimu proizvodnje i prodaje. On se sa povećanjem obima proizvodnje i prodaje povećava, a sa njegovim smanjenjem smanjuje. Negova promena (povećanje ili smanjenje) je uslovljena promenom (povećanjem ili smanjenjem) ukupnog profita, jer njegova druga komponenta (ukupni fiksni troškovi) se ne menjaju sa promenom obima proizvodnje. Iako rast obima proizvodnje i prodaje utiče na povećanje marginalnog dobitka, stopa marginalnog dobitka, odnosno procentualno učešće marginalnog dobitka u ukupnom prihodu nije zavisno od promene obima proizvodnje i prodaje. Ona ostaje konstantna pri svim nivoima prodaje. Svaka promena obima prodaje utiče na smanjenje procentualnog učešća ukupnih fiksnih troškova u ukupnom prihodu za onoliko procenata za koliko ona izazove povećanje učešća ukupnog

profita u ukupnom prihodu i obratno pri smanjenju obima proizvodnje i prodaje. Stoga stopa marginalnog dobitka ostaje konstantna.

PROIZVODNJA ULAZNE KOMPONENTE KAO STRATEGIJSKO OPREDELJENJE

Očito je da razmišljanja menadžmenta konkretnog preduzeća u pogledu izgradnje i aktiviranja kapaciteta za proizvodnju limene ambalaže predstavlja favorizovanje oblika vertikalne diverzifikacije proizvodnog programa uz primenu metoda internog rasta. Njome se proizvodna aktivnost preduzeća produbljuje zahvatanjem proizvodnim programom proizvoda koji su do tada eksterno nabavljani kao sirovinke ili delovi gotovog proizvoda od preduzeća prethodnih proizvodnih faza.

Sem troškovnih, odnosno profitnih implikacija, primena strategije vertikalnog diverzificiranja proizvodnog programa unazad ima i jako ozbiljnih strategijskih implikacija. U teoriji se uglavnom govori o njenoj inferiornosti u odnosu na druga strategijska opredeljenja (strategiju horizontalne ili konglomeratske diverzifikacije) i neefikasnosti strategije vertikalne integracije u najvećem broju slučajeva, ali napominjemo da njena primena i danas predstavlja jako atraktivno strategijsko opredeljenje. Najčešći i najsnažniji motiv njene primene predstavlja bolje konkurentno pozicioniranje u odnosu na postojeće ili potencijalne rivale u grani. Ovakvo pozicioniranje vrlo često dovodi i do jačanja konkurentskog nadmetanja i kod postojećih kupaca i dobavljača. Glavni cilj je, kako kažu Ojegowich i Madhoc [9. str. 72], da se utiče na strukturu grane i ostvari moć u njoj ili smanji moć konkurenata.

Najčešće se odluka o odustajanju od vertikalne integracije unazad i favorizuje odluke o eksternom snabdevanju argumentuje samo uštedama na investicionim troškovima. Uopšte nije sporno da se favorizovanjem odluke da se ide na eksterno snabdevanje oslobađa kapital koji se može locirati na neke druge alternativne svrhe. Ali, s druge strane troškovi nabavke materijala i komponenti od dobavljača mogu činiti veliki procenat u ukupnim troškovima poslovanja. Proizvodna preduzeća imaju mnoštvo komponenti koji se mogu kako uspešno proizvoditi u samom preduzeću, tako i nabavljati od drugih. Pogrešne odluke u vezi sa izborom moguće alternative mogu voditi preduzeće većim troškovima, odnosno manjem ukupnom profitu u odnosu na mogući, pogrešnom korišćenju izvora, gubljenju potrošača i tržišnog učešća. Drugim rečima izbor pogrešne odluke može rezultirati slabljenjem poslovnih performansi preduzeća.

Odluka o sopstvenoj proizvodnji neke ulazne komponente proizvoda u uslovima kada se postižu značajne uštede u troškovima može biti jedan od najsnažnijih mehanizama za realizovanje strategije vođstva u troškovima. Najvažniji argument primene strategije vođstva u troškovima je da se postignu bolje performanse u odnosu na preduzeća u grani proizvodnjom proizvoda po nižim troškovima od postojećih. Time se stvaraju pretpostavke da preduzeće može ostvariti istu masu ukupnog profita i pri nižim cenama u odnosu na konkurentne.. Ukoliko su cene drugih preduzeća u grani slične odnosno ujednačene preduzeće ostvaruje veći profit.

Drugo, kako grana ulazi u fazu zrelosti i sve se više konkuriše cenama, to preduzeće može i u toj fazi da ostvaruje profit zbog nižih troškova od konkurenata. Primenom strategije vođstva u troškovima preduzeće se najčešće fokusira na prosečnog potrošača, odnosno potrošača osetljivog na cene. Za većinu takvih potrošača je svojstveno da niske cene stimulišu njihove kupovine. Zbog toga se distinktivna kompetentnost stvara na efikasnoj proizvodnji i upravljanju materijalima koji se koriste u transformacionom procesu [8, str. 226]. Kao što mnogi autori sa pravom zaključuju, strategija vođstva u troškovima ne znači da preduzeće prodaje svoje proizvode po najnižim cenama. Vrlo često su preduzećima sa najnižim cenama lojalne samo određene kategorije kupaca i prihvaćena su samo od jednog dela tržišta. Niska cena povezana sa niskim kvalitetom je element strategije diferenciranja, a ne i strategije vođstva u troškovima. Vođstvo u troškovima predstavlja racionalan strategijski izbor u sledećim slučajevima: 1) kod elastične potražnje, 2) kada sva preduzeća u grani proizvode relativno homogene standardne proizvode, 3) kada nema više načina da se ostvari diferenciranje proizvoda što ima veliku vrednost za potrošače, 4) kada najveći broj kupaca koristi proizvod na isti način i 5) kada kupci imaju male troškove ili nikakve ako promene prodavca i zainteresovani su za najbolju kupovinu [8, str. 231]. Održavanje superiornosti u primeni ove strategije ove zavisi od mogućnosti stvaranja barijera u pogledu njenog imitiranja od strane konkurenata. Najveća realna opasnost koja može izazvati ozbiljnu eroziju u efektima primene strategije vođstva u troškovima nastaje u uslovima bitnih promena u tehnologiji proizvodnje.

ZAKLJUČAK

Proces modernizacije tržišno orijentisanih preduzeća sve više zahvata ne samo segment proizvodnje, nego i sferu upravljanja. U procesima upravljanja današnjim preduzećima koje svoju aktivnost obavljaju u uslovima sve složenijeg okruženja, koga karakteriše sveopšta globalizacija i naglašeni diskontinuitet, stare metode, koncepti i tehnike upravljanja koje su inkompatibilne marketinškoj orijentaciji treba odbaciti. Prihvatanjem modernih koncepata za vođenje poslovne i dugoročno orijentisane razvojne politike treba osigurati optimalne uslove za prosperitet i postizanje zadovoljavajućih poslovnih i organizacionih performansi preduzeća i njegov prosperitet. Jedan od tih koncepata je model prelomne tačke, odnosno primena grafikona rentabilnosti.

Sam postupak kvantitativnog utvrđivanja prelomne tačke predstavlja najjednostavniji korak u ukupnom procesu njenog korišćenja u postupcima donošenja konačne poslovne odluke. Ova konstatacije podjednako važi bez obzira na to da li njenom primenom rešavamo problem kupiti ili proizvoditi, odnosno opravdanost odluke o vertikalnoj integraciji unazad ili se pak njome rešava dilema prodati ili dalje preraditi (primena strategije vertikalne integracije unapred), dilema nastaviti sa proizvodnjom nekog proizvoda ili obustaviti proizvodnju, dilema prihvatiti ili odbiti neku specijalnu porudžbinu i sl. Svaka od ovih dilema i njihovo razrešenje se bazira na komparaciji dodatnih koristi i dodatnih žrtava i čini komponentu diferencijalnog poslovnog odlučivanja. Suštinski problem pri

donošenju ovih odluka čini razumevanje kako kvantitativne tako i kvalitativne dimenzije dopunskih koristi i dopunskih troškova kojih prouzrokuje svaka alternativa ponaosob. Problem prihvatanja ili odbacivanja jedne ili druge alternative, nakon razrešenja ovih metodoloških pitanja, se jednostavno svodi na upoređivanje razlika između relevantnih kategorija dopunskih koristi (dodatni prihodi i/ili uštede na troškovima) i dopunskih troškova kod raspoloživih alternativa.

BIBLIOGRAFIJA

1. Kalinić, V. (2009) Strategijske konkurentske prednosti. Subotica.
2. Kolarić V. (1975) *Teorije dinamike troškova*. Beograd: Rad.
3. Kovačević M. (1982) *Sistemi obračuna troškova*. Beograd: Privredna štampa.
4. Lovreta S. (2005) *Trgovinski menadžment*. Beograd: Ekonomski fakultet.
5. Majcen Ž. (1981) *Troškovi u teoriji i praksi*. Zagreb: Informator.
6. Malinić S. (2008) *Upravljačko računovodstvo*. Kragujevac: Ekonomski fakultet.
7. Markovski S. (1978) *Troškovi u poslovnom odlučivanju*. Zagreb: Informator.
8. Milisavljević M. (2007) *Savremeni strategijski menadžment*. Beograd: Megatrend univerzitet.
9. Ojgowitch T., Madhoc, A. (2003) Vertical Integration is Dead ar is It? *Business Horizons*, March-April.
10. Perović D. (1964), *Teorija troškova*. Sarajevo
11. Todorović, J., Đuričin, D. & Janošević, S. (2003) *Strategijski menadžment*. Beograd: Ekonomski fakultet.

RESUME

The break-even point model is of great importance in the economic analysis as a very useful information basis when making decisions in many companies. It usually shows graphic and algebraic points about the volume of production and / or sales any commercial or manufacturing enterprise needs to realize so sales will cover the costs of its operations. Each level of production and trade sized above this height leads to a profit, and below the break-even point a loss will incur.

However, in this paper we want to limit the application of breakeven for solving a specific organizational and operational problem, the problem whether under certain circumstances it is rational to buy or produce an input component of the final product. The importance of correct choice of one of these two alternatives is emphasized because it reflects the economic position of the company over the amount of operating expenses, profits and competitive position in the market.

The procedure for the quantitative determination of break-even point is the easiest step in the overall process of its use in the methods of making the final business decision. This statement is as true regardless of whether its application to solve the problem to buy or produce, or justification of the decision on vertical integration backwards or turn it solves the dilemma of selling or further processed (implementation strategy of vertical integration in advance), the dilemma will continue with the production of a product or suspend production dilemma to accept or reject a special order and the like. Each of these dilemmas and their resolution is

based on the comparison of additional benefits and additional victims and a component of the differential business decision. The essential problem in making these decisions makes the understanding of both quantitative and qualitative dimensions of additional benefits and additional costs which causes each alternative separately. The problem of acceptance or rejection of one or the other, after the dismissal of these methodological issues, it simply boils down to comparing the difference between the relevant categories of additional benefits (additional revenues and / or cost savings) and additional costs in the available alternatives.

PROPUSTI I GREŠKE MENADŽMENTA ODNOSA SA JAVNOŠĆU

Azra Čatović, doc. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
a.catovic@uninp.edu.rs

Bećir Kalač, prof. dr

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

Elma Elfić, doc. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
g.menadzer@uninp.edu.rs

Apstrakt

U radu će biti prikazan osvrt sa kakvim se propustima i greškama susreće menadžment odnosa sa javnošću. Odnosi sa medijima još uvek predstavljaju važan deo mnogih marketing programa, ali se mnogo više postiže kada odnosi sa javnošću čine sastavni deo strategijskog upravljanja i kada se menadžerima PR omogući da doprinose uspehu jedne organizacije na različite načine. U tom pogledu veoma je važno napraviti razliku između odnosa sa javnošću koji postoje svuda oko nas i profesionalne prakse odnosa sa javnošću.

Ključne riječi: Bazična određenja odnosa sa javnošću, uloga i domeni delovanja odnosa sa javnošću, tehnike u odnosima sa javnošću

OMISSIONS AND ERRORS IN PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT

Abstract

In this paper, a review of the kind of omissions and errors encountered in the management of public relations will be conducted. Relations with the media still represent an important part of many marketing programs, but are much more accomplished when public relations are an integral part of strategic management when managers allow PR to contribute to the success of an organization in different ways. In this regard, it is important to distinguish between public relations that exist all around us and the professional practice of public relations.

Keywords: basic directions of public relations, roles and domains of activity of public relations, techniques in public relations

JEL codes: M14

UVOD

Odnose s javnošću, tzv. "Public Relations" (PR) su usmereni na stvaranje pozitivnog publiciteta organizacije i kao takvi se tretiraju kao poseban segment promocije. Odnosi s javnošću su sistematske, dugoročne aktivnosti u stvaranju i održavanju pozitivnog stava javnosti o organizaciji, ali ponekad i određene ličnosti. Manje se mogu prepoznati kao delatnosti od javnog mišljenja, i mnogi autori se fokusiraju na uspostavljanje i održavanje pozitivne ili poboljšati postojeće nezadovoljavajuće ili loše slike u javnosti.

Razlikovanje odnosa s javnošću i propagande je moguće ako se prihvati da odnosi s javnošću nisu direktna promocija određenih roba ili usluga, već promocija marke ili kompanije. Na primer, *Enciklopedija Britannica* primenu marketinških koncepta i tehnike za promociju organizacije kao takve svrstava u "odnose s javnošću". Tada bi odnosi s javnošću predstavljali oblik "difuzne propagande" bez posebne svrhe, ali ona kao predmet promocije tretira celu organizaciju. Nasuprot tome, politički marketing je vrsta neposredne političke propagande sa određenim specifičnim ciljevima, aktivnosti na promociji vrlo specifičnog političkog subjekta, proizvoda ili usluge.

Razvoj odnosa s javnošću može se pratiti natrag do 1923. godine kada je dr Edward L. Bernejs napisao prvi priručnik i održao prvi kurs o PR na Univerzitetu u Njujorku. Bilo je potrebno mnogo godina da bi se odnosi s javnošću prihvatile kao profesija, i da se potpuno odvoje od novinskih agencija i propagande. Koncept za odnose s javnošću je prvi put koristio Džeferson kao predsednik SAD-a u američkom Kongresu još 1807. godine. Publicista A. Kendall postaje tridesetih godina prvi sekretar predsednika SAD za odnose sa štampom za vreme predsednika A. Jacksona. Korporacija G. Westinghouse 1889. godine formirala je prvo odeljenje za odnose s javnošću u svojem društvu Westinghouse Electric, i dva službenika počnu da brinu o odnosu firme sa vladom SAD-a, medija itd. Tada počinje razvoj odnosa s javnošću kao posebne stručne delatnosti, dok je 1947. godine osnovano, a 1955. godine i međunarodna asocijacija za odnose sa javnošću. [1 str 46]

Odnosi s javnošću, kao što već sam naziv kaže, bave se načinom na koji se ponašanje i stavovi odgovornih pojedinaca, organizacija i vlada međusobno prepliću. Pokušaji da se utiče na javno mnjenje i da se ono oblikuje, stari su inače koliko i samo društvo, ali je dolazak građanske demokratije skoro sve promenio. Kada građani imaju pravo glasa, a time i pravo da biraju svoje vlade, javnom mnjenju se počelo davati gotovo dramatičnu važnost. Suština odnosa s javnošću ostaje ista, bez obzira na to da li se PR koristi u političkoj areni, na poslovnom ili komercijalnom polju, u društvenim odnosima, u dobrotvorne svrhe ili pri prikupljanju pomoći, ili u bilo kojim drugim situacijama u kojima postoji posebna potreba za njima. Metode koje će se koristiti u svim tim različitim uslovima, međutim, se znatno razlikuju. Osnovna filozofija odnosa s javnošću je obično vrlo jednostavna. Mnogi veruju da je lakše postaviti ciljeve i uspešno ostvariti uz podršku i razumevanje javnosti, nego kada je javnost suprotstavljena ili ravnodušna. Odnosi s javnošću mogu se opisati s nekoliko ključnih reči, i da reči su reputacija, percepcija, kredibilitet, poverenje, sloga i međusobno razumevanje na osnovu istinitom i sveobuhvatnom obaveštenju. To nije definicija, ali samo pokazuje na

krajnje ciljeve. Odnosi s javnošću se ne vezuju samo sa poslovnom politikom i marketingom, oni su podjednako važni za upravljanje i za politiku. Svaka politika koja je u pitanju - u privredi, u obrazovanju, u kulturi, u vojsci, u sportu i / ili na drugom mestu.

ODNOSI SA JAVNOŠĆU DANAS

Sa razvojem komunikologije kao nauku i praksu komunikacije i odnosa s javnošću - kao poseban segment komunikacijskih aktivnosti, dobijaju sve veći značaj. Pri tome, sadržaj ovog koncepta proširuje se na nova područja marketinga i komunikološke aktivnosti.

Profesionalni menadžeri za odnose s javnošću deluju danas u svim sferama društvenog i poslovnog života:

- Poslovanje i ekonomija - mala, srednja, velika i međunarodna privredna društva
- Menadžment - nacionalni, regionalni, lokalni, međunarodni
- Društvene zajednice i društvene delatnosti, vojska, policija ...
- Obrazovne i naučne institucije, univerziteti, fakulteti, sportski klubovi ...
- Bolnice i zdravstvo
- Dobrotvorne organizacije
- Međunarodni poslovi, kao i mnoge druge stvari u kojima menadžeri za odnose s javnošću rade svoj odgovorni posao

Obaveštavanje javnosti obuhvata i sledeće aktivnosti: savetodavnih aktivnosti zasnovane na razumevanju ljudskog ponašanja, analiza budućih trendova i predviđanje njihovih efekata, istraživanje javnog mnjenja o stavovima i očekivanjima, utvrđivanje i održavanje dvosmerne komunikacije zasnovane na istinitoj i potpunoj informaciji, sprečavanje sukoba i nesporazuma, promocija uzajamnog poštovanja i društvene odgovornosti, usklađivanje ličnog i opšteg interesa radi sticanja ugleda među osobljem organizacije, dobavljačima i kupcima, poboljšanje ekonomskog i socijalnog odnosa, privlačenje kvalitetnih kadrova i smanjenje fluktuacije osoblja, promocija proizvoda i usluga, planiranje, korporativni identitet, inkorporiranje marketinških planova i marketinških aktivnosti, organizacija i druge aktivnosti.

Navedena lista deluje da je mnogo složena, ali to samo naglašava činjenicu da su odnosi s javnošću sastavni deo svake moderne organizacije i / ili upravljanja. Informisanje javnosti je planirana i napor da se uspostavi i održava dobre volje i uzajamnog razumevanja između organizacije i njene ciljne publike. Praksa odnosa s javnošću je i veština, i društvena nauka koja analizira trendove, predviđa njihove posledice, savetuje menadžment organizacije radi ostvarivanja planiranih programa delovanja koja će biti u interesu društva i organizacije. Websterov novi međunarodni rečnik dao je dobru definiciju odnosa sa javnošću:

"Razvijanje bliskih odnosa i dobre volje između pojedinaca, preduzeća ili ustanove i druge ljude, a posebno ciljanu publiku ili društvo u celini, proširenje interpretativnih materijala, razvoj dobrosusjedskih odnosa i vrednovanje javnog mnjenja." Važno je napomenuti nekoliko jednostavnih definicija: dobar učinak sa javnim priznanjem;

pomirenje privatnog i javnog interesa; most između organizacije rada i vanjskog svijeta. Osim toga postoji definicija "Praksa odnosa s javnošću je umetnost i znanje koje, kroz međusobno razumevanje na osnovu istinite i potpune informacije, postiže harmoniju sa okolinom." Važno je shvatiti da postoje dve različite grane odnosa s javnošću. Prvi i najočigledniji sektor je reaktivni deo - kako odgovoriti na problem, kako upravljati i rukovati kriznim situacijama i okolnostima koje se menjaju. Tu se podrazumeva i zaštita ugleda organizacije i / ili osobe. Drugi deo posla je sasvim drugačiji, ali ne i manje važan. Ovo se često naziva proaktivni sektor odnosa s javnošću. Meksička deklaracija OUN-a ga opisuje kao realizaciju planiranog programa društvene akcije, koji će služiti interesima organizacije i interesima društva. Sa njom je obuhvaćeno i savetništvo, što može imati vrlo važnu ulogu i značaj. Izuzetno je poželjno da se prilikom planiranja korporativne strategije i politike uzima u obzir mišljenje službe odnosa s javnošću. Odnosi s javnošću su odgovornost odlučivanja. Samo ako vrh organizacije da tačnu procenu značaja tih aktivnosti, onda oni mogu u potpunosti doprineti produktivnosti i profitabilnost kompanije. Nije slučajno da mnoge uspešne domaće i međunarodne kompanije obraćaju veliku pažnju na programe odnosa s javnošću. Njihovi top menadžeri su dobro svesni da su odnosi s javnošću relevantan segment sistema integrisane marketinške komunikacije, koja ga dobro obavlja na nekoliko osnova donosi korist kompaniji.

PROPUSTI I GREŠKE U UPRAVLJANJU ODNOSOM SA JAVNOŠĆU

Na svim poslovima koje obavljaju ljudi, pa takođe i na poslovima PR, mogu se napraviti greške i greške. Navedeno može ozbiljno devalvirati celu PR aktivnost. Pod sledeće naslove navodimo najčešće propuste i ugrađene greške neefikasnih programa odnosa sa javnošću:

- Sindrom kratkovidnosti: Nedovoljna procena obima ukupnog doprinosa koji odnos s javnošću mogu pružiti dobrom rukovodstvu.
- Sindrom odvrni-zavrni: obratiti se odnosima s javnošću samo kada su nam potrebni.
- Sindrom trčanja pred rudu: Kome treba istraživanje? Nama sigurno ne?!
- Sindrom lokalne anestezije: Rešiti ovo na lokalnom nivou, bez konsultovanja javnosti.
- Sindrom neurastenije: Verujem u globalno javno mnjenje samo ako je pozitivno i korisno za nas. Inače nas ne interesuje.
- Sindrom jednokratnog komunikacijskog tika: Zašto nas optužuju za nekomunikativnost - pa o tome se raspravljalo u našem poslednjem godišnjem izveštaju. Možemo komunicirati na dnevnoj bazi. Imamo važnijeg posla.
- Sindrom senovite varke: Filozofija niskog profila. Ova greška se temelji na uverenju da se organizacija može učiniti nevidljivom kad god se to želi. I zato mogu učiniti ono što oni žele i kako žele, bez puno brige o javnosti.

Suvišno je isticati da navedene nedostatke i greške mogu ugroziti javni imidž organizacije i da joj nanese ne samo promotivne već i faktoričke finansijske i poslovne štete - na duge staze!

Kao važan deo sistema integrisane marketinške komunikacije, odnosi s javnošću se predstavljaju u više uloga i funkcija koje se međusobno dopunjuju. Odnosi s javnošću se prvenstveno izražavaju: Kao plan - svesno planirani tok angažovane socijalne akcije, Kao pronicljivost - manevar kojim se nadmudruje konkurencija, Kao postupak - poseban tok organizovane društvene akcije usmerena prema ciljevima gde postoje dva oblika strategije: slučajna i namerna (programirana), Kao pozicija - sredstvo koje organizacija locira u svojoj sredini-strategija PR predstavlja posredničku silu između organizacije i njene društvene okoline.

Kao perspektiva - PR ovde predstavlja način kako se organizacija doživljava i ocenjuje interno, način na koji rukovodstvo organizacije oseća svet i konkurentsko okruženje.

U naučnoj i profesionalnoj javnosti postoji mnogo kontroverza oko toga da li su odnosi s javnošću samo jedan segment (deo) strateškog i operativnog marketinga, ili su potpuno odvojena naučna disciplina i stručna profesija. Svakako, postoji tendencija da se za odnose sa javnošću podvedu pod marketing. Uprkos željama nekih marketing menadžerima da drže sve pod svojom kontrolom, gotovo da ne postoje funkcionalna opravdanja za takav stav. Marketing je po definiciji upravljanje procesima za identifikaciju, predviđanje i ispunjavanje zahteva potrošača na odgovarajući i ekonomičan način. Svaki institut za odnose s javnošću uglavnom ovako opisuje svoje aktivnosti: planiran i trajan napor da se uspostavi i održi naklonost i razumevanje između jedne organizacije i ciljne javnosti. Poređenjem ovih dveju definicija može se videti da, iako postoje sličnosti između njih, odnosi s javnošću imaju mnogo šire polje profesionalne pokrivenosti od marketinga. Zagovornici dominantnog marketinga zahtevaju vrlo široka ovlašćenja, ali još ne tvrde da pokrivaju političke parlamentarne veze, interne odnose među zaposlenima, društvene odnose, kriznu upravu, korporacijsku društvenu odgovornost, ekološku zaštitu i uključenje u korporacijske strategije i planiranje. Pomenute aktivnosti upravo ulaze u domen rada odnosa sa javnošću.

Marketing, oglašavanje i odnosi s javnošću imaju nesumnjivo mnogo toga zajedničkog, ali to ne može poslužiti kao izgovor za veštačku identifikaciju različitih poslova. Velike organizacije će sigurno imati marketing odeljenje i odeljenje za odnose s javnošću. Nekada će se njihove aktivnosti preklapati, a ponekad će biti potpuno odvojene. Odnosi s javnošću će brinuti za ime i ugled organizacije, a marketing štiti proizvod i marku. To su povezane, ali različite stvari.

PERFORMANSE MODELA (TEHNIKA) U ODNOSIMA SA JAVNOŠĆU

Postoje vrlo različite modele i tehnike koje se koriste ili se mogu koristiti u uspostavljanju i negovanju odgovarajućih odnosa s javnošću.

Pojmovno izraženo koriste se pritom:

- elektronski emitovana reč

- štampane reči, živa reč
- izložbe i konferencije, lobiranje i parlamentarne veze
- sponzorstvo
- različiti i raznovrsni socijalni kontakti opšteg ili fokusiranog usmerenja

Navedeni modeli i tehnike imaju neke zajedničke karakteristike, ali u skladu sa opredeljenim i često različitim ciljevima koriste čitav arsenal različitih metoda i pristupa koje u svakoj konkretnoj situaciji treba obratiti posebnu pažnju.

Evidentno je da se u modernom sistemu obrazovanja u većini zemalja povećava broj fakulteta ili smeru visokog obrazovanja u kojem je obrazovanje za odnose s javnošću predmet. Takođe, postoji sve veći broj muškaraca i žena koji dolaze iz koledža sa diplomom za odnose s javnošću. Neki ljudi koji završe studije odnosa s javnošću, smatraju ih više kao dodatnu veštinu, nego kao rad za puno radno vreme. Niko ne sumnja da je znanje o odnosima s javnošću izuzetno važno za ljude koji imaju potpuno različite profesije. Prema nekim studijama obavljenim u SAD-u i Evropskoj uniji po stopi od 25 % godišnje raste potreba za specijalista za odnose s javnošću u mnogim kompanijama širom sveta i, uprkos nekim poslovnim smanjenjima izazvanim recesijom, sigurno se može predvideti stalan rast potražnje za stručnjake za odnose sa javnošću u mnogim kompanijama, društvenim organizacijama i agencijama. Prijatno iznenađuje broj žena koje se bave ovom profesijom. Mnoge vodeće pozicije u oblasti PR drže žene koje imaju maštu i sposobnost do najviših vrhova profesije. Svi praktikanti ne mogu doći do vrha. Međutim, neke velike mogućnosti se pružaju ženama i muškarcima na mnogim različitim statusnim nivoima i u mnogim specijalnostima. A novčani nagrade su svakako u srazmeri sa vrstom obavljanog posla. Institut za odnose s javnošću s vremena na vreme objavljuje prosečne plate svojih članova i one iskazuju stalni porast. Odnosi s javnošću, međutim, nisu lak posao. Uspešan angažman zahteva mnogo veština, kao što su zdrav razum, radoznalost, komunikativne sposobnosti, fleksibilnost, izdržljivost, pažnju na detalj, mašta, dobro opšte znanje i sposobnost za ulaganje dodatnog napora kada je to potrebno. Voleti ljude je neophodno, i pomaže. Razumeti ljude i šta oni vole i ne vole, je pritom veoma dragoceno.

ZAKLJUČAK

Osnovna filozofija odnosa sa javnošću je veoma jednostavna. Mnogi stručnjaci za marketing smatraju da je postavljene poslovne ciljeve lakše uspešno ostvariti uz podršku i razumevanje javnosti, nego kada je javnost suprotstavljena ili ravnodušna. Odnosi sa javnošću mogu se pritom opisati sa nekoliko ključnih reči, a te reči su ugled, percepcija, kredibilitet, poverenje, sloga i obostrano razumevanje zasnovano na istinitom i sveobuhvatnom obaveštavanju. To nije definicija, ali ukazuje na krajnje ciljeve. U ostvarivanju opredeljenih ciljeva treba svakako imati u vidu da je održavanje dobrih odnosa sa javnošću tj. još tačnije sa fokusiranim ciljnim javnostima – jer ih ima više, bitan sadržaj i bitna podrška dobrom funkcionisanju sistema integrisanih marketing komunikacija, koje kao integrativna komunikativna aktivnost – u jednom ili drugom smislu, na jedan ili na drugi način, obuhvataju i odnose sa javnošću.

BIBLIOGRAFIJA

1. Schiffman, G. L. & Lesile, L. K. (2004) *Ponašanje potrošača*, 7. izdanje. Zagreb: Mate d.o.o.
2. Shaprio, B. P. (2002) *Creating the Customer-Centric Team: Coordinating Sales & Marketing*, Harvard Business Scholl Publishing.
3. Shaprio, B. P. (1992) *The Marketing Mic*, Harvard Business School Publishing.
4. Shimp, T. (2000) *Adversting, Promotion and Supplemental Aspects of Integrated Communications*. Fort Worth: The Dryden Press.
5. Staton, W., Etzel M. & Walker B. (1994) *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
6. Stoner, J. A. F., Freemanm E. R. & Gilbert D. R. (1995) *Menadžment*. Beograd: Ženid.
7. Sudar J. & Keller G. (1991) Promocija, *Informator*. Zagreb.
8. Svensson, G. (2002) Beyond Global Marketing and Globalization of Marketing Activites. *Managment Decision*. 40 (6).
9. Svensonm G. (2001) Globalization“ of Business Activites: A „Glocal“ Strategy Approach. *Management Decision*. 39 (1).
10. Temporal, P. (2002) *Advanced Brand Management*. John Wiley & Sons, 2002.
11. Tihi, B. (2003) *Istraživanje marketinga*. Sarajevo, Zenica: Dom štampe.

RESUME

Public relations are focused on creating positive publicity of the organisation and as such are treated as a separate segment of promotion. Public relations are systematic, long-term activities in creating and maintaining a positive public attitude about the organization, and sometimes about certain individuals. The essence of public relations always remains the same, regardless of whether PR are used in the political arena, in business or commercial field, in social relations, charity or for obtaining aid, or in any other situation where there is a particular need for them. The methods to be used under all these different conditions, however, are significantly different. The basic philosophy of public relations is usually very simple. Many believe that it is easier to set goals and achieve success with the support and understanding of the public, but when the public is opposed or indifferent. Public relations can be described with a few key words, with words such as reputation, perception, credibility, trust, harmony and mutual understanding based on true and comprehensive notification. That is not a definition, but leads us to the ultimate goals. In exercising oriented goals, we should bear in mind that maintaining good relations with the public, i.e. more accurately with a focused target audience, is important for a well functioning system of integrated marketing communications, which as integrative communicative activity - in one sense or another, in one way or another, include public relations.

PROBLEMI I RAZVOJ FRANŠIZINGA U SRBIJI

Alija Jašarević, doc. dr

Soko Nada Štark

Beograd, Srbija

alija.jasarevic@atlanticgrupa.com

Apstrakt

U ovom radu ćemo u kratkim crtama pokušati da ukažemo na pojam franšizinga kao poslovnog koncepta, koji je u svetu zadnjih nekoliko godina u velikoj ekspanziji. Daćemo kratak osvrt na trenutno stanje u Srbiji, ukazati na probleme, kao i na perspektive razvoja i daljeg širenja franšizinga u Srbiji. U Srbiji postoji vrlo velik interes za uvođenje franšizinga kod poznatih trgovačkih kuća za konverziju postojećih trgovina u franšize i delimično za nastajanje novih posebnih trgovina - franšiza.

Cljučne riječi: franšizing, davalac franšize, primalac franšize, preduzetništvo, razvoj preduzeća

PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF FRANCHISING IN SERBIA

Abstract

In this paper we will briefly try to show the concept of franchising as a business concept that has grown enormously in the world during the last few years. We will give a brief overview of the current situation in Serbia, highlighting the problems and prospects of further expansion and development of franchising in Serbia. In Serbia, there is keen interest for the introduction of franchising at famous trading houses for the conversion of existing stores into franchises, and in part for the creation of new special stores - franchises.

Keywords: franchising, franchisor, franchisee, entrepreneurship, business development

JEL codes: M31

UVOD

Franšizing se definiše kao sistem saradnje i međusobnih poslovnih odnosa između nezavisnih, tj. odvojenih preduzeća povezanih ugovorom o franšizingu na osnovu kojih jedan od njih (nosilac franšizinga-*franšizer*) ustupa drugom (korisnik franšizinga- *franšizant*) pravo korišćenja znakom (zaštitni znak ili *trade mark*), osiguravajući ujedno pomoć i redovne usluge radi olakšavanja eksploatacije, a za to naplaćuje određenu protivvrednost u novcu-franšizu [6, str. 236].

Franšiza je poslovno udruživanje u kojem se uspešni poslovni koncept, koji uspešno deluje na nekom terenu, klonira/presađuje sa svog matičnog terena na neki drugi, po principu "ključ u ruke". Ona se sastoji od poslovnog paketa koji sadrži: marku ili marke, sastav ili *know-how*, poslovno iskustvo, stalnu stručnu podršku, marketing i PR, obuku, priručnik, robu ili uslugu. Za ulazak u preduzetništvo kupovina franšize

je sigurniji način započinjanja sopstvenog privatnog posla, jer je u interesu obe strana, davaoca franšize i primaoca, da posao uspe i da se razvija. Kupovinom franšize prodaje se roba i usluge koje se odmah prepoznaju na tržištu, jer već negde uspešno deluju. Bitno je to da se pri kupovini franšize dobije obuka i podrška koja će doprineti uspehu. [7, str. 11]

Franšize postoje u različitim granama, od umetničkih galerija do stolarskih radionica, od kafea i prodavnica računara do kozmetičarskih usluga i dr. Privlačnost franšiznog poslovanja je u tome što sam koncept franšize olakšava preduzetniku/početniku ulazak u posao.

U Srbiji postoji vrlo velik interes za uvođenje franšizinga kod poznatih trgovačkih kuća za konverziju postojećih trgovina u franšize i delimično za nastajanje novih posebnih trgovina - franšiza.

Radi boljeg sagledavanja problematike franšizinga moramo ukazati na sledeće pojmove:

- ✓ "*Know-how*" znači skup ne-patentirane praktične informacije koja je rezultat iskustva i provere od strane davaoca franšize i on je tajan, temeljit i određen;
- ✓ "*Tajan*" znači da *know-how*, kao celina ili u preciznom obliku i zbiru svojih delova, nije poznat ili lako dostupan; nije ograničen u smislu da svaki pojedinačni deo *know-how*-a treba da bude potpuno nepoznat ili nedostupan van posla kojim se bavi vlasnik franšize;
- ✓ "*Temeljit*" znači da *know-how* sadrži važne informacije o prodaji proizvoda krajnjim potrošačima, a posebno o prezentaciji proizvoda za prodaju, obradi proizvoda u vezi s pružanjem usluga, metodama ophođenja s kupcima, kao i administrativnim i finansijskim upravljanjem;
- ✓ *Know-how* mora da bude koristan primaocu franšize tako da mu omogućuje, na datum zaključivanja ugovora, da poboljša svoju konkurentnost, tako da poboljša korisnikovo poslovanje ili mu pomogne da stupi na novo tržište;
- ✓ "*Određen*" znači da *know-how* mora da bude opisan na dovoljno razumljiv način tako da je moguće proveriti da li se ispunjavaju kriterijumi tajnosti i važnosti; opis *know-how* može biti smešten u franšizni ugovor ili na poseban dokument ili zabeležen na bilo koji drugi ustanovljen način.

PROBLEMI I RAZVOJ FRANŠIZINGA U SRBIJI

Tokom septembra 2010. godine, Franšizni Centar za preduzetništvo u Beogradu je sproveo anketu od 50 ljudi, tražeći šta ispitanici (predstavnici banaka, preduzetnika i advokata) misle o barijerama prema franšizi u Srbiji. Njihovi odgovori bili su: [12, str. 6]

- ✓ **Zakoni** - ne postoji pravna regulativa o franšizi u Srbiji. Reč "franšiza" samo se spominje u trgovačkom pravu. No, Srbija nije čudo u tom pogledu: svega 52 zemalja u svetu spominje franšizno poslovanje na bilo koji značajan način u svoje pravne sisteme. Zajedničko ili ne, međutim, nedostatak jasne pravne odrednice stvara poteškoće advokatima u Srbiji kako bi svojim klijentima, posebno tokom faze ugovaranja dali određene savete iz franšiznog poslovanja.

- ✓ **Infrastruktura** - postoji oskudica infrastrukture vezane za franšizno poslovanje: nema banke koja će pomoći franšizi, premalo obrazovne centre, nema dovoljno savetnika koji bi mogli pomoći potencijalnim davaocima franšize u razvijanju sopstvene mreže. Nema dovoljno edukacije o franšiznom poslovanju, pa čak i potencijalni primalac franšize ne zna gde da ide i kome se obratiti ako želite saznati više o franšizi, i kako se može raditi.
- ✓ **Problemi** kod banaka (koje nisu upoznati s franšizom) - banke ne prepoznaju franšizno poslovanje kao relativno siguran način ulaska u novi poslovni poduhvat i ne nude specijalizovane kredite za franšizno poslovanje u industriji. Prema istraživanju koje je sprovedla Franchise Center Beograd (2010), neki predstavnici banaka, rekli su da će takođe tražiti garanciju za kredit od davaoca franšize. Banke ne žele da obrazuju svoje zaposlenike kako bi saznali više o ovom načinu poslovanja.
- ✓ **Malo tržište** - jer Srbija ima samo 8 miliona stanovnika, ispitanici su pesimisti da će najveći davaoci franšize doći u Srbiji zbog logističkih problema: percepcija je da je puno lakše otvoriti lokaciju u Londonu nego u Srbiji. Veliki i poznati davaoci franšize traže veće površine u smislu broja stanovnika u razvoju novih koncesija, i često se opiru prilagođavanju lokalnim standardima i cenama. Manji franšizor koji bi želeli ući u Srbiju nisu tako dobro poznati preduzetnicima Srbije, te su stoga retko izbor franšizora.
- ✓ **Franšiza nije poznat način poslovanja** - ljudi retko prepoznaju šta je franšiza, mnogi misle da je to povezano sa osiguranjem. To je prema anketi najveća prepreka jer ljudi nisu spremni da ulaze u nešto s čime nisu upoznati. Zato treba organizovati što više seminara i okruglih stolova na temu franšize kako bi se edukovali preduzetnici, i uočili koje potencijale i prednosti ona nudi. Ispitanici takođe navode da je sjajna prilika za razvoj franšizinga u Srbiji, da postoji mogućnost za visok rast u ovom sektoru (do 30%), te da će članstvo Srbije u EU podstaći razvoj franšize. Ova anketa je pokazala da, iako franšiza nije poznat način poslovanja, ispitanici vide svetlu budućnost za franšizno poslovanje u Srbiji.

Prema gore navedenoj anketi, ima neki prepoznatljivi razlozi za relativno spor razvoj franšiznog poslovanja u Srbiji:

- ✓ preduzetničko razmišljanje,
- ✓ nedostatka obrazovanja o franšizi, i
- ✓ slabo nacionalno franšizno udruženje

Prvo, mnogi preduzetnici će radije posedovati vlastite firme i imaće potpunu slobodu u poslovanju, nego podneti ograničenja koje nameće ugovor o franšizingu. Drugo, preduzetnici u Srbiji nisu u potpunosti upoznati s prednostima koje bi mogao da stekne time što je član uspešnog franšiznog sistema. Obe prepreke za franšizni rast možemo prevladati uspostavljanjem sistema obrazovanja i pružanjem veće finansijske pomoći od strane države. Treće, treba širiti i ojačati franšizno udruženje i na lokalnom nivou stvarajući pritom jake i neraskidive veze među preduzetnicima Srbije.

U našoj zemlji je franšizing počeo da se razvija još osamdesetih godina 20. veka, kupovinom licence za Coca-Colu. Prema ocenama Privredne Komore Srbije,

prisustvo franšiznog koncepta poslovanja u Srbiji se od 2000. povećava, ali svest o prednostima tog poslovanja u srpskim poslovnim krugovima i dalje nije na visokom nivou.

Pre dvadesetak godina kada se franšizing počeo primenjivati i u našoj zemlji (dolaskom restorana McDonald's u Beograd, ili turističke agencije Montenegro iz Budve), vršene su i brojne pripreme za uvođenje franšizinga po licenci drugih inostranih kompanija. Tada se franšizing uvodio po principu stranih ulaganja, *joint venture*, što nije bio pravi franšizni sistem, jer nisu postojali potrebni sistemski uslovi. Ova početna praksa, dakle, nije bila podržana odgovarajućom zakonskom regulativom.

Danas, samo u Srbiji posluje oko 270.000 preduzetnika, uključujući 90.000 malih i srednjih preduzeća, a strategijom razvoja planira se porast njihovog broja na 400.000 preduzetnika u narednih 5 godina, uz mogućnost zapošljavanja oko milion zaposlenika. To je ogroman potencijal i prostor za internacionalizaciju poslovanja naših preduzeća primenom franšizing sistema. Takvo umrežavanje preduzeća i poslovno povezivanje velikih preduzeća sa mnogo manjih predstavlja savremeni trend privrednog poslovanja, a i osnovu franšizing sistema.

Za adekvatnu primenu franšizinga u našoj zemlji neophodno je sprovesti doslednu privatizaciju društvenih preduzeća, izvršiti denacionalizaciju i zakonom garantovati privatnu svojinu. Pored toga, međutim, da bi se franšizing agresivnije primenio i postao osnovna metoda rada većine preduzetnika, treba obezbediti adekvatan tržišni ambijent, sa odgovarajućom zakonskom regulativom i neophodnim institucijama za njegovu primenu. Za ulazak međunarodnih franšiznih sistema je od velikog značaja i politička stabilnost i ukupna društvena klima u zemlji. Tim pre što primena inostranog franšiznog sistema predstavlja svojevrsnu formu stranog ulaganja.

Sadašnje stanje, privredne tendencije i visok spoljnotrgovinski deficit – i pored makroekonomske i valutne stabilnosti – ukazuju na nužnost bržeg prihvatanja i primene franšizinga u našoj privredi, uporedo sa primenom drugih poslovnih odnosa, kao što je lizing, faktoring, barter i drugi. Bez franšizinga naša zemlja ne može zakoračiti dublje u proces tranzicije i sprovođenja ekonomskih i drugih reformi, jer on može podstaći privredni razvoj po isprobanim receptima u svetskim razmerama.

Za naše uslove franšizing može biti primenjiv u brojnim delatnostima i prihvatanjem od strane velikog broja nezaposlenih radnika, otvaranjem franšiznog preduzeća ili prodavnice. Kod nas postoje brojne pretpostavke i potencijali za primenu franšizinga, a pošto franšizing nudi i brojne prednosti, mogućna je i izgradnja domaćih franšiznih sistema, pored uvođenja inostranih. Danas se procenjuje da je prijavljeno milion nezaposlenih radnika i da postoje ogromni neiskorišćeni proizvodni i poslovni prostori koje, uz određena finansijska ulaganja, treba aktivirati primenom franšizinga. Utoliko pre što privatizacijom veliki broj radnika ostaje bez posla, uz određenu finansijsku otpremninu koja se može uložiti u osnivanje preduzeća ili radnje i tako se aktivno uključiti u novi posao. Taj novi posao može biti najbolji ako je franšiziran, što značajno olakšava izgradnju i formiranje novog preduzetnika, kao vlasnika, kooperanta ili saradnika franšizeru. Međunarodni franšizing je ozbiljno otežan zakonima i pravilima koji se razlikuju od zemlje do zemlje. Prema mišljenju domaćih stručnjaka za franšizing, za razvoj ovog načina

poslovanja na našim prostorima je prvenstveno potrebno da se, pored definisanja u Zakonu o obligacionim odnosima, mesta franšizinga utvrde i u Zakonu o trgovini, kao i u Zakonu o ekonomskim odnosima sa inostranstvom. Ovo bi dovelo do preciznije vizije franšiznog poslovanja inostranih firmi kod nas. Zbog ovih nedostataka u domaćim zakonima, strana preduzeća koja u inostranstvu posluju po principima franšizinga, kod nas to trenutno ne mogu. Tako, npr. McDonald's kod nas ne posluje kao franšizni sistem, već na osnovu ugovora o stranom ulaganju, odnosno *joint venture* aranžmana. Kada su naši potencijali u pitanju, stručnjaci ističu da su za franšizno poslovanje trenutno najpogodniji lanci nekretnina, dečiji vrtići, bioskopi, krojački i frizerski saloni, sportske usluge i učenje stranih jezika. Vrlo je interesantna i poljoprivreda, oblast seoskog turizma, prerada ili priprema poljoprivrednih proizvoda za industrijsku preradu. Zatim su tu i apoteke koje mogu putem franšize da se snabdeavaju od proizvođača ili veletrgovca.

1. JOLLY TRAVEL

Turistička agencija Jolly Travel od svih agencija koje prihvate franšizu očekuje da ispune minimum materijalnih, finansijskih, kadrovskih i tehničkih uslova, koji garantuju da će biti u stanju da pruže turističke usluge bar približnog kvaliteta onima koje pruža Jolly Travel. To se, pre svega, odnosi na minimum tehničke opremljenosti i standardni izgled Jolly Travel poslovnice. Cene i drugi uslovi franšize utvrđuju se u neposrednim kontaktima sa poslovnim partnerima.

2. COMTRADE

Kompanija ComTrade Group, jedan od najvećih uvoznika kompjuterske opreme i mobilnih telefona u Jugoistočnoj Evropi, zbog otvaranja većeg broja maloprodajnih objekata potražuje partnere koji poseduju odgovarajući maloprodajni prostor na atraktivnim lokacijama u svim većim gradovima Srbije, radi poslovanja na bazi franšizinga. Svaki ComTrade Shop dobija sertifikat da je deo lanca prodavnica kompjuterske opreme ComTrade. Takođe svaki ComTrade Shop mora da nosi i prepoznatljivu svetleću reklamu.

3. POŠTA

Iz PTT Srbija najavljeno je da će u Srbiji proraditi prve "ugovorne pošte", koje će poslovati po principu franšize. Ovi ugovori sklapaće se sa privatnicima koji će mini-pošte otvarati npr. u prodavnicama, samoposlugama, mesnim zajednicama... Cilj sklapanja ugovora je maksimalno širenje mreže, da bi se povećala dostupnost korisnicima i obezbedio bolji servis, ali bez dodatnih troškova. Za uvođenje franšizinga u domaćoj pošti uzet je kanadski model. Kanadska pošta je počela sa razvojem ovog programa još 1985. godine, sa ciljem da poboljša pružanje usluga korisnicima, ali i da se manje profitabilne pošte zamene profitabilnijim prodajnim mestima u privatnom vlasništvu i da se iskoriste privatni dileri sa iskustvom u maloprodaji. Za deset godina od otvaranja prve franšize promenjeno je oko 1.100 pošta u ruralnim područjima i više od 1.600 prodajnih mesta u gradovima. Danas je situacija takva da u ukupnim poštanskim prihodima privatne pošte učestvuju sa 59%, a korporativne (one u vlasništvu Kanadske pošte) sa 41%.

Franšizing se masovno primenjuje u SAD-u, gde se on pojavio pre više od sto godina. Rast proizvodnje i potreba za brзом distribucijom i masovnijim plasmanom gotovih proizvoda na novim tržištima doveli su do ekspanzije primene franšizinga i

u ostalim zemljama sveta. Dugogodišnja primena je evidentna u Australiji, Japanu, Francuskoj, Nemačkoj i Austriji, a u poslednje vreme sve je veća njegova primena i u zemljama u tranziciji, kao što su Poljska, Češka i Slovenija. Danas u Nemačkoj funkcioniše oko 1.000 franšiznih sistema, sa bogatom praksom od oko 25 godina, dok je u Austriji oformljeno oko 400 sistema. U svim ovim zemljama se počelo sa primenom franšizinga uvođenjem proizvodnje i distribucije Coca-Cole, restorana McDonald's, zatim prodajom automobila, tekstila i drugih usluga. Tako se za poslednjih 40-50 godina franšizing posao razvio u jedan konzistentan tržišni model privređivanja, sa stalnom penetracijom na nova tržišta. Mnoge zemlje u svetu su prihvatile franšizing zato što je to jednostavan metod za organizovanje i primenu. Ovi sistemi su, kao maloprodajni objekti, kvalitetom proizvoda i usluga, sticali poverenje ogromnog broja potrošača. Tako su svetske kompanije izgrađivale sopstveni imidž i brend, što je omogućavalo otvaranje novih franšiziranih poslovnih jedinica u drugim zemljama. Zato se sa pravom očekuje da primena franšizinga u savremenom biznis formatu dostigne svoju kulminaciju u 2010. godini, kada će, kako se predviđa, postati dominirajući oblik poslovanja malih i srednjih preduzeća i preduzetnika, pre svega u Nemačkoj i Francuskoj. Tokom 2010. godine većina analitičara je procenila da se kroz franšizu zarađuje više od 40% maloprodaje u SAD. Industrijski analitičari smatraju da franšize zapošljavaju više od 8 miliona ljudi, a svakih 8 minuta se otvori nova franšizna lokacija u SAD, i otprilike jedna od 12 maloprodajnih lokacija je franšizna.

Tabela 1 : Primeri franšize u Srbiji

Ime Firme	Delatnost	Web adresa
Fornetti	mini peciva za poneti	www.fornetti.rs
Jolly Travel	turistička agencija	www.jolly.rs
Rembraco	kafe automati	www.rembraco.com
Roma company	prodaja boja i lakova	www.roma.rs
PC centar	prodaja računara i opreme	www.pccentar.com
Sorbino	modna konfekcija	www.sorbino.net
Jugodata	prodaja računara i opreme	www.jugodata.rs
Afrodita mode collection	prodaja modne konfekcije	www.amcafrodita.rs
Klas	peciva i mini pekare	www.klasad.com
Metropolis group	prodaja nekretnina	www.metropolis-group.com
Top-Shop	proizvodi sa TV shopa	www.top-shop.rs
Maxi	sistem prodavnica mini Maxi	www.maxi.rs
Helendoron	škola Engleskog jezika	www.helendoron.com

U Evropi je tokom 2010. godine poslovalo je oko 3.700 davalaca franšize na preko 145.000 lokacija. Ostvareni godišnji promet iznosio je oko 75 milijardi eura, a u franšiznom poslovanju zaposleno je oko 1,3 miliona ljudi. Što se tiče zemalja u tranziciji, na vrhu je Mađarska koja ima 400 franšiznih lanaca, od kojih je 50 % domaćih. Nakon Mađarske su Poljska i Slovenija sa oko 120 franšiza, i to 55,7 % domaćih. U Hrvatskoj trenutno postoji oko 120 davalaca franšize od kojih je 30 domaćih. Iza Hrvatske sledi Češka koja ima oko 55 franšiza [12, str. 8]. U Srbiji,

pored inostranih, posluje oko 20 domaćih franšiza (Roma Company, ComTrade Group, Jolly Travel, AMC - Afrodite Mode Collection, PC Centar Jugodata i dr.).

Franšizing poslovanje polako ulazi u Srbiju, ali svest o njegovim prednostima u poslovnim krugovima i dalje nije raširena. Ovaj oblik preduzetništva više je nego idealan na tržištu na kojem je teško samostalno započeti posao. U tu svrhu otvoren je i *Centar za franšizing*, pod okriljem *Privredne komore Srbije* i u saradnji s *Trgovinskim odeljenjem Ambasade SAD*. Cilj osnivanja ove institucije jeste upoznavanje javnosti u Srbiji s franšizingom i pomoć srpskim preduzetnicima u otpočinjanju franšiznog poslovanja ili u razvijanju već postojećeg. U svetu se više od 50 odsto ukupne maloprodaje obavlja putem franšizing poslovanja. mnogi davaoci franšize. Strane franšize koštaju od 5.000 evra pa naviše, a suština ovakvog načina poslovanja jeste da se preduzeća u razvoju ili privatnici sa ograničenim kapitalom priključe većim sistemima i uz nešto manju zaradu steknu sigurnost u svom poslovanju. Svoj dolazak u Srbiju najavili su mnogi davaoci franšize. Strane franšize koštaju od 5.000 evra pa naviše, a suština ovakvog načina poslovanja jeste da se preduzeća u razvoju ili privatnici sa ograničenim kapitalom priključe većim sistemima i uz nešto manju zaradu steknu sigurnost u svom poslovanju. Najveća prednost ovakvog poslovanja jeste to što, osim brenda i standarda, omogućava i mala ulaganja i smanjen rizik u poslovanju. Franšizing je i metoda privrednog razvoja koja se primenjuje u preko 70 privrednih i uslužnih delatnosti, s velikim profitom i brzim obrtom kapitala. Ovaj metod poslovanja može imati veoma velik uticaj na razvoj privrede jedne zemlje kroz smanjenje nezaposlenosti, ali i kroz povećanje nivoa pružanja usluga i roba na svetskom standardu. Ovakvo poslovanje je velika prednost spram započinjanja novog posla, jer se izbegavaju greške koje obično čine početnici.

U Srbiji postoji potencijal i prostor za internacionalizaciju poslovanja preduzeća primenom franšizing sistema. Takvo umrežavanje preduzeća i poslovno povezivanje velikih i malih preduzeća predstavlja savremeni trend privrednog poslovanja. Da bi franšizing postao i osnovna metoda rada većine preduzetnika, treba obezbediti adekvatan tržišni ambijent sa odgovarajućom zakonskom regulativom i neophodnim institucijama za njegovu primenu, što u Srbiji još nije učinjeno. Sadašnje stanje u privredi, visok spoljnotrgovinski deficit – i pored makroekonomske i valutne stabilnosti – ukazuje na nužnost bržeg prihvatanja i primenu franšizinga u domaćoj privredi, uporedo sa primenom drugih poslovnih odnosa, kao što je lizing, faktoring, barter i drugi. Bez franšizinga Srbija ne može zakoračiti dublje u proces tranzicije i sprovođenja ekonomskih i drugih reformi, jer on može podstaći privredni razvoj po isprobanim receptima u svetskim razmerama. Preuzimanjem franšizinga preduzeće dobija nov poslovni koncept pod imenom poznate firme, kao pravno i finansijski odvojeni i nezavisni privredni subjekt. Za domaće tržište franšizing može biti primenljiv u brojnim delatnostima i prihvaćen od velikog broja nezaposlenih radnika, otvaranjem franšiznog preduzeća ili prodavnice. Moguća je, pored uvođenja stranih sistema, i izgradnja domaćih franšiznih sistema. Utoliko pre što privatizacijom veliki broj radnika ostaje bez posla, pa otpremninu mogu uložiti u osnivanje preduzeća ili radnje i tako započeti nov posao. Franšizing je i za primaoca i za davaoca franšize bitan, jer pospešuje cirkulisanje i razvoj preduzetničkog duha.

Nekoliko stranih davalaca franšize uspešno rade u Srbiji. *McDonalds* ima više od deset poslovnica u Srbiji, lanac benzinskih pumpi *OMV* ima oko 20, *Coca-cola* ima veleprodajnu franšizu. Primalac franšize mora imati ili dobru lokaciju ili finansijska sredstva, znanje, ali je potrebno i da stekne poverenje davaoca. Ako se ispune ti uslovi, onda davalac kreditira nabavku opreme, robe, sredstava za gradnju objekta.

AKTUELNE FRANŠIZNE PONUDE IZ SAD

1. DR VINYL (www.drvinyl.com, www.thedoctorstouch.com)

Firma je osnovana 1972. godine i glavna delatnost je popravka, rekonstrukcija i farbanje svih vrsta oštećenja na vozilima, kamionima, čamcima, restoranima, bolnicama, fitnes centrima i dr. (spolja i iznutra). Koristeći poslednje tehnologije i high-tech materijale, uspešno repariraju sve vrste oštećenja, naprslina, poderotina (bilo koji materijal ili tkanina). Zainteresovani su za davanje franšize firmama u Srbiji. Potencijalni franšizant kupovinom ove franšize dobija: intenzivni trening (3 nedelje u sedištu firme), *know-how*, kompletni softver za računovodstvo, priključenje na centralnu bazu podataka, prepoznatljiv brend, pomoć pri regionalnom širenju franšize, konstantna obuka u inovacijama itd.

2. CARTRIDGE WORLD (www.cartridgeworldusa.com)

Osnovani su 1997. godine, kao firma za međunarodnu franšizu. Bave se punjenjem inkdžet i laserskih kertridža. Danas imaju preko 1700 franšiznih jedinica širom sveta. Zainteresovani su za davanje master franšize firmama u Srbiji. Kupovinom master franšize (inicijalni ulaz je 30,000\$), potencijalni kupac dobija: pomoć pri pronalaženju i opremanju kancelarije, obuku u sedištu kompanije, mašine za punjenje, zalihe, svečano otvaranje, oglašavanje i promociju tokom trajanja franšize itd.

3. GEEKS ON CALL (www.geeksoncall.com)

Specijalizovana IT firma, koja pruža kompjuterske usluge i podršku, najčešće za MSP (izvlačenje podataka iz pokvarenog kompjutera, umrežavanje, osigurava poverljivost podataka, hardver i softver, on-site kompjuterska podrška, backup softver podataka itd). Osnovani su 1999. godine, a franšizom su počeli da se bave 2001. Trenutno poseduju 250 franšiznih jedinica u SAD i sa tendencijom rasta. Prepoznatljivi su po sertifikovanim i obučenicima tehničarima, sa plavim vozilom PT Cruiserom. Po oceni magazina *Entrepreneur and Franchise Times*, oni su jedna od najbrže rastućih franšiza u SAD. Traže master franšizere i žele da se prošire na tržište JI Evrope.

4. CARTRIDGE DEPOT (www.thecartridgedepot.com)

Firma koja se bavi punjenjem ketrizidža za sve vrste štampača. Njihov cilj je da dopunjavanjem ketrizidža naprave unosan franšizni biznis, koristeći mašinu Ink3000 i najsavremeniju tehnologiju. Ova tehnologija je sertifikovana sa standardom ISO 9001 i koristi se u preko 5000 franšiznih jedinica širom sveta. Cartridge Depot je ekskluzivni distributer ovakve tehnologije u severnoj Americi, dajući svojim budućim franšizoprimcima konkurentsku prednost. Njihove franšize su rasprostranjene širom SAD (u 7 država) Takođe, brinu i o recikliranju. Žele da se prošire na tržište Evrope.

ZAKLJUČAK

Franšizing je savremeni kooperativni poslovni sistem, koji je primenljiv u svim oblastima proizvodnje, prometa i pružanja usluga. Franšizant organizuje sistem i dominira u poslu, jer efikasno obavlja četiri najvažnije poslovne funkcije: razvoj, marketing, finansije i informisanje. Franšizing sistemu po pravilu pristupaju mali privrednici privatnog sektora i oni se nazivaju franšizati. Međusobni odnosi regulišu se ugovorom o franšizingu. Detaljno se razrađuje tehnologija svih poslova koji će se zajednički obavljati. Svedoci smo da danas velike kompanije postaju još veći, a mali postaju još manji ili jednostavno propadaju. Jedan od načina da se "ostane u igri" je saradnja sa kompanijama koje imaju već izgrađen i poznat brend i imidž. Uz izgrađenu logističku i marketinšku podršku mnogo je lakše poslovati. Najveći proizvodno-trgovinski lanci danas široko koriste sistem franšizinga u nacionalnim i međunarodnim razmerama. Razvoj sistema franšizinga u međunarodnom proizvodno-trgovinskom poslovanju jasno pokazuje da su njegove prednosti daleko veće od nedostataka koje sadrži. Imajući to u vidu može se reći da franšiza za mnoge poslovne ljude predstavlja jednostavno i uspešno rešenje. Posebno je značajno rešenje u slučajevima kada nedostaje neki od faktora koji doprinosi poslovnom uspehu (tržište, radna snaga, finansijska sredstva, oprema, itd.). U razvijenim zemljama franšizing se primenjuje u preko 70 privrednih i uslužnih delatnosti, a preko njega se ostvaruje oko 50 % ukupnog prometa u maloprodaji. Trend razvoja franšize u svetu je u porastu. Srbija je skoro na dnu lestvice po broju franšiza u Evropi, tako da postoji veliki potencijal za razvoj ovog vida poslovanja, posebno u oblasti trgovine i turizma.

Franšizing je veoma uspešan način organizovanja za 'nadolazeći' finansijski i intelektualni kapital van granica zemlje korisnika. U prethodnoj deceniji bili smo svedoci velikog pomeranja političkih i tehnoloških barijera. Danas franšizing jeste forma prisutna u praksi svih zemalja. Posebno je karakterističan za mnoge razvijene ekonomije. Franšizing sistem podržava i doprinosi razvoju malih i srednjih preduzeća i takozvanoj srednjoj poslovnoj klasi. On pomaže kompanijama da se odupru zahtevima tržišta, koji su nametnuti od strane velikih i jakih učesnika-igrača. Veliku prednost franšizing ima, u odnosu na druge forme, u procesu privatizacije komunalnih i drugih preduzeća čiji je osnivač lokalna samouprava.

BIBLIOGRAFIJA

1. Alpeza M., Erceg A. (2006) *Franšiza – 20 najtraženijih odgovora*. Osijek: Centar za franšizu Centra za poduzetništvo Osijek.
2. Baillieu D. (2001) *Franchising: Fact, fraud & fallacy*. London: Streetwise.
3. Brown H.,(1969) *Franchising, Trap for Trusting*. Boston: Appendix A.
4. Jašarević, A. (2011) *Franšizing u Srbiji kao poslovni koncept razvoja preduzetništva* - doktorska disertacija. Novi Pazar: Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru.
5. Mendelsohn, M.(1995), *Franchising in Europe*. London: Cassell.
6. Mašić B.(2001) *Menadžment*. Beograd: Univerzitet Braća Karić.

7. Lovrić et al., (2003) *Vodič kroz poduzetništvo*. Zagreb: Hrvatska udruga za franšize i partnerstva.
8. Draškić, M. (1983) *Ugovor o franšizingu*. Beograd: Institut društvenih nauka - Centar za pravna i politikološka istraživanja
9. www.stark.rs, avgust 2011.
10. www.grandprom.rs, avgust 2010.
11. www.eff-franchise.org, avgust 2010.
12. www.pks.sr/franšizing, avgust 2010.

RESUME

Franchising is a modern cooperative business system, which is applicable to all areas of production, marketing and service delivery. A franchising system organizes and dominates four main business functions: development, marketing, finance and information. Franchising systems typically cooperate with small businesses and give them access to the private sector. Mutual relations are regulated by the franchise agreement. Advanced technology is being developed and all the work is carried out jointly. We are witnessing today that big companies are becoming even bigger and small companies become smaller or just disappear. One of the ways to "stay in the game" is a collaboration between companies that are already well-established with a well-known brand and image. With adequate logistic and marketing support it is much easier to do business. The largest production-trade chains now widely use the system of franchising at the national and international level. With this in mind we can say that franchise can be used for many business people as a simple and efficient solution. It is particularly important in cases where the decision lacks some of the factors that contribute to success in business (market, labor, funds, equipment, etc.). In developed countries, franchising is used in more than 70 commercial and service activities, and through it about 50 percent of total retail sales is done. The development trend of the franchise in the world is increasing. Serbia is almost at the bottom by the number of franchises in Europe, so there is great potential for this type of business, especially in trade and tourism.

Franchising is very useful for 'pouring' financial and intellectual capital across the borders of countries. In the past decade, we have witnessed a great shift of political and technological barriers. Today, franchising is present in virtually all countries, especially in the most developed economies. Franchising system supports and contributes to the development of small and medium enterprises and medium business class. It helps companies to resist the demands of the market, which are affected by big and strong players. Franchising has a great advantage over other forms in the process of privatization of utilities and other companies founded by local governments.

ULOGA ZNANJA U KREIRANJU KONKURENTSKE PREDNOSTI

Dragoljub Ilić

Vazduhoplovna akademija
Beograd, Srbija
ilicdragoljub57@gmail.com

Milena Cvjetković

Student Tehničkog fakulteta “Mihajlo Pupin”
Zrenjanin, Srbija
cvjetkovicm@gmail.com

Milovan Cvjetkovic

Intelekt
Beograd, Srbija
cvjetkovicm@hotmail.com

Apstrakt

Ključni faktor kreiranja konkurentske prednosti predstavlja znanje, a njegovo kreiranje, unapređivanje i iskorišćavanje otvara put ka uspešnom poslovanju. Znanje je faktor koji generiše brze promene i obezbeđuje opstanak u uslovima globalne konkurencije i nepredvidivog poslovnog okruženja. Obuka i razvoj zaposlenih treba da bude cilj kome teže preduzeća koja žele da obezbede opstanak, rast i razvoj. Unapređenjem znanja stvaraju povoljan ambijent za efikasnu realizaciju postavljenih ciljeva i izazove savremenog tržišta. Uspešne privrede i njeni subjekti svoju konkurentnost baziraju na obrazovanju svog stanovništva i unapređenju intelektualnog kapitala. Budući pravci razvoja naše privrede treba da se usmere upravo na investiranje u obrazovanje i znanje. Domaća preduzeća moraju da uvide značaj čoveka, sa svojim znanjima i veštinama, kao najvažnijeg resursa i obezbede njegovo stručno usavršavanje i obučavanje.

Ključne reči: znanje, obrazovanje, intelektualni kapital, unapređenje znanja, konkurentska prednost

ROLE OF KNOWLEDGE IN CREATING COMPETITIVE ADVANTAGE

Abstract

A key factor in creating competitive advantage is knowledge and his creation, improvement and exploitation of opening the way to a successful business. Knowledge is the factor that generates rapid changes and provides survival under conditions of global competition and an unpredictable business environment. Training and development of employees should be the goal for companies that want to ensure the survival, growth and development. Advancement of knowledge create a favorable environment on the efficiently implementation of the

objectives and challenges of today's market. A successful economy and its subjects base their competitiveness on education of its population and improving intellectual capital. Future directions for the development of our economy should focus precisely on investment in education and knowledge. Domestic companies must recognize the importance of men, with his knowledge and skills as the most important resource and ensure his professional development and training.

Keywords: knowledge, education, intellectual capital, knowledge improvement, competitive advantage

JEL codes: L10

UVOD

Ključni faktor konkurentnosti jedne države je znanje, odnosno opšte dostignuti nivo obrazovanja te zajednice, njena sposobnost za stvaranje inovacija, prihvatanje savremenih tehnoloških dostignuća, kao i sposobnost da se stvori novo znanje koje vodi daljem progresu. Globalizacija vodi ka društvu zasnovanom na znanju, kao najkonkurentnijem i najproduktivnijem obliku organizovanja.

Globalizacija je širenje znanja i ideja, tehnološki napredak, razvoj poslovnih procesa ili promena načina života. To je proces pomoću kojeg doživljavamo svakodnevni život, obeležen difuzijom proizvoda i ideja, koji postaje standardizovan širom sveta. Stvaran proces globalizacije je grčevit, haotičan i spor.

Razvoj konkurentnosti u regionalnom i globalnom okruženju, putem unapređenja produktivnosti, postao je konačan cilj kako preduzeća, tako i nacija. Unapređujući svoju produktivnost preduzeće ostvaruje brži razvoj, veći kvalitet i bolje rezultate poslovanja. Jedan od ključnih faktora povećanja produktivnosti i podizanja konkurentnosti je ljudski kapital iza koga stoje vrhunski lideri, kvalitetni menadžerski timovi i visoko kvalitetno obrazovanje.

Konkurentsku prednost stiču organizacije koje svoje poslovanje baziraju na intelektualnom kapitalu i inovativnosti. Investiranje u ljudski kapital i tehnologiju značajno doprinosi rastu i razvoju privrede i društva u celini.

ZNANJE KAO KLJUČNI RESURS SAVREMENOG POSLOVANJA

Uporedo sa tehnološkim promenama i rigoroznim uslovima poslovanja, većina uspešnih privreda tehnologiju i znanje su promovisali u ključne faktore proizvodnje. Znanje postaje osnovna forma kapitala, glavni pokretač privrednog rasta, a ulaganje u istraživačko-razvojne aktivnosti postaju potencijalno najprofitabilnije investicije. Sve većom brzinom protoka informacija, znanje postaje dostupno celokupnom svetu i doprinosi povećanju konkurentnosti preduzeća na globalnoj sceni.

Preduzeća moraju da ulažu sve značajnije napore da bi zadovoljili zahteve sve obrazovanih i informisanih klijenata (potrošača). U takvim uslovima kvalitet poslovanja predstavlja elementarni faktor konkurentnosti, koji se bazira na stalnom unapređivanju produktivnosti rada i znanja. Opstanak i uspeh na svetskom tržištu obezbedi će samo one kompanije koje budu sposobne da proizvode, upravljaju i kontinuirano povećavaju sopstveni intelektualni kapital [5, str. 306].

Znanje je, ne samo upotreba novih tehnologija u pristupu globalnom znanju, već i sposobnost prenosa istog drugim ljudima. U ekonomiji znanja pojedinci, preduzeća i zemlja biće sposobni da stvaraju bogatstvo srazmerno njihovoj sposobnosti da čuju i realizuju inovacije. Angažovanjem znanja, preduzeće mora saznati kako da promene uvrsti u intelektualni kapital, a samim tim i u dobit preduzeća. Intelektualni kapital preduzeća koji koristi znanje i sposobnost da stalno iznova i iznova poboljša proces proizvodnje je jedan od izvora konkurentnosti.

Da bi organizacija mogla da odgovori na promene u konkurentskom okruženju, da ostvari i održi svoju konkurentsku prednost, okreće se onome što je specifično njeno i po čemu se razlikuje od ostalih konkurentskih organizacija. To je znanje koje organizacija poseduje. Znanjem, koje danas predstavlja ključni resurs koji obezbeđuje konkurentsku prednost organizacije, potrebno je adekvatno upravljati. Pod upravljanjem znanjem podrazumevamo pretvaranje individualnog znanja zaposlenih u organizaciji u kolektivno, organizaciono znanje, koje bi bilo dostupno u pravom trenutku i na pravi način svim članovima organizacije na svim njenim nivoima.

Proces upravljanja znanjem u organizaciji suočava se sa dva glavna izazova. Kao prvo, poslovanje u dinamičnom i promenljivom okruženju znanja, gde su proizvodi, usluge i procesi uslovljeni postojanjem i iskorišćavanjem znanja, zahteva menadžere koji će stremiti napred i usmeravati organizaciju na pravi put. Drugi izazov se sastoji u tome što se znanje posmatra kao osnovno sredstvo za proizvodnju ili nevidljiva imovina preduzeća, i kao takvo zahteva specifične strategije, politike i sredstva kojima bi se ovom imovinom upravljalo.

Ekonomija znanja demonstrira novi kvalitet ekonomskog rasta i otkriva nove ekonomske mogućnosti saradnje i razvoja. Ona se sve više okreće ljudskim resursima, kreativnim idejama, liderstvu i novoj poslovnoj kulturi. Znanje je resurs koji veoma brzo zastareva, ono se unapređuje samo ukoliko se koristi.

UTICAJ ZNANJA NA INOVATIVNOST I KONKURENTNOST

U ekonomiji znanja najvažniji ekonomski resurs za postizanje konkurentске prednosti više nije kapital, prirodni resursi ili rad, već znanje, a u njemu intelektualni kapital. Preduzeća treba da uoče značaj intelektualnog kapitala, kao i metode pomoću kojih mogu svoja preduzeća pretvoriti u preduzeća utemeljena na znanju. Permanentno unapređenje produktivnosti znanja jeste osnovni imperativ moderne ekonomije i svakako najznačajniji faktor u konkurentskoj borbi preduzeća na globalnom tržištu.

Inovativnost predstavlja stvaranje prilika za profitabilnu primenu znanja, kreativnog mišljenja, sposobnost generisanja potpuno novih ideja i rešenja, te njihovu primenu u praksi. Ona predstavlja jednu od najznačajnijih karakteristika savremenog poslovanja na globalnom tržištu, a orijentisana je ka izgradnji znanja, korišćenju poslovnih prilika i prilagođavanju promenama okruženja u kojem deluje u sticanju prednosti nad konkurencijom [11, str. 78].

Da bi kompanija realizovala tržišni uspeh potrebno je da poseduje konkurentsku prednost u vidu nižih troškova i diferencijacije proizvoda, uz strategiju dugotrajnog

obezbeđivanja proizvoda i usluga visokog kvaliteta, uključujući permanentno inoviranje. Kvalitet poslovanja predstavlja elementarni faktor konkurentnosti, koji se bazira na stalnom unapređivanju produktivnosti rada i znanja.

Ljudski kapital, odnosno čovek sa svojim potencijalom kao resurs, predstavlja neophodan deo svakog poslovnog procesa. U potencijale zaposlenih spadaju: znanje, veštine, kompetencije, motivacija i kontakti, koji zapravo predstavljaju konkurentnu snagu. Međutim, da bi preduzeća zadržala i povećala vrednost intelektualnog kapitala, ne smeju ni jednog trenutka da zaborave na vrlo bitne aktivnosti koje utiču na rast ovog kapitala, a to su: ulaganje u obrazovanje, zapošljavanje kvalitetnih kadrova, uspostavljanje sistema ocenjivanja zaposlenih i rezultata njihovog rada, nagrađivanje i unapređivanje kvalitetnih kadrova, uključivanje radnika u proces odlučivanja, dodeljivanje većih odgovornosti.

Rast i razvoj preduzeća gotovo isključivo zavise od kvaliteta ljudskih resursa. Postavljanje, osmišljavanje i realizacija ciljeva, kao i mogućnost konkurisanja drugim srodnim preduzećima, zavise od ljudskih resursa koji to omogućuju. Upravo oni, koji su prepoznali ljudske resurse kao jedan od osnovnih činilaca uspeha poslovanja, daleko su uspešniji od onih koji još uvek nisu shvatili njihov značaj.

Upravljanje znanjem, tačnije tokovima znanja, može da doprinese uvećanju vrednosti i konkurentnosti, unapređivanjem njegove efikasnosti, povezanosti i inovativnosti [13, str. 46].

Aktivnosti upravljanja znanjem usmerene su na sticanje, razvoj i održivost intelektualnog kapitala u preduzeću, a samim time i održive konkurentne prednosti. Prvenstveno je upravljanje znanjem usmereno na stvaranje uslova u preduzeću koji omogućavaju prikupljanje, razmenu, transformaciju postojećeg znanja, kao i stvaranje novog znanja, a sve u cilju maksimizacije intelektualnog kapitala, pomoću kojeg preduzeće obezbeđuje održivu konkurentnu prednost na tržištu. Međutim, da bi intelektualni kapital mogao stvoriti održivu konkurentnu prednost on mora biti u interaktivnom odnosu sa znanjem. Samim tim, savremeni tokovi poslovanja dovode čoveka i upravljanje intelektualnim kapitalom u samo središte poslovne strategije, a znanje postaje temeljni faktor opstanka i razvoja.

POLOŽAJ NAŠE PRIVREDE I ISKUSTVA RAZVIJENIH ZEMALJA U POGLEDU OBRAZOVANJA

U sferi obrazovanja uloga globalizacije je ogromna. Države svoje strategije razvoja zasnivaju na ulaganje u obrazovanje, a neformalni oblici obrazovanja dobijaju sve veći značaj. Kamen temeljac borbe protiv siromaštva jeste obrazovanje ljudi. Srž socijalne politike u budućnosti predstavljaće zdravi i obrazovani ljudi. Izazovi globalizacije su ogromni, posebno za važno pitanje nezaposlenosti [1, str. 93].

Ulaganje u obrazovanje, istraživanje i nauku povećava produktivnost i konkurentnost. Taj stav, zasnovan na ljudskom kapitalu, izjednačava ulaganje u ljude sa ulaganjem kapitala. Što je ulaganje veće, veća je i produktivnost. Stiglic naglašava da je važna uloga obrazovanja u socijalizaciji. Ljudi se kroz obrazovanje uče kako da se ponašaju na radnom mestu, kako da izvršavaju zadatke, kako da

slede uputstva i rade u timovima. Oni što duže pohađaju škole ostvaruju više zarade, a primećeno je i da su produktivniji. [3, str. 438].

Obrazovanje utvrđuje razlike u kvalifikacijama, pa omogućava usklađivanje pojedinaca i radnih mesta. Na ovaj način se povećava produktivnost i obezbeđuje značajna korist za društvo. Potrebno je istaći i jačanje vrednosnog sistema društva kroz obrazovanje. Ovakav razvoj ljudi utiče na povećanje produktivnosti, rast životnog standarda, ali ne manje važno, razvoj umetnosti i kulture uopšte.

Sve države koje teže povećanju prosperiteta, moraju povećavati kvalitet obrazovanja. Globalna ekonomija podrazumeva da su zaposleni obrazovani i sposobni da se prilagođavaju okruženju koje se brzo menja. Važnost stalne stručne obuke, koja se u mnogim privredama zanemaruje, značajna je ako obezbeđuje stalnu nadogradnju veština i znanja zaposlenih, u skladu sa potrebama proizvodnih sistema. Prema nivou BDP po glavi stanovnika Srbija se nalazi na 78. mestu u svetu, što bi trebalo da odgovara i nivou konkurentnosti. Međutim, prema Indeksu globalne konkurentnosti Srbija je tek na 95. mestu. Što se tiče visokog obrazovanja i obuke, Srbija se nalazi na 81. mestu. Ovakav rezultat svrstava Srbiju u red zemalja sa nedovoljno razvijenim školstvom, što je usko povezano sa nedovoljnim izdvajanjima države (3,5% BDP), u poređenju sa zemljama OECD-a (6% BDP). Kada se ovome dodaju i statistički podaci o obrazovnoj strukturi stanovništva, može se konstatovati da je odnos države i društva prema obrazovanju zabrinjavajuće loš.

U tabeli 1. prikazano je poređenje Srbije sa zemljama u okruženju, prema četiri kriterijuma petog stuba indeksa globalne konkurentnosti - visoko obrazovanje i obuka [12, str. 442-449].

Tabela 1. Rangiranje zemalja prema kriterijumu obrazovanja i obuke

Pozicija prema GCI 2011-2012 (142)	Stopa upisa visokog obrazovanja	Kvalitet obrazovnog sistema	Lokalna dostupnost specijalizovanih istraživanja i obuka	Obim obuke i kadrova
Albanija	89	45	100	32
BiH	63	73	122	137
Bugarska	47	101	82	128
Hrvatska	52	89	60	125
Mađarska	24	80	75	111
Crna Gora	45	39	87	66
Rumunija	23	90	112	79
Srbija	50	111	113	132
Slovenija	4	63	40	83
Makedonija	58	45	100	32

U pogledu stope upisa visokog obrazovanja Srbija je relativno dobro rangirana, što predstavlja dobru osnovu za nastavak reformi i unapređenje školstva, usled postojećeg interesovanja. Nepovoljnu situaciju predstavlja to što u strukturi finansiranja dominiraju sredstva iz budžeta, što nije slučaj u drugim razvijenim zemljama. U pogledu kvaliteta obrazovanja, dostupnosti specijalizovanih istraživanja, kao i obima obuke i kadrova, nalazimo se na samom začelju u regionu.

Strategija Vlade u ovoj oblasti jasno je definisala probleme u kojima se država nalazi, sa jasnim smernicama kako ih prevazići, jer se situacija može oceniti kao alarmantna. Starosna piramida naučne zajednice je zabrinjavajuća: malo mladih, puno istraživača pred penzijom. U Srbiji se ne proizvodi, odnosno ne štiti intelektualna svojina. Republika Srbija nema kritičnu masu ni u jednom domenu.

Investiranje u nauku i obrazovanje, Vlada je postavila kao preduslov ekonomskog razvoja zemlje. To je ujedno i jedini način ostvarivanja održive privrede i društva. Razvoj i očuvanje talenata su takođe od suštinskog značaja. Posle definisanja ograničene liste nacionalnih prioriteta putem partnerstva, krenulo bi se u sprovođenje strategije. Konačni cilj strategije Vlade je uspostavljanje nacionalnog inovacionog sistema.

U današnjoj ekonomiji znanja svaka zemlja mora biti spremna da školuje i obučiti najmanje trećinu radne populacije da bi imala potencijal za konkurenciju. U novom svetu poslovanja, zemlja može da zadrži konkurentnost samo ukoliko ima znanje i tehnološki kapacitet za neprestane inovacije. Ulaganje u ljude je ključni faktor rasta, posebno u trenutnom kontekstu brzih tehnoloških dostignuća, i ključni instrument za poboljšanje društvenog ekonomskog razvoja. Obrazovna politika predstavlja jedno od najefektivnijih poluga koje vlada ima u svojoj moći da promoviše rast i jednaku raspodelu prihoda.

Dobar primer kako mala privreda može da postigne ekonomski rast i postane konkurentna na tržištu je Irska. Ovo je zemlja koja se krajem prošlog veka pojavila kao glavni konkurent, a svoju poziciju je izgradila ulaganjem u obrazovanje i stvaranjem povoljnog ambijenta za poslovanje. Svoj ekonomski rast gradila je na ljudskom kapitalu i investicijama različitih globalnih kompanija. Danas je Irska visoko razvijena zemlja u kojoj proizvedena dobra čini 70% robnog izvoza, a oslanja se na ekonomiju znanja koja se bazira na sticanju i akumulaciji kapitala znanja.

Male privrede moraju se boriti za svoj ekonomski rast kroz ulaganje u obrazovanje i stvaranje povoljnog ambijenta za poslovanje. Irska je svoj put pronašla u kreiranju konkurentnog poslovnog okruženja, ističući značaj razvoja obrazovanja i stručnosti ljudi kao značajnog izvora bogatstva. Sistem srednjeg stručnog obrazovanja prilagođen je i primeren potrebama i sposobnostima pojedinaca, gde se oni uključivanjem u svet rada pripremaju za zahteve koje će pred njega postaviti tržište rada. Postoji razvijena saradnja između poslovanja i srednjeg stručnog obrazovanja, kao i partnerstvo između univerziteta i poslovanja. U cilju povećanja produktivnosti rada sve značajnije postaju institucije trećeg nivoa obrazovanja. Svakako da je snažna obrazovna osnova nužan preduslov za privlačenje industrije visoke tehnologije.

Japan je zemlja koja u svom poslovanju koristi sopstvene sisteme upravljanja, gde se prevazilazi kopiranje i uvode se novine. Rad, obrazovanje i odlučnost predstavljali su put razvoja ove zemlje. Japanska etika kolektivne odgovornosti - pojedinac ne sme da izneveri ostale - je dovela do efikasnog timskog rada, razmene ideja između radne snage i uprave, posvećenosti detaljima kako bi se izbegle greške i nedostaci [7, str. 492].

Obrazovanje u Nemačkoj se oslanja na jake programe redovnih studija utemeljenih po disciplinama. Menadžeri aktivno učestvuju u radu tehničke i naučne zajednice. U

Nemačkoj je praksa da se radnici raspoređuju po lestvici funkcija, dok se u japanskim kompanijama kadrovi premeštaju svuda, kako bi upoznali različite delove kompanije.

Visoko obrazovanje je najbolja američka industrija. Amerika troši više na istraživačko razvojnu delatnost od Evrope, i uspostavila je najbolju saradnju između privrede i obrazovnih institucija. Ulaganje kompanije u teorijsku nauku dovela su do novih proizvoda i unapredila tehnologiju, dok su institucije visokog obrazovanja postale fleksibilnije i razvile su program za nastavak školovanja i usavršavanja tokom radne karijere. Američki univerziteti su postali glavni državni izvori tri činioca koji predstavljaju osnovu za stalan rast i napredak: odlično obučeni stručnjaci, stručno znanje i napredak na polju nauke, koje bi drugi mogli da pretvore u korisne, nove proizvode ili tretmane ili lekove za spasavanje života [2, str. 9].

Iako se svaka zemlja razlikuje po svojim specifičnostima u svim segmentima društva, praksa je pokazala da zemlje mogu uspešno učiti jedne od drugih i koristiti iskustvo drugih zemalja u implementaciji politika i primeni dobrih praksi. Svakako da za našu privredu ovaj resurs ima izuzetan značaj, kako za dostizanje nacionalnih tako i evropskih ciljeva.

UNAPREĐENJA ZNANJA U KOMPANIJAMA

Rast investicija u znanje i obrazovanje jasno ukazuje da je opšteprihvaćen stav da znanje pravi razliku između uspešnih i neuspešnih, bilo da je reč o preduzećima ili ljudima unutar jednog preduzeća. Sa globalizacijom svetske privrede i intenzivnim promenama u uslovima poslovanja obuke zaposlenih postaju sve značajnija aktivnost svakog biznisa. Kompanije širom sveta investiraju milione u organizovanje različitih programa obuka zaposlenih kako bi ostvarile konkurentsku prednost na tržištu. Neka istraživanja pokazuju da velike kompanije na različite programe obrazovanja troše od 1,5% do 2% ukupnog godišnjeg budžeta zarada. Ukoliko se tome dodaju i indirektni troškovi, a to su zarade zaposlenih u vreme pohađanja obuka u toku radnog vremena, izgubljena produktivnost i sl., ovi troškovi su još značajniji.

Obrazovanje menadžera treba da doprinosi adekvatnom razvoju preduzeća, a samim tim i celokupne privrede, jer osnovnu karakteristiku razvijenosti jedne privrede čini njena sposobnost prihvatanja tekovina naučno-tehnološkog progressa i naučno organizacionog procesa. Savremeno tržište postavlja sve veće zahteve pred menadžere. Njihovo obrazovanje treba da je sveobuhvatnije i da razvija važne osobine, kao što su usmeno i pismeno komuniciranje, kreativnost, inovatorstvo, mašta, visoka motivisanost, liderstvo. Da bi se uspešno upravljalo preduzećem, mora se posedovati samopouzdanje, sposobnost brzog rešavanja problema, znanje planiranja, umeće u postavljanju međuljudskih odnosa i svest o ličnim prednostima i manama [10, str. 33].

Produktivnost znanja omogućava kreativnost i inovacije neophodne za razvoj i visoke poslovne rezultate. Kompanije koje se baziraju na znanju su takve kompanije kod kojih je stvaranje i korišćenje znanja način rada i ponašanja celokupne kompanije i svih zaposlenih. Glavne pokretačke i upravljačke moći ovih kompanija

predstavljaju radnici znanja, vrhunski eksperti, sposobni da kreiraju i koriste znanja radi poboljšanja efikasnosti poslovanja [6, str. 218].

Razvoj ljudskog kapitala podrazumeva formalno obrazovanje, iskustvo i odnose koji pomažu ljudima da se pripreme za život i uspešnu budućnost. Obuka se odnosi na sadašnjost i na poboljšanje uspešnosti zaposlenih u tekućim poslovima, ili na prilagođavanje promenama na poslu zbog nove tehnologije, novih potrošača i sl. Nalazimo se u svetu promena, u kome se menjaju i vrste znanja neophodne ljudima da bi bili uspešni. Psihološki uspeh je osećaj ponosa i postignuća koji proizilazi iz postizanja životnih ciljeva koji nisu ograničeni na dostignuća na poslu, i zavisi više od same ličnosti nego od povećanja plate ili napredovanja u kompaniji. Nova generacija nije impresionirana statusnim simbolima, već želi smislen posao i fleksibilnost u obavljanju posla.

Kompanija Texas Instruments bavi se dizajnom i rešenjima za obradu digitalnih slika (36.000 zaposlenih). Razmeštena je na 129 lokacija širom sveta. Da bi osiguralo uspeh dugoročnih poslovnih strategija, rukovodstvo je uočilo potrebu razvijanja tehničkih sposobnosti kod zaposlenih. Delotvornost poslovanja vrednuje se u tri kategorije:

- poslovni uspeh,
- finansijska poboljšanja i,
- pitanja povezana sa ljudima [8, str. 4].

Jedan od tri poslovna prioriteta je unapređivanje razvoja zaposlenih. Razvoj je nužan da bi talenat bio dostupan u vreme kada je potreban. Svaki zaposleni, u saradnji sa rukovodiocem, mora da napravi lični plan razvoja. Osnova plana predstavlja odgovor na pitanje gde želi da se nalazi u svojoj karijeri u odnosu na mesto na kome se trenutno nalazi. Ostvarivanje plana zaposlenog podstaknuto je uključivanjem u različite obuke, kao i menjanjem radnog mesta. Ovaj način omogućava i popunjavanje određenih upravljačkih pozicija. Texas Instruments je razvio višekulturnu radnu snagu i podstiče etičko donošenje odluka, zasnovano na tri osnovne vrednosti: poštenje, inovativnost, predanost.

Dobar primer kako kompanija unapređuje svoje znanje je General Electric koja svake godine angažuje 200 predavača, 30 službenika, 30 direktora za ljudske resurse i mnogo mladih menadžera koji aktivno učestvuju u programu obuke za profesionalnu orijentaciju. Teme su svetska konkurencija, pobeđivanje na globalnom tržištu, kao i ocenjivanje za kompaniju najvažnijih vrednosti. Obuka vas zapravo tera da se sukobite sa sopstvenim vrednostima. Ona pruža mogućnost za razvoj menadžera, analizu i posmatranje aktivnosti drugih kompanija, i prenošenje stečenog znanja u svoju kompaniju. U okviru kompanije važnu ulogu predstavlja i prenošenje sopstvenog znanja drugome, kao i usvajanje "tihog" znanja od drugih radnika. Bitan element razvoja ljudskog kapitala jeste prenošenje jedinstvenog i specijalizovanog znanja [4, str. 132].

Kao što se može videti, firme vrše obuku na licu mesta, organizuju obuku na poslu ili van firme (na primer saradnja sa univerzitetima), prate pojedinačni napredak svakog zaposlenog i unapređuju razmenu eksplicitnog i "tihog" znanja. Važno je da zaposleni stečena znanja praktično koriste, da ih dele sa drugima u firmi i da zajednički rade na postizanju ciljeva kompanije i da stvaraju novu vrednost. Zbog toga postoje sistemi vrednovanja. Uobičajeni su "od vrha nadole", a mnoge

organizacije koriste sistem vrednovanja iz svih uglova i kao sistem povratne informacije. Ocenjivanje mogu da vrše pretpostavljeni, kolege, dobavljači ili kupci. Postoji potreba da se prate i "suptilnije" osobine kao što su umeće komunikacije i socijalne vrline, lične vrednosti, ubeđenja i stavovi. Za menadžere je važno da postižu vrhunske rezultate, ali ne na račun zaposlenih, već kroz razvoj suštinskih vrednosti kompanije na duži rok.

Kada je reč o unapređenju znanja u domaćim preduzećima, na osnovu istraživanja [9] koje je sprovedeno u periodu april - jul mesec 2012. godine, došlo se do relevantnih podataka neophodnih za sagledavanje potreba poslodavaca za kadrovima, odnosno za obrazovanjem i obukom zaposlenih i razvojem njihovih karakteristika neophodnih za preduzeće.

Dobijeni podaci ukazuju na činjenicu da je neophodno uspostaviti metodologiju za utvrđivanje potreba za obukama i procenu efekata sprovedenih obuka u preduzeću, bez obzira na njegovu veličinu i broj zaposlenih. Jedan od razloga za to je utvrđivanje potrebnih kompetencija (znanja i veština) na svim nivoima. Potrebno je obučiti rukovodstvo za upravljanje ljudskim resursima. Plan i program obuke zaposlenih na godišnjem nivou je potreban kako bi se zaposlenima omogućilo kontinuirano obrazovanje i usavršavanje, a da se izvršavanje radnih obaveza ne dovede u pitanje.

U obuku moraju biti uključeni svi nivoi zaposlenih. Posebno je važno uključivanje zaposlenih na nižim pozicijama, čime bi se obezbedile jednake mogućnosti za usavršavanjem, napredovanjem, promenom radnog mesta svakom zaposlenom i pozitivno bi se uticalo na motivisanost zaposlenih za rad. Zaposleni koji napreduju u poslu nakon učešća na obukama u organizaciji preduzeća više su motivisani za prenos znanja ostalim zaposlenima.

Za svako preduzeće, bez obzira na njegovu veličinu, pravi je izazov izabrati i pozicionirati zaposlenog na radno mesto koje u isto vreme odgovara i poslodavcu i zaposlenom. Iako ne postoje precizna istraživanja i podaci o uticaju veština na produktivnost preduzeća, može se zaključiti da ukoliko veštine zaposlenog ne odgovaraju opisu poslova određenog radnog mesta, onda preduzeće mora da ulaže dodatna sredstva u obuku zaposlenog. Ukoliko usavršavanje izostane, zaposleni će biti demotivisan i želeće da napusti preduzeće iako bi njegovi potencijali možda mogli biti iskorišćeni i na nekom drugom radnom mestu. Takav stav zaposlenog može se negativno odraziti i na ostale zaposlene. Preduzeće čak može ugroziti i svoju konkurentnost zbog nedostatka ulaganja u razvoj potencijala zaposlenih.

Na globalnom tržištu gde vlada surova konkurencija, radna snaga mora biti osposobljena za stalno prilagođavanje zahtevima posla i organizacije. Država i privreda imaju odgovornost i značajnu ulogu u domenu stručnog obrazovanja (kroz učešće u sprovođenju stručne prakse, stažiranju i sl). Istraživanje koje se svake četiri godine sprovodi u zemljama EU, pokazuje da 38% preduzeća ne omogućava usavršavanje zaposlenih, što se posebno odnosi na mala preduzeća.

Kada je reč o motivisanosti poslodavaca za sprovođenje obuka, navodi se da se ona sprovodi iz sledećih razloga: ako je došlo do selekcije i zapošljavanja neadekvatnih kadrova (bez odgovarajućih veština), obučavanja postojećih kadrova za nove poslove i primenu tehnologija, nakon dugog odsustva zaposlenog sa posla.

Može se zaključiti da nedostatak veština za obavljanje određenog posla zavisi od toga da li kompanija ulaže u obuku kadrova, od vrste treninga koji se nude i uspostavljanja trajnije korelacije između obuke i ostalih karakteristika preduzeća.

ZAKLJUČAK

Ljudi kao potencijal preduzeća predstavljaju njegovu najveću pokretačku i stvaralačku snagu. Od stepena osposobljenosti za rad, razvijenih kompetencija, kao i kreativnosti i motivisanosti zaposlenih, u krajnjoj liniji zavisi i realizacija postavljenih ciljeva preduzeća. Permanentno obrazovanje svakako ima poseban značaj, posebno u uslovima globalne konkurencije i stalnih promena na tržištu. Sticanjem novih znanja i usavršavanjem kvalifikacija zaposleni će moći da odgovore na izazove današnjice i opstanu u nepredvidivom okruženju. Znanje postaje temeljni faktor opstanka, rasta i razvoja preduzeća.

Unapređenjem znanja i veština zaposleni obavljaju stručnije i kvalitetnije rad, što svakako doprinositi unapređenju celokupnog kvaliteta poslovanja, a samim tim i konkurentnosti preduzeća. Skup takvih osoba koji kontinuirano unapređuju produktivnost svog znanja stvaraju uslove za izgradnju produktivne i konkurentne organizacije. Samim tim, na preduzećima je da omoguće ulaganje sredstava u stručno obučavanje i usavršavanje zaposlenih i stvore sistem koji će obezbediti veću motivisanost i stimulaciju zaposlenih i da čoveka, sa svojim znanjima i veštinama, shvate kao najvažniji resurs preduzeća.

Bez konstantnog ulaganja u obrazovanje i unapređenje stručnosti radnika, naša privreda ne može da dostigne viši stepen razvijenosti. Radna snaga mora biti osposobljena za stalno prilagođavanje zahtevima posla i organizacije. Dugoročno posmatrano, ljudski kapital i tehnologija su dva ključna faktora koja determinišu održiv ekonomski rast i konkurentan položaj jedne otvorene tržišne privrede.

Domaća preduzeća moraju postati svesna činjenice da samo ukoliko ulažu u ljudski kapital, odnosno ukoliko menadžeri unapređuju znanje iz oblasti upravljanja i svaki zaposlen u preduzeću neprestano usavršava i unapređuje svoje znanje, omogućiće sebi veću konkurentnost u globalnom okruženju na osnovu unapređenja produktivnosti znanja. Učeći na bazi iskustva drugih privreda i uspešnih svetskih kompanija, domaća preduzeća moraju da implementiraju savremene metode i tehnike upravljanja, kao i sisteme kojima će omogućiti obučavanje zaposlenih kako bi odgovorili na zahteve i izazove tržišta.

BIBLIOGRAFIJA

1. Albijanić, M. (2011) *Intelektualni kapital: uticaj na konkurentnost i ekonomski rast*. Beograd: Službeni glasnik.
2. Bok, D. (2005) *Univerzitet na tržištu: komercijalizacija visokog školstva*. Beograd: Clio.
3. Stiglic, Dž. (2004) *Ekonomija javnog sektora*. Beograd: Ekonomski fakultet.
4. Dess, G. G., Lumpkin, G. T. & Eisner, A. B. (2007) *Strategijski menadžment*. Beograd: Data Status.

5. Haljilji B. (2012) Intelektualni kapital kao determinanta kreiranja vrednosti i konkurentske prednosti kompanija, *Socioeconomica - Naučni časopis za teoriju i praksu društveno-ekonomskog razvoja*, br. 2, str. 303-312.
6. Jovanović P., Mišković V., Šobajić V. & Rudić T. (2011) Upravljanje znanjem i revolucija znanja, *Industrija*, br. 1, str. 217-226.
7. Lendis, D. (2004) *Bogatstvo i siromaštvo nacija. Zašto su jedni bogati a drugi siromašni*. Beograd: Stubovi kulture.
8. Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B. & Wright, P. M. (2006) *Menadžment ljudskih potencijala - Postizanje konkurentske prednosti*. Zagreb: Mate.
9. Privredna komora Srbije (2012) *Analiza rezultata istraživanja o potrebama privrede za znanjima i veštinama*, Beograd.
10. Sajfert, Z., Đorđević, D., Bešić C. (2007) *Menadžment i moć razmene znanja*. Beograd: Zadužbina Andrejević.
11. Šarčević M. (2013) Znanje kao ključni faktor konkurentske prednosti i unapređivanja inovativnosti, *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta*, 7. str. 73-80, Pale.
12. *The Global Competitiveness Report 2011-2012*, World Economic Forum, Geneva
13. Tisen R., Andriesen D. & Lekan Depre F. (2006) *Dividenda znanja - stvaranje kompanija sa visokim učinkom kroz upravljanje znanjem kao vrednošću*. Novi Sad: Adižes.

RESUME

Modern society is characterized by knowledge-based economy in which the focus is knowledge, and its intellectual capital. In modern business conditions, knowledge is a fundamental factor to achieve survival, growth and development. People are the basic potential of a company and its driving force. By investing in the professional development of its employees, the company will have efficient operations and the realization of its objectives. The success of the market belongs to companies that have recognized the importance of knowledge, its creation, improvement and exploitation, as a key factor of competitive advantage. Knowledge is a resource that has quickly become obsolete, and improvement the use of. Economies tend to give prosperity and economic development a great attention at education. Investing in people is a key factor in the growth conditions of rapid change and unpredictable environments. The position of our country in terms of education is not at a high level. Strategy development should be focused on investing in education and knowledge. Domestic companies must realize the importance of human capital and his role in business. Vocational training and development of employees enables the improvement of the quality of the business, which is certainly the company provides greater competitive advantage and better market position.

ISLAMSKE OBVEZNICE (SUKUK) KAO IZVOR FINANSIRANJA

Suad Bećirović, prof. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru

Novi Pazar, Srbija

s.becirovic@uninp.edu.rs

Apstrakt

Ovaj rad želi analizirati način funkcionisanja tzv. "islamskih obveznica", poznati po svojim arapskim imenom "sukuk". Obzirom da je kamata zabranjena u islamu, razvijeni su druge vrijednosnice koje žele, s jedne strane, da izbjegavaju kamatu, a s druge strane, da omoguće dobit bez previsokog rizika za investitore. U praksi se najčešće koriste islamski dužnički ugovori kao osnov za sekjuritizaciju. Ovdje se postavlja pitanje u kojoj mjeri su ove vrijednosnice interesantne za investitore i u kojoj mjeri su oni stvarno u skladu sa islamskom pravom, što želimo analizirati kroz teorijski prikaz ovih obveznica i praktičnih primjera izdavanja islamskih obveznica.

Ključne riječi: islamske obveznice, sukuk, islamske finansije, finansijski sistem, tržište kapitala, berza, sekjuritizacija, islamsko bankarstvo, idžara, murabaha

ISLAMIC BONDS (SUKUK) AS A SOURCE OF FINANCE

Abstract

This paper wants to analyse the mode of operation of so-called "Islamic bonds", known by its Arabic name "sukuk". Since interest is prohibited in Islam, other securities have been developed that want, on the one hand, to avoid interest, and on the other hand, to provide an income without excessive risk to investors. In practice, Islamic debt contracts are used for securitisation in most cases. The question here is to what extent these securities are of interest to investors and to what extent they really follow the rules of Islamic law, which we want to analyse by the theoretical presentation of these bonds and practical examples of the issuance of Islamic bonds.

Keywords: Islamic bonds, sukuk, Islamic finance, financial system, capital markets, stock exchange, securitisation, Islamic banking, ijara, murabaha

JEL codes: G15

UVOD

Na klasičnom tržištu kapitala se trguju dugoročne vrijednosnice sa rokom dospijea duže od jedne godine. Na ovom tržištu su obveznice, pored akcija, najbitniji izvor finansiranja. Klasične obveznice su dužničke vrijednosnice, kojim se izdavalac obavezuje da će donosiocu isplatiti određenog dana iznos naznačen u obveznici sa kamatom. Kamata se isplaćuje ili u toku trajanja obveznice do roka dospijea (često na polugodišnjem nivou) ili na roku dospijea, obzirom da se obveznice izdaju kod inicijalne javne ponude ispod nominalne vrijednosti (tzv. "zero-coupon bonds").

Obzirom da su obveznice obaveza (dug) za izdavaoca, investitor je u ovom slučaju povjerilac, i nema pravo da utiče na poslovne odluke izdavaoca.

Sa islamskog aspekta, klasične obveznice nisu dozvoljene. U islamu je svaka transakcija sa kamatom zabranjena. Sljedeće vrste kamate postoje u islamskom pravu: [5, str. 158]

1. Kamata kod razmjene roba (*riba buju*).

- Kamata vrijednosti (*riba el-fadl*). U ovom slučaju "kamatna roba" iste vrste (prije svega novac i hrana) ne smije se trgovati sa viškom i odlaganjem. Naprimjer: nije dozvoljeno zamijeniti 100 € papirnog novca za 105 € kovani novca.
- Kamata odgode (*riba en-nesie*). U ovom slučaju određene kamatne robe se mogu zamijeniti sa viškom, ali bez odlaganja transakcije. Naprimjer: dozvoljeno je mijenjati dolare za eure određenim kursom, ali se zamjena novca mora izvršiti odmah bez odlaganja obaveze od strane jedne ugovorne strane.

2. Kamata kod zajmova (*riba dujun*).

- kamata kašnjenja (*riba el-džahilija*). Ova vrsta kamate nastaje kada se obaveze povećavaju zbog kašnjenja otplate duga (tj. naplaćivanje zatezne kamate).
- kamata zbog ranijeg vraćanja duga (*da'va te'edždžel*). Ova vrsta kamate nastaje kada dužnik može smanjiti svoju obavezu, jer je zajmodavcu hitno potreban novac.

Shodno gornjim definicijama, kamata kod klasičnih obveznica nastaje jer se izdaju obveznice npr. u iznosu od 1.000.000 €, a izdavalac se obavezuje da vrati iznos od ukupno 1.200.000 €. U ovom slučaju kamata ukupno iznosi 200.000 €. Prema islamskom pravu, ova transakcija je zabranjena, jer sadrži razmjenu novca (roba iste vrste) uz višak i odlaganje. Sada se postavlja pitanje: da li postoji instrument finansiranja na tržištu kapitala u islamskom finansijskom sistemu koji je manje rizičan nego akcije, ali je sa pravnog aspekta dozvoljen? Ovo je jako bitno pitanje, prije svega uzimajući u obzir da investitori izbjegavaju rizik kod investiranja u vrijednosnice. Klasični primjer za ovakvo ponašanje investitora je tzv. *equitiy premium puzzle*, tj. istraživanje koje su sproveli Rajnish Mehra i Edward C. Prescott u 1985. godini, koje pokazuje da u periodu od 1889-1978. godine, prosječni prinos akcija na S&P 500 indeksu iznosio 6,98%, dok je prosječni realni prinos obveznica iznosio samo 0,80%, ali je većina investitora i dalje kupovala obveznice umjesto akcija. [6, str. 155, 156]

Odgovor na ovo pitanje su tzv. "islamske obveznice", koje su poznatije po svojim arapskim imenom "sukuk". Ove islamske obveznice nastaju na osnovu klasičnih islamskih dužničkih instrumenata, kao naprimjer *idžare* ili *bej selema*. Ovdje se prodaje, odnosno iznajmljuje, jedan fizički predmet za novac. Potrebni novac za finansiranje transakcije prikuplja se sekjuritizacijom ugovora. Sekjuritizacija označava proces gdje se individualni ugovori između dužnika i islamske banke prenose jednoj novoosnovanoj kompaniji, tzv. **samostalno tijelo sa posebnim ciljem** (SPE - *Special Purpose Entity*). Da bi ovaj entitet bio u stanju da finansira akviziciju vrijednosnica, ona će izdati akcije investitorima na berzi. Za razliku od klasične sekjuritizacije, gdje se izdaju obveznice, izdaju se akcije, zbog zabrane

obveznica prema islamskom pravu. Ove akcije se klasično trguju na berzi kao i sve ostale akcije. Međutim, glavna razlika između ovih akcija i klasičnih akcija jeste u tome što se imovina samostalnog tijela sa posebnim ciljem sastoji od islamskih dužničkih ugovora, što znači sigurniji (do određene mjere fiksni) prihod za investitore.

Ovdje je važno napomenuti da obaveza za korisnika nastaje na osnovu fizičke imovine, a ne na osnovu razmjene novca za novac. Ovi instrumenti predstavljaju ugovornu obavezu dužnika da će vlasniku instrumenta isplaćivati fiksni novčani iznos, koji je nezavisan od ostvarene dobiti dužnika, u redovnim vremenskim intervalima do unaprijed određenog datuma (datum dospijeca). Na danu dospijeca dužničkog instrumenta ističe dotični finansijski instrumenat i time i finansiranje putem tog instrumenta.

Samostalno tijelo za posebnim ciljem preuzima cio proces naplaćivanja potraživanja i raspodjele dobiti investitorima. Ovim administrativnim uslugama ostvaruje dobit. U praksi, ovi entiteti su često povezano sa originalnim izdavaocima ugovora, islamskim bankama ili drugim institucijama.

Zbog propisa islamskog prava vezanih za kamatu, treba kod određivanja vrijednosti akcija uzeti u obzir sljedeća pravila:

- ukoliko novčana sredstva nisu investirana u fizički kapital, trgovina ovim akcijama bi predstavljala trgovinu novca za novac, što nije dozvoljeno šerijatom,
- ukoliko uloženi kapital postaje potraživanje, važi gore spomenuto pravilo, jer su potraživanja također novac,
- ukoliko je kapital izmiješan sa fizičkom i novčanom imovinom, treba posebno vrednovati fizičku imovinu.

Važno je napomenuti da se kod analize vrijednosti imovine ne uzima u obzir cijela imovina akcionarskog društva nego samo njegova knjigovodstvena neto imovina. Neto imovina se izračunava tako što se od ukupne imovine oduzimaju ukupne obaveze.

Slika 1. Šematski prikaz procesa sekjuritizacije

VRSTE ISLAMSKIH OBVEZNICA MUDAREBA-OBVEZNICE

Klasične akcije koncipirane su za preduzeća sa potrebom velikih finansijskih sredstava, gdje investitori dugoročno daju svoje uloge preduzeću. Ove akcije nemaju rok dospeljeća, i time važe sve dok preduzeće ne bude likvidirano. Međutim, ukoliko jedno preduzeće ima vremenski ograničenu potrebu sa finansijskim sredstvima, ono može izdavati tzv. mudareba-obveznice. U ovom slučaju, preduzeće izdaje obveznice koje imaju određenu nominalnu vrijednost i određeni rok dospeljeća. *Mudarib* u ovoj mudarebi je preduzeće, dok su investitori ti koji kupuju obveznice – *rabbu-l-mal*. Znači preduzeće (*mudarib*) ima isključivo pravo na upravljanje udruženjem, dok je investitor (*rabbu-l-mal*) vlasnik imovine, koja će se kupiti izdavanjem mudareba-obveznica.

Mudareba-obveznice posjeduju sljedeće osobine:

1. Mudareba-obveznice se ili izdaju sa određenim rokom dospijeca ili dospijevaju objektivno, tj. kada se neki vremenski ograničeni projekat završi;
2. Preduzeće može odrediti minimalni rok za mudarebu, gdje investitori ne smiju prodavati obveznicu. Ova klauzula može se koristiti kada projekat tek poslije određenog broja godina ostvaruje prihode, što je slučaj kod izgradnje autoputeva;
3. Mudareba-obveznice imaju udio u dobiti i gubitku emitirajućeg preduzeća. Tako, nosioci ove obveznice imaju vlasnička prava nad preduzećem. Uporedivši sa klasičnim privrednim društvima, preduzeća će biti slično organizovano kao komanditno društvo, gdje komplementar upravlja društvom, a komanditor ograničeno odgovara, ali je u ovom slučaju i njegov ulog vremenski ograničen.
4. Investitori ne smiju tražiti zalag za svoj novac od emitenta;
5. Mudareba-obveznice nemaju pravo na fiksnu ili minimalnu dobit;
6. Mudareba-obveznice nemaju pravo na preču raspodjelu dobiti preduzeća;
7. Uspjeh, (dobit, odnosno gubitak) kojeg ostvaruju obveznice, objavljuje se redovno investitorima - najmanje jedanput godišnje. Tako investitori tačno mogu ocijeniti uspjeh svoje investicije;
8. Dobit obveznica može se dijeliti ili na kraju dospijeca obveznice ili svake godine. Prva alternativa ima prednost što se manje opterećuje likvidnost emitenta. Druga odredba je moguća ukoliko se kod sklapanja ugovora između preduzeća i investitora postavlja uslov da se nakon svakog perioda vrši isplata dijela uloga i realizovanog profita, dok se, s druge strane, investitor obavezuje da će opet investirati dio svojeg uloga;
9. Svi investitori preduzeća, ne samo investitori u obveznice, imaju pravo preče kupovine obveznica koje se prodaju. Kada investitori prodaju obveznicu prije raspodjele dobiti, nemaju pravo na dobit;

Kao što gornje karakteristike pokazuju, mudareba-obveznice su više vremenski ograničene akcije, nego što su obveznice. Kupci mudareba-obveznica dobijaju određenu dobit od emitirajućeg preduzeća, uz rizik preuzimanja gubitka. Udio u dobiti preduzeća zavisi od udjela u ukupnom kapitalu, ali se u suštini može slobodno odrediti. Bitno je napomenuti da je odgovornost investitora ograničena na njegov ulog, jer on ne upravlja preduzećem.

U teoriji i praksi mogu se naći mudareba- kao i mušareka-obveznice. Razlika između ovih obveznica je u tome što se termin mudareba-obveznice koristi za projekte, koji se isključivo finansiraju kapitalom od izdatih obveznica. Naprimjer: kada jedna kompanija želi izgraditi poslovni centar, tada će novac od mudareba-obveznica isključivo koristiti za izgradnju poslovnog centra. S druge strane, kod mušareka-obveznica, vlasnici obveznica postaju komanditisti jedne već postojeće kompanije, koja će koristiti prikupljeni novac za proširenje svoje poslovne djelatnosti. Tako da će se novac od investitora pomiješati sa novcem dosadašnjih vlasnika i vlasnici će ili iz jedanput ili u određenim vremenskim intervalima otplatiti vlasnicima mušareka-obveznica isplatiti uloženi novac plus dobitak odnosno minus gubitak.

Ukoliko se obveznice ne isplaćuju na roku dospijeća, bitno pitanje je pod kojoj cijeni će izdavalac otkupiti određeni udio od svojih investitora? Prva mogućnost je prodaja udjela za tržišnu vrijednost, uključujući dobit odnosno gubitak koji je nastao u periodu od izdavanja do isplate odnosno između isplata. Druga mogućnost bi bila da se udjeli prodaju za unaprijed dogovorenu cijenu. Međutim, ova druga alternativa liči na kamatnu transakciju, jer investitor dobija fiksnu dobit od prodaje svojeg uloga. U ovakvom slučaju bi izdavalac garantovao za kapital svojih investitora, što bi označilo kamatnu transakciju pa je to zabranjeno šerijatom. [2, str. 14]

Ovim pravilom može se i odgovoriti na kontroverzno pitanje: da li se može garantovati kapital investitora kod mudareba-obveznica? Svi vidovi partnerstva u islamskom pravu ne dozvoljavaju garanciju uloženog kapitala, jer bi u ovom slučaju cijela finansijska transakcija ličila na zajam sa kamatom. Međutim, dozvoljeno je da jedna treća strana, koja nije povezana niti sa izdavaocem niti sa investitorima, preuzme garanciju za uloženi kapital od strane investitora u obliku dobrovoljnog obećanja. [1, str. 9] Međutim, dozvola ovakve garancije vodi do toga da investitori u suštini ne preuzimaju rizik za svoje investicije, pa tako se krši pravilo u islamskom pravu da "svaka dobit mora biti povezana sa rizikom". Štaviše, ukoliko država preuzima uloga garanta, postavlja se pitanja zašto bi se javni prihodi koristili za zaštitu određenih investitora, koji možda uopšte ne dolaze iz te države?

U suštini su mudareba-obveznice dosta slični američkim "prihodnim obveznicama" (*revenue bonds*). Kod ove vrste obveznice, prihod koji pripada vlasnicima zavisi od prihoda koje će generisati projekat, koji se finansira obveznicama. Naprimjer: jedan grad želi napraviti aerodrom. Sada lokalna samouprava izdaje prihodne obveznice za finansiranje izgradnje aerodroma. Prihod, kojeg će ostvariti ove obveznice dolazi isključivo od prihoda kojeg će generisati aerodrom, npr. takse za karte, koncesije itd. Ukoliko su prihodi dovoljni za finansiranje otplate glavnice i kamate, tada će vlasnici obveznice dobiti svoj očekivani prihod. S druge strane, ukoliko aerodrom ne posluje uspješno, tada će investitori morati da sačekaju ili neće čak ni ostvariti prihod. Oni nemaju pravo tražiti od lokalne samouprave nadoknadu svojih potraživanja. [1, str. 7, 8]

Mušareka- i mudareba-obveznice su postale dosta popularne na islamskom tržištu kapitala. Jedna od pionirskih emisija bila je emisija mušareka-obveznica od strane "Dubai Metals & Commodities Company" u vrijednosti od 200 miliona dolara i rokom dospijeća od 5 godina. Ova emisija je dobila ocjenu "A" od strane rejting agencije Standard & Poor's. Druga bitna emisija, u vrijednosti od 550 miliona dolara, bila je od strane avio kompanije "Emirates Airlines" sa rokom dospijeća od 7 godina počevši od juna 2005. godine. Ove obveznice su bile listirani na berzi u Luksemburgu.

Do sada najveća emisija mušareka-obveznica je od strane "Dubai Ports, Customs and Free Zone Corporation". Planirana vrijednost inicijalne javne ponude je bila 2,8 milijardi dolara, ali zbog ogromnog interesovanja iznos je povećan na 3,5 milijardi dolara. Ali, interesovanje investitora je bilo još veće, pa je ukupni prihod inicijalne javne ponude iznosio 11,4 milijardi dolara. Očekivana dobit u prve dvije godine je bila 7,125%, dok u ostalom periodu se očekivao prinos od 10,125%. [2, str. 11, 12]

IDŽARA-OBVEZNICE

Idžara-obveznice nastaju na osnovu ugovora o idžari. Idžara je ugovor sličan operativnom lizingu. Kod idžare vlasnik predmeta sadržava sva prava nad objektom i on samo iznajmljuje korist zakupcu. S druge strane, finansijski lizing nije dozvoljen u islamskom pravu, jer se u suštini radi o vrsti kredita.

Kada je jednom preduzeću potreban jedan objekat, koji se može unajmiti putem idžare (naprimjer: jedna zgrada ili mašina), dotično preduzeće može tražiti potrebna finansijska sredstva direktno od investitora umjesto od finansijske institucije.

Kako se emitiraju idžara-obveznice, pokazuje sljedeći primjer:

Jednoj avio kompaniji potrebni su novi avioni. Avio kompanija daje nalog jednoj investicionoj banci (putem tzv. "murabehe") da kupi potrebne avione. Kada investiciona banka kupi avione ona sklapa ugovor o idžari sa avio-kompanijom. Za finansiranje ovakve transakcije, investiciona banka vrši sekjuritizaciju idžare, tj. izdaje akcije koje se odnose na vlasništvo aviona. Tako se osniva jedno akcionarsko društvo, čija se imovina sastoji od aviona. Pravni odnos između investicione banke i investitora može se odrediti mudarebom ili tako što investiciona banka dobija pravo na zastupništvo (*el-vekale*) od strane investitora. Što se tiče nadoknade, ne nastaje velika razlika za investicionu banku, jer je prihod ovog akcionarskog društva fiksna. Obaveza investicione banke ili nekog drugog zastupnika je da brani interese investitora kod klijenta i da sprovede potrebnu birokratiju koja nastaje ugovorom o idžari. Naprimjer, dužnost akcionarskog društva je da sprovedi, odnosno plati potrebne popravke na avionima. Ovo je bitno pravilo kod idžare, jer objekat ostaje u vlasništvu zakupodavca, pa tako sve obaveze nastale po osnovu vlasništva snosi zakupodavac (naprimjer: plaćanje poreza, osiguranje, održavanje objekta), dok obaveze nastale po osnovu korišćenja plaća zakupac (naprimjer: redovne troškove, kao što su električna energija, gorivo). [16, str. 417] Također, iznajmljeni objekat ostaje rizik zakupodavca kroz cijeli period najma, tako da on snosi svaki gubitak ili štetu koja se dešava izvan kontrole zakupca. [15, str. 140] Zbog ovih odredbi, neophodno da postoji organizacija koja će se baviti ovim obavezama.

Međutim, ovo šerijatsko pravilo predstavlja često problem u praksi, jer se često troškovi održavanja prebacuju na zakupnika. Često se koristi formulacija da zakupnik mora snositi uobičajeno održavanje i popravke, dok zakupodavac će snositi "glavno održavanje". [12, str. 53, 54]

S obzirom da će imovina ovog akcionarskog društva biti, prije svega, u fizičkom obliku, akcije se mogu trgovati bez problema. Dodatna privlačna osobina kod idžara-obveznica je u tome što je cijela stalna imovina kompanije data pod najam, što omogućava fiksni prihod, koji podliježe minimalnim varijacijama, naprimjer: zbog visine troškova održavanja.

Za korisnika idžara-obveznica nastaje prednost što nije direktno ovisan od finansijskih institucija po pitanju nabavke potrebnih finansijskih sredstava. Ovo povećava njegovu samostalnost i smanjuje troškove posredovanja. Također, zakupac može dobiti obećanje od strane akcionarskog društva da će moći poslije perioda najma da kupi iznajmljene fizičke predmete, čime dobija pravo na vlasništvo nad iznajmljenom fizičkom imovinom. Ovo bi bilo, prije svega, važno kod fizičkih objekata sa dugim ekonomskom vijekom, kao što su to nekretnine.

U praksi postoji više kontroverznih tački po pitanju idžara-obveznica. Često budući zakupac kupuje njemu potrebni predmet i prodaje ga samostalnom tijelu sa posebnim ciljem, koje pak nije samostalno, jer je pod kontrolom budućeg zakupca. Ovo "samostalno" tijelo će prodati akcije javnosti. Na kraju ugovora, zakupac se obavezuje da će kupiti akcije od investitora za određenu cijenu, u većini slučajeva za prodajnu cijenu. Štaviše, samostalno tijelo, odnosno u ovom slučaju zakupac, preuzima sve obaveze oko popravki i održavanja unajmljenog objekta.

Primjetno je da u ovakvoj transakciji investitori samo daju određenu svotu novca i dobijaju fiksnu nadoknadu bez preuzimanja rizika. Jer investitori kupuju objekat od budućeg klijenta, što znači da će se kupljeni objekat sigurno iznajmiti. Također, zakupac preuzima sve troškove oko održavanja, tako da investitori ne preuzimaju nikakav rizik. I na rok dospijeća investitori mogu prodati "svoj" fizički objekat zakupcu, tako da se ovdje samo mijenja novac uz višak, kao kod kamatnog kredita.

Rečeno ćemo objasniti na sljedećem primjeru: država posjeduje jednu zgradu koju već koristi. Međutim, državi je potreban novac za druge investicije. Sada država prodaje ovu zgradu novoformiranom samostalnom tijelom za visoku cijenu, uz obećanje da će nakon izvjesnog vremena opet kupiti zgradu za istu ili još veću cijenu. Uglavnom, cijena će biti iznad očekivane tržišne cijene, kako bi se država osigurala da će investitori sigurno prihvatiti njenu ponudu. Da bi ponuda obveznica bila interesantna investitorima, platit će se renta, koja je relativno visoka. [12, str. 53] Ovom strategijom država osigurava dobijanje novca od investitora i sigurno vraćanje zgrade koju je formalno prodala svojim investitorima. Zgrada, u ovom slučaju, igra samo formalnu ulogu, a cijela transakcija liči na kamatnu transakciju. Zato ovakva vrsta idžara-obveznica nije ispravna po islamskom pravu.

SELEM-OBVEZNICE

Selem-obveznice nastaju na osnovu tzv. "bej selema". Kod selem-obveznica jedan proizvođač jedne tražene zamjenljive robe (koja se smije prodavati na odloženo plaćanje za novac), naprimjer - nafte, čelika ili poljoprivrednih proizvoda - prodaje svoju robu investitorima. Investitori daju proizvođaču novac unaprijed za poručene proizvode. S obzirom na to da investitor ima potraživanje u fizičkom obliku, on može prodati svoju selem-obveznicu i prije roka dospijeća.

Zbog toga, selem-obveznice nisu interesantne samo investitorima koji imaju potrebu za fizičkom robom, kao naprimjer veletrgovcima ili proizvođačima, nego i drugim investitorima koji žele ostvariti novčanu dobit, ali nemaju cilj da fizički posjeduju ugovorenu robu.

Umjesto proizvođača, i jedna finansijska institucija može izdati selem-obveznice. U ovom slučaju finansijska institucija izdaje selem-obveznice da bi na određeni datum isporučila ugovorene robe. Finansijska institucija može putem selem-ugovora sa jednim proizvođačem nabaviti potrebnu robu i na taj način isporučiti robe investitorima.

Funkcionisanje selem-obveznica prikazat ćemo na sljedećem primjeru: pretpostavimo da jedan izvoznik nafte želi prodati 100.000 barela nafte, koji trebaju biti isporučeni za tri mjeseca. Zato će on izdati, naprimjer, 1.000 selem-obveznica.

Znači, svaka selem-obveznica sadrži pravo na 100 barela nafte. Da bi emitent privukao što veći broj investitora, on će ponuditi naftu ispod tržišne vrijednosti. Naprimjer: ako je trenutna tržišna vrijednost 70 € po barelu, onda će naš izvoznik ponuditi svoju naftu za 65 € po barelu. Tako, putem selem-obveznica, veletrgovci nafte mogu jeftino nabaviti naftu. Također, ostali investitori mogu kupiti ove selem-obveznice i prodati ih prije roka dospijea. Naprimjer: investitor kupi obveznicu za 6.500 €. Što se bude bližio rok dospijea, cijena obveznice će biti bliža tržišnoj cijeni. Tako će, naprimjer, mjesec prije roka dospijea tržišna vrijednost obveznice porasti na 6.800 €, pa bi tako investitor mogao ostvariti dobit od 300 € po obveznici. Mada treba napomenuti da će se vrijednost selem-obveznice razvijati ovisno od tržišne cijene nafte. Ukoliko u međuvremenu tržišna cijena nafte padne na 60 € po barelu, onda će cijena selem-obveznice pasti na ispod 60 € po barelu, jer trgovci za 60 € mogu kupiti naftu na tržištu direktne razmjene, a nisu spremni platiti 60 € i čekati izvjesno vrijeme na isporuku nafte.

Sa pravnog aspekta, prema mišljenju islamskih učenjaka Ibn Tejmije i Ibn al-Kajjim, ne postoji problem razmjene dobra prije nego što se preuzima vlasništvo nad unaprijed prodatom robom. [1, str. 3] Međutim, važno je napomenuti da kod selem-obveznica emitent ne smije kupiti ove obveznice, jer bi se u ovom slučaju radilo o dva ugovora u jednom. Kada bi emitent opet kupio svoje selem-obveznice, on bi faktički zaključio kamatni kredit. U našem primjeru, emitent bi kod prodaje obveznica dobio ukupno 6.500.000 €, a vratio investitorima malo prije roka dospijea, naprimjer, 6.900.000 €. Ukoliko prodavac fizičkog predmeta kupuje svoje selem-obveznice, tada bi trebao platiti nominalnu vrijednost ili nižu vrijednost, da ne bi transakcija ličila na kamatnu transakciju.

MUEDŽDŽEL-OBVEZNICE

Bej muedždžel je prodaja jedne robe, koja nije novac, na odloženo plaćanje uz istu ili veću cijenu nego kada bi se roba prodala odmah za gotovinu. Kada se robe prodaju uz veću cijenu, prodavac uzima u obzir period otplate, i prema tome povećava cijenu. Što je duži otplatni period, cijena je veća.

Putem muedždžel-obveznica mogu se finansirati veliki projekti, koje samo jedna finansijska institucija nije u stanju finansirati. U ovom slučaju, klijent daje nalog jednoj finansijskoj instituciji, naprimjer investicionoj banci, da kupi određeni fizički objekat putem murabehe. Investiciona banka kupuje objekat i vrši sekjuritizaciju objekta. Za razliku od idžara i selem-obveznica, kod medždžel-obveznica se sekjuritizacija mora izvršiti prije nego što se fizički objekat proda klijentu. Ukoliko bi se sekjuritizacija izvršila poslije prodaje, investitori bi mogli samo kupiti potraživanje, koja se može trgovati samo po nominalnoj vrijednosti, pa time ne bi imali materijalnu koristi od svoje investicije.

Spomenuta pravila pojasnit ćemo slijedećim primjerom: jednom preduzeću su potrebne nove mašine za jednu novu fabriku. Vrijednost projekta je 20 miliona eura. Preduzeće, zato, daje nalog jednoj investicionoj banci za nabavku tih mašina. Preduzeće daje obećanje da će kupiti ove mašine za 25 miliona eura. Ako investiciona banka izvrši sekjuritizaciju ugovora kada je već prodala mašine

preduzeću, investitori bi morali kupiti ova potraživanja za ukupno 25 miliona eura i trgovina bi bila samo dozvoljeno za nominalnu vrijednost, tj. za 25 miliona eura. Razlog leži u tome što se ovdje radi o potraživanju u novčanom obliku, te se zbog toga ovo potraživanje smije mijenjati samo za novac uz nominalnu vrijednost. Znači, muedždžel-obveznice ne bi bile interesantne za investitore. Zbog toga se sekjuritizacija mora izvršiti prije prodaje mašina preduzeću. Znači, investiciona banka prodaje mašine investitorima u vrijednosti od 20 miliona eura, odnosno traži od investitora da kupe akcije u ovom društvu. Sada investiciona banka u ime svojih investitora prodaje mašine preduzeću za 25 miliona eura putem bej muedždžela. Preduzeće se obavezuje da, naprimjer, svake godine vraća 2,5 miliona eura investitorima ili da vrati cio dug na dan dospijeca ugovora odjedanput. Na ovaj način bi investitori od ove transakcije imali ukupnu dobit od 5 miliona eura. Međutim, ako investitori budu želeli da prodaju svoje muedždžel-obveznice na sekundarnom tržištu, oni ih mogu prodati samo za nominalnu vrijednost, tj. za iznos potraživanja, jer se ove obveznice odnose na novčano potraživanje. Prodaja muedždžel-obveznice za drugu cijenu mimo nominalne vrijednosti sadržavala bi kamatu vrijednosti, i zato je svaka druga prodaja strogo zabranjena.

Da bi se povećala potražnja muedždžel-obveznica na sekundarnom tržištu, Rosly i Omar [10] predlažu ponudu tzv. "Islamskih konvertibilnih obveznica". Prema njihovom prijedlogu, investitor bi, pored kupovine muedždžel-obveznice, zaključio još tri dodatna ugovora, naime: ugovor o čuvanju novca (*vedi'a*), ugovor o jemstvu (*kefala*) i ugovor o mudarebi. Da bi se povećala potražnja za muedždžel-obveznice, obzirom da se mogu samo trgovati za nominalnu vrijednost, prijedlog je da muedždžel-obveznice sadrže opciju za kupovinu akcija dužnika za određenu cijenu. Naprimjer: nakon 5 godina, vlasnik obveznice može kupiti akcije za kurs od 20 € Ukoliko tržišni kurs bude iznad ponuđenog kursa, vlasnik obveznice će iskoristiti opciju, a u suprotnom neće. Ova ponuda bi bila jedna vrsta poklona od strane dužnika. Međutim, bitno je napomenuti da ova opcija ne smije imati posebnu cijenu, jer obećanje ne može biti predmet kupovine ili prodaje. [7, str. 3]

Ugovor o čuvanju novca (*vedi'a*) se koristi za dobijanje profita od uloženog novca od strane investitora. Obzirom da dužnik zarađuje novcem, kojeg je dobio od strane vlasnika obveznice, vlasnik obveznice bi trebao dobiti jedan dio ostvarenog profita. Sa pravnog aspekta, postoje tri mišljenja islamskih pravnika kome pripada dobit na osnovu *vedi'e*:

1. Profit pripada čuvaru novca.
2. Profit pripada vlasniku novca.
3. Profit treba dati u obliku sadake (milostinje). [10, str. 185]

Autori predlažu da se dobit dijeli između čuvara novca (dužnika) i vlasnika novca (vlasnika obveznice) prema određenom ključu. Međutim, ukoliko dođe do gubitka od investicije, isključivo dužnik snosi gubitak, pa mora vratiti nominalni iznos obveznice.

Jemstvo (*kefale*) je potrebno da se prenose akcije u vlasništvo jednog trećeg lica, koje će prodati akcije ispod tržišne cijene, ukoliko se koristiti opcija od strane vlasnika obveznice. Nakon kupovine akcija, tj. zamjene obveznica za akcije, investitor nije više dužnik, nego postaje suvlasnik kompanije, tj. ovdje se radi o ugovoru o mudarebi (partnerstvu).

Generalno posmatrano, ovaj prijedlog je pozitivan i nudi mogućnost da dužnik izbjegava fiksne troškove oko plaćanja rate vlasnicima obveznica, s obzirom da se kod akcija isplaćuje samo ostvarena dobit. Investitorima bi ova ponuda bila interesantna ako očekuju rast vrijednosti akcija ili ako očekuju veću dobit od akcija nego što dobijaju na obveznice. Također, umjesto svojih akcija, korisnik može i ponuditi akcije trećih kompanija. Ovo bi imalo prednost što klijent ne bi morao izdati nove akcije, pa vlastite akcije, zbog izdavanja novih akcija, ne bi izgubile vrijednost, niti bi se promijenio omjer u dobiti za dosadašnje investitore.

S druge strane, ovaj prijedlog ima dva velika nedostatka. Ugovor o čuvanju novca (*vedi'a*) nastaje kada jedna osoba ostavlja novac na čuvanje drugoj osobi. U klasičnoj *vedi'i*, gdje se imovina čuva besplatno, primalac uloga ne mora garantovati ulog protiv svakojakog rizika ili gubitka, osim kod prekomjerne nemarnosti. [16, str. 461] Međutim, kod *muedždžel*-obveznica, vlasnik obveznica je omogućio kupovinu fizičkog predmeta, koji je prodat dužniku za veću cijenu od "spot cijene" (tj. kada bi se obaveza platila odmah). Tako da vlasnik obveznica nije ostavio novac na čuvanje, nego čeka naplatu svojeg potraživanja. Štaviše, ako vlasnik obveznice traži dobit od uloženog novca, to bi u suštini značilo da vlasnik obveznice u slučaju dobiti investicije, dobio određeni dio dobiti, dok će u slučaju gubitka njegov depozit biti garantovan. Ovakav uslov bi bio ništavan, jer bi se ovdje u slučaju dobiti radilo o mudarebi, dok bi se u slučaju gubitka radilo o zajmodavnom ugovoru. Pošto se ovdje sklapaju dva ugovora u jednom, ovakav ugovor bi bio ništavan, jer je ovo zabranjeno u islamskom pravu. Također bi ovakav vid ugovora bio nepravedan, jer favorizuje kapital nasuprot rada, jer u slučaju gubitka dužnik (preduzetnik) ne bi dobio ništa i morao bi snositi gubitak, dok bi vlasnici kapitala bili "osigurani".

Također, ugovor o *kefali* je problematičan ako je dužnik dužan prodati akcije za određeni kurs ispod tržišne cijene. U tom slučaju, on ne zna koliko novca će dobiti od prodaje, što označava zabranjeni prekomjerni rizik za prodavca (tzv. "*garar*"). Štaviše, to bi označilo sigurnu dobit za vlasnika novca, koji bi imao dodatnu sigurnu dobit od svojeg zajma, što nije ispravno sa islamskog aspekta.

Da se zaključiti da je opcija za kupovinu akcija za određenu cijenu (kurs) radi povećanja interesovanja za *muedždžel*-obveznice sigurno dobra alternativa, jer se ovdje radi o jednostranoj ponudi dužnika. Uslov je naravno da dužnik posjeduje svoje akcije. Ali vezivanje drugih sigurnih prihoda za investitora liči na skrivenu kamatu, pa time treba izbjegavati ove radnje.

Jedna manjina među islamskim učenjacima argumentira da je dozvoljeno prodavati potraživanja ispod nominalne vrijednosti. Kao dokaz oni uzimaju hadis koji je izrečen nakon što su Jevreji napustili Medinu. Jevreji su dva puta pokušali ubiti Poslanika, s.a.v.s., i nakon saradnje sa neprijateljem, došlo je nekoliko njih kod Poslanika, s.a.v.s., i žalilo se kako oni imaju još potraživanja. Poslanik, s.a.v.s., je odgovorio: "*Dajte im (dužnicima) umanjenje i tražite vraćanje prije roka.*" [11, str. 16] S druge strane, jedan broj učenjaka kaže da se ovdje radi o određenom pravilu (*hukm hass*) koje se može primijeniti samo u određenim okolnostima. [11, str. 16] Međutim, većina učenjaka ne prihvata ovaj hadis kao autentičan. A čak i da je hadis autentičan, progon Jevreja iz Medine se desio 2. godine po hidžri, kada kamata još uvijek nije bila zabranjena, i zbog toga se ne može uzeti kao dokaz. [15, 125] Tradicionalni islamski pravници su jednoglasni u zabrani prodavanja duga ispod

nominalne vrijednosti. Također, apsolutna većina savremenih učenjaka ima isto mišljenje. Akademija islamskog prava iz Džidde, koja predstavlja najveće reprezentativno tijelo šerijatskih učenjaka i koja ima predstavnike iz svih muslimanskih zemalja, jednoglasno je usvojila zabranu kupoprodaje duga. [15, 191]

ISTISNA'-OBVEZNICE

Istisna' predstavlja drugu vrstu kupoprodaje, gdje se jednim predmetom trguje prije nego što je proizveden. U slučaju *istisna'a* klijent naručuje od proizvođača da proizvede određeni proizvod u određenom obliku, gdje je obaveza proizvođača da organizuje potrebnu radnu snagu i materijal. [16, str. 268] Primjer za *istisna'*-ugovor je situacija kada klijent naručuje izgradnju objekta od građevinske kompanije. Obaveza građevinske kompanije, u ovom slučaju, je da nabavi potrebne materijalne i ljudske resurse i da napravi poručeni objekat.

Istisna'-obveznice se mogu koristiti onda kada klijent želi izgraditi jedan fizički predmet koji je nezamjenjiv i zahtijeva veliki kapital. U ovom slučaju klijent daje nalog finansijskoj instituciji za izgradnju jednog fizičkog predmeta. Sekjuritizacija ovog ugovora može se izvršiti sve dok je fizički objekat u izgradnji. Međutim, kada se predaje fizički objekat klijentu, objekat postaje novčano potraživanje, i tada se ne bi više mogla izvršiti sekjuritizacija ugovora.

Dozvoljenost trgovine ovim obveznicama je ovisna od toga da li je fizički objekat predat klijentu ili ne. Ukoliko fizički objekat još nije predat klijentu, imovina se sastoji od fizičkog objekta, te je tada dozvoljena trgovina *istisna'*-obveznicama. Kada se izgrađeni fizički objekat predaje klijentu, onda se imovina sastoji od potraživanja u novčanom obliku, te je tada zabranjena trgovina *istisna'*-obveznicama, osim za nominalnu vrijednost.

Funkcionisanje *istisna'*-obveznica objasniti ćemo na slijedećem primjeru: pretpostavimo da država želi izgraditi jedan autoput. Zbog toga se raspisuje tender za zainteresovane kompanije koje žele realizovati ovaj projekat. Sada pretpostavimo da jedna finansijska institucija dobije pravo na realizovanje ovog projekta za 120 miliona eura. Finansijska institucija je izračunala da su potrebna 100 miliona eura za izgradnju autoputa. Dalje, pretpostavimo da samostalno tijelo mora izgraditi autoput za 4 godine. Za realizaciju građevinskih radova, finansijska institucija će angažovati putarsko preduzeće, koje će svake godine izgraditi dio autoputa u vrijednosti od 25 miliona eura. Štaviše, država prije potpune izgradnje autoputa već plaća kompaniji godišnje 5 miliona eura. Na kraju, samostalno tijelo će izdati *istisna'*-obveznice u vrijednosti od 80 miliona eura.

Uzimajući u obzir ove podatke, možemo pokazati do kada se sa *istisna'*-obveznicama može trgovati. Kada finansijska institucija osniva samostalno tijelo (SPE) i emitira *istisna'*-obveznice, imovina samostalnog tijela se sastoji isključivo u novčanom obliku, pa bi zbog toga trgovina bila dozvoljena samo za nominalnu vrijednost.

Tabela 2. Bilans stanja samostalnog tijela nakon izdavanja istisna'-obveznica (podaci u milion €)

Bilans stanja SPE			
Autoput u izgradnji	0	Sopstveni Kapital	80
Potraživanja	0	Obaveza prema klijentu	0
Gotovina i g. ekvivalenti	80		
UKUPNO	80	UKUPNO	80
Fizička imovina	0		

Nakon prve godine, izgrađen je dio autoputa u vrijednosti od 20 miliona eura. Fizička imovina povećava se na 25 miliona eura i zbog toga je dozvoljeno trgovati sa ovim obveznicama za drugu cijenu mimo nominalne vrijednost. Međutim, minimalna vrijednost svih obveznica je 65 miliona eura. Također, treba imati u obzir da država otplaćuje unaprijed dio autoputa u vrijednosti od 5 miliona eura, što stvara obavezu za samostalno tijelo.

Tabela 2. Bilans stanja samostalnog tijela nakon prve poslovne godine (podaci u milion €)

Bilans stanja SPE			
Autoput u izgradnji	25	Sopstveni Kapital	80
Potraživanja	0	Obaveza prema klijentu	5
Gotovina i g. ekvivalenti	60		
UKUPNO	85	UKUPNO	85
Fizička imovina	20		

Nakon završetka autoputa, tj. nakon četiri godine, povećava se vrijednost autoputa na 100 miliona eura. Zbog toga fizička vrijednost imovine iznosi 100 miliona eura.

Tabela 3. Bilans stanja samostalnog tijela nakon završetka autoputa, ali prije predaje autoputa državi (podaci u milion €)

Bilans stanja SPE			
Autoput	100	Sopstveni kapital	80
Potraživanja	0	Obaveza prema klijentu	20
Gotovina i g. ekvivalenti	0		
UKUPNO	100	UKUPNO	100
Fizička imovina	100		

Nakon predaje autoputa državi, fizička imovina se transformiše u potraživanja, a time u novčanu imovinu. Zato se od sada istisna'-obveznice smiju prodavati samo za nominalnu vrijednost. Autoput se prodaje za ukupno 120 miliona eura državi, ali zbog toga što su već 20 miliona eura unaprijed plaćene od strane države, preostalo potraživanje iznosi samo 100 miliona eura.

KOMBINOVANE OBVEZNICE

Pod "kombinovanim obveznicama" podrazumijevamo kada jedan izdavalac prodaje dio svoje aktive, kao što su sirovine i potraživanja, za gotovinu.

Naprimjer: jedna islamska banka može prodati dio svojih ugovora (potraživanja), koji se mogu sastojati o ugovorima o idžari, muedždželu, bej selemu i sl., da bi dobili finansijska sredstva za preuzimanje drugih investicija.

Kod kombinovanih obveznica se usvaja mišljenje jednog dijela islamskih pravnika da ako se najmanje pola prodate imovine sastoji od fizičke imovine, onda se cijena imovine može slobodno odrediti. Znači, u tom slučaju se cijela imovina (tako i likvidna sredstva) može prodati ispod nominalne vrijednosti.

Ovakvo tumačenje je problematično jer su investitorima glavna motivacija likvidna sredstva, a ne fizička imovina. Takva transakcija bi vodila kamati. Ispravnije je posebno vrednovati likvidna i fizička sredstva. Likvidna sredstva mogu biti prodana samo uz nominalnu vrijednost, dok se cijena fizičkih sredstava može slobodno odrediti. Tako bi jedno preduzeće, koje ima manjak likvidnih sredstava, moglo prodati fizička sredstva (naprimjer: sirovine, vrijednosnice) ispod nominalne vrijednosti u jednom "paketu", dok se likvidna sredstva ne smiju tako prodavati. Međutim, ovo razgraničenje je manje interesantno investitorima jer je teško unovčiti fizičke robe za odgovarajuću cijenu na tržištu. Zbog toga bi preduzeće moralo ponuditi fizičku imovinu koja se lako može unovčiti, kao naprimjer: vrijednosnice koje sadrže veliki dio fizičke imovine.

FINANSIJSKA GARANCIJA OSIGURANJA

Klijenti, koji koriste dužničke instrumente, kao naprimjer idžaru ili muedždžel, za finansiranje svojih potreba moraju u redovnim intervalima otplaćivati svoj dug. Ukoliko klijent nije u stanju plaćati svoje obaveze, njegov dug će odjedanput dospjeti, što znači da će on morati da prodaje kupljeni objekat, odnosno ugovor o idžari će se raskinuti. Tako bi klijent izgubio potrebni fizički objekat i, što je najgore, izgubio bi povjerenje investitora, tako da bi u buduće slabo koji investitor uložio svoj novac u dotično preduzeće.

Da bi se spriječilo neplaćanje obaveza, klijent može sklopiti ugovor sa jednim islamskim osiguranjem (*tekaful*), s ciljem da ovo osiguranje uslijed finansijskih problema klijenta plati dio rata ili cjelokupni preostali dug. Međutim, ovdje je važno napomenuti da je po islamskom pravu odgovornost osiguranja ograničena na njenu finansijsku sposobnost. Tako, islamska osiguranja ne smiju obećati da će isplatiti unaprijed određenu fiksnu svotu, već će se njihova pomoć odrediti prema njihovim finansijskim sposobnostima. Zbog toga će investitori, koji ulažu u obveznice jednog preduzeća sa likvidnim problemima, ocijeniti i stanje likvidnosti osiguratelja.

PRAKTIČNI PRIMJERI ISLAMSKIH OBVEZNICA

MUDAREBA-OBVEZNICE U PAKISTANU

Od 1980. godine u Pakistanu je uvedena mudareba. Pakistanska mudareba priznaje dvije grupe vlasnika: akcionare mudarebe i vlasnike mudareba-obveznica. Prva grupa ima sva vlasnička prava u privrednom društvu, naprimjer: da imenuje

direktora, da utiče na svakodnevni biznis itd. S druge strane, vlasnici mudareba-obveznica, iako su vlasnici mudarebe, nemaju status partnera. Znači, oni ne mogu birati direktore niti imenovati revizora ili da imaju uvid u knjige društva. [8, str. 17] Mudareba-obveznice su listirani na berzi, što omogućava trgovinu na sekundarnom tržištu. Realizovana dobit mudarebe se raspodjeljuje na kraju datuma dospijea obveznica. Tako se može kazati da status vlasnika mudareba-obveznica više liči na povjerioce nego vlasnike odnosno partnere u društvu. [1, str. 11]

Da bi se povećala privlačnost mudareba-obveznica u Pakistanu, Zakon o mudarebi naređuje da se prikupljeni novac isključivo investira u poslove, koji su sa islamskog aspekta dozvoljene. Za provjeru ove odredbe formiran je vjerski odbor od strane federalne vlade Pakistana, koja mora odobriti emisiju mudareba-obveznica. [8, str. 18]

Odvijanje mudarebe se vrši u vidu jednostrane ili dvostrane mudarebe. Kod jednostrane mudarebe banka je investitor, jer daje preduzeću novac za udio u dobiti. Banka djeluje u ovome ugovoru kao investitor (*rabbu-l-mal*), dok je preduzeće mudarib. Kod dvostrane mudarebe banka je posrednik između investitora i preduzeća. Banka skuplja novac od štediša i nudi ovaj kapital preduzećima da bi dobila udio u dobiti. Preduzeće daje dio dobiti banci, kao predstavniku štediša. Banka sadržava dio dobiti koja pripada njoj, a ostalu dobit dijeli među investitorima. Dvostrana mudareba je nazvana zbog toga što banka zaključuje ugovor o mudarebi sa štedišama, dok sa ovim sredstvima banka zaključuje ugovor o mudarebi sa preduzećima. [4, str. 217, 218]

Međutim, pakistanski sistem *mudarebe* nosi više kontroverznih tačaka, od kojih su najvažnije:

1. vlasnici mudareba-obveznica nemaju status partnera. Tako oni nikako ne mogu uticati na poslovnu politiku mudariba. Ovo je suprotno pravilima klasične mudarebe;
2. vlasnici mudareba-obveznica imaju određena povlašćenja uporedivši sa akcionarima mudarebe. Ovakav tretman je preuzet iz klasičnih obveznica, gdje je vlasnik kreditor, a ne partner udruženja. Zbog toga pakistansko pravo daje vlasnicima mudareba-obveznica status kreditora, a ne partnera. Međutim, za ovo ne postoji opravdanje u islamskom pravu, jer kod islamskih partnerstva partner mora preuzeti rizik odgovornosti i rizik gubitaka;
3. banka, kao investitor, traži zaloge od mudariba. [4, str. 219] Ovo je, također, suprotno klasičnoj mudarebi;
4. banke smiju da zadrže dio dobiti koja pripada štedišama, kao što je uobičajeno kod akcionarskih društava zapadnog tipa. [4, str. 219] Ovo je suprotno pravilima o raspodjeli dobiti kod originalne mudarebe, gdje sadržavanje dijela dobiti bez odobrenja investitora nije moguće.
5. Mudarib neće tražiti veći udio u ukupnoj dobiti mudarebe od 10% koji je zarađen novcem od strane investitora. [12, str. 63, 64]

Na početku su mudareba-obveznice bile popularni instrument finansiranja u Pakistanu, zbog niskog potrebnog početnog kapitala, poreskih olakšica, nemogućnost glasanja putem mudareba-obveznica i drugih povlastica koja su bile date radi promovisanja ovog koncepta finansiranja. [12, str. 63, 64] Tako da su se mudareba-obveznice masovno koristile kao način finansiranja, obzirom da su

očekivane stope prinosa bile veće od prinosa alternativnih investicija. Stanovnici Pakistana su na početku masovno počeli ulagati novac putem mudareba-obveznica. Međutim, zbog velike ponude novca pojavio se i moralni hazard, tako da se postepeno broj kompanija smanjio jer nisu mogle da ispune velika obećanja. Također, država nije uspjela da razvije odgovarajući nadzor za sprečavanje moralnog hazarda. [8, str. 19] Zato se broj mudareba kompanija danas značajno smanjio. Razlozi za nedovoljno proširenje mudarebe u Pakistanu se mogu rezimirati ovako: [8, str. 18, 19]

- nedostatak međusobnog povjerenja;
- nedovoljni stepen čuvanja poslovnih tajni;
- kratkoročni ugovori;
- rizik od otkrivanja visokih stopa profita;
- politički manevar i pritisak na banke / finansijske institucije;
- česte promjene propisa o bankama, posebno od strane centralne banke u Pakistanu;
- beskrajno izdavanje novih statutarnih regulatornih naloga (detaljni pravilnici za oporezivanje) od strane centralnog odbora za javne prihode;
- praksa vođenja "duplog" knjigovodstva radi izbjegavanja oporezivanja;
- zahtjev svježih garancija i zaloga s vremena na vrijeme od strane banaka / finansijskih institucija;
- banke su sadržavali pravo na preferencijalni udio u dobiti;
- kompanije su snosile sve troškove za takse i neophodnu dokumentaciju za realizaciju mudarebe;
- diskreciono pravo banke u slučaju likvidacije društva i
- poreski zakoni.

Može se zaključiti da je Pakistan uveo samo mali dio propisa o *mudarebi*. Mada treba napomenuti da kod razvoja koncepta pakistanskih mudareba-obveznica, termin "mudareba" je korišćen zato što je ovaj termin bio najpoznatiji u to doba, bez strogog oslanjanja na klasičnu mudarebe. [9, str. 172] Može se kazati da su propisi pakistanske *mudarebe* razvijani u korist finansijskih institucija i velikih investitora, tako da su svi neugodni propisi *mudarebe* za banke izbrisani. Ovakav pristup nije opravdan u skladu sa islamskim propisima. Činjenica je da klasična *mudareba* ima svoje nedostatke kada je u pitanju njena primjena u modernom poslovnom svijetu. Ali, ove probleme treba riješiti u duhu islama, a ne kroz davanje prvenstva određenim interesnim grupama, gdje na kraju samo ostaje ime određenog klasičnog finansijskog instrumenta.

Trenutno se rade aktivni naponi u cilju oživljavanja mudareba sektora u Pakistanu. Razvijeni su novi ugovori za investiranje prikupljenog novca da bi mudareba kompanije postale ozbiljnija konkurencija klasičnim bankama. Također se aktivno radi na poboljšanja regulatornog okvira za ovaj sektor. [9]

ISLAMSKE OBVEZNICE U MALEZIJI

Malezija je sredinom 90-tih godina XX stoljeća tzv. "islamske obveznice" (*Islamic Bonds*). Problem kod ovih obveznica je što se baziraju na *beju-l-inu*, tj. transakcija,

koja je razvijena s ciljem zaobilaženja islamskih propisa o kamati. Kako *beju-l-ina* nastaje kod malezijskih obveznica, može se vidjeti kroz funkcionisanje ovih obveznica. Emisija islamskih obveznica se vrši u tri koraka: [11, str. 2]

1. stvaranje fizičkog objekta i sekjuritizacija;
2. emisija obveznica;
3. trgovina sa obveznicama na berzi.

U prvom koraku emitent prodaje neki fizički predmet investitorima za gotovinu. U drugom koraku investitori opet prodaju isti fizički predmet emitentu za veću cijenu, koju emitent plaća u ratama. Ovaj ugovor o otkupu omogućava emitentu dobijanje likvidnih sredstva. Otplata duga se vrši putem emisije obveznica (sekjuritizacija). Također, postoje "obveznice bez kupona" (*zero-coupon-bonds*), koje se prodaju uz diskont. Ovaj diskont osigurava investitorima određenu dobit. Štaviše, postoje različite varijacije ovih obveznica, ali pošto se sve ove varijacije baziraju na principu *beju-l-ina*, nećemo ih detaljno predstavljati. [11, str. 4, 5]

Investitorima je emisija obveznica interesantna iz dva razloga: s jedne strane – dobijaju sigurnu dobit (razlika između prodajne i kupovne cijene fizičkog predmeta) i s druge strane – investitori mogu da trguju ove obveznice na sekundarnom tržištu, tj. na berzi.

Sa islamskog aspekta tzv. malezijske "islamske obveznice", prema mišljenju većine islamskih klasičnih i savremenih pravnika, nisu dozvoljene. [16, str. 115] Prvo, kod kupoprodaje fizičkog objekta cilj transakcije je nabava likvidnih sredstava, a ne kupoprodaja. Emitent u ovom slučaju samo prodaje fizički objekat da bi dobio gotovinu, dok investitori kupuju fizički objekat samo da bi ga istom prodavcu (emitentu) odmah preprodavali uz određeni višak. Tako da fizički predmet služi kao zalog za dug i igra samo formalnu ulogu u cijeloj transakciji. Kroz formalnu kupoprodaju i povezivanja dviju ugovora u jednoj transakciji, investitori "skriveno" mogu ostvariti kamatni prihod. Ovo je jasan primjer za *bej el-inu* i zbog toga su ove islamske obveznice zabranjene.

Drugi problem kod islamskih obveznica je tzv. *beju-l-dejn*. Pod *beju-l-dejn* se podrazumijeva trgovina sa dugovima, tj. u ovom slučaju, sa obveznicama. Međutim, prodaja potraživanja ispod nominalne vrijednosti je zabranjena jer sadrži kamatu viška (*riba el-fadl*). Prijenos duga je moguća samo uz nominalnu vrijednost, bez dodavanja ili oduzimanja.

MUŠAREKA-OBVEZNICE U SUDANU

Sudan je eksperimentisao početkom 21. stoljeća sa izdavanjem mušareka-obveznica kao sredstvo za finansiranje budžetskog deficita i instrumenta za monetarnu politiku. 2001. godine izdate su mušareka-obveznice, koje su se odnosile na vlasništvo u državnim preduzećima i trgovali se na sekundarnom tržištu. Konkretno, kod ovih obveznica bi se prvo odabrala grupa državnih preduzeća, koji bi predstavili portfelj za investitore. Obzirom da investitori privremeno kupuju dio ovih kompanija, oni bi dobili udio u dobiti od ovih državnih preduzeća. Na roku dospijea, investitorima bi se isplatio uloženi novac za unaprijed određenu cijenu, u normalnom slučaju nominalna vrijednost. Ove vrijednosnice su se koristile do 2007. godine i glavni cilj

im je bio kratkoročno finansiranje države. Isključivo državljani Sudana su imali pravo kupiti ove obveznice. Ove obveznice su imali rok dospijeaća od tri do šest mjeseci, pa do jedne godine. Ovim emisijama, Sudan je uspio privlačiti novac u vrijednosti od 0,21% bruto domaćeg proizvoda u 2003. godine (2002. godine 0,13% BDP-a). U suštini se kod ovih obveznica radilo o privremenoj privatizaciji jednog dijela državnih preduzeća; mada je upravljanje preduzećem cijelo vrijeme isključivo pripadalo državi. [12, str. 75]

Obzirom da sudansko tržište kapitala nije nudilo puno alternativa za investiranje, mušareka-obveznice su bile interesantna alternativa za investiranja. Za to govori i stopa prinosa prvih mušareka-obveznica koja je iznosila 32%. Također, su ove obveznice bile interesantne i za banke kao kratkoročna alternativa za investiranje. [12, str. 76]

Kao naslednik mušareka-obveznica formirane su tzv. "Vladine Investicione Obveznice". Kod ovih obveznica se, u suštini, radilo o mudareba-obveznica, koje su služile za finansiranje Sudanske Kompanije za Finansijske Usluge. Ova kompanija je državna kompanija koja finansira vladine projekte putem islamskih dužničkih ugovora poput idžare, murabehe i istisna'.

Kod ovih investicionih obveznica postoje tri aktera:

1. Investitori ili vlasnici obveznica, koji su *rabb-ul-mal*;
2. Sudanska Kompanija za Finansijske Usluge, koja je mudarib u ulozi investicionog fonda i
3. Ministarstvo Finansija Sudan, koje je korisnik sredstava. [12, str. 78]

Obzirom da je dužnik kod ovih ugovora država, ona bi trebala da bude siguran dužnik sa najvećim kreditnim rejtingom. Sudanska Kompanija za Finansijske Usluge sadržava 5% ostvarenog profita u mudarebi, dok se ostali dio isplaćuje investitorima. Da bi se povećala sigurnost za investitore, Ministarstvo Finansija Sudana je dalo jednostrano obećanje da će koristiti sredstva poštujući rok dospijeaća obveznica, znači da neće zaključiti ugovore o finansiranju sa mudarebom duže od roka dospijeaća. Da bi se moglo trgovati ovim obveznicama na sekundarnom tržištu, dominantni korišćeni ugovor je ugovor o idžari. Idžarom se smanjuje kreditni rizik, ali se i povećava cjenovni rizik obveznica. [12, str. 79]

IDŽARA OBVEZNICE NJEMAČKE POKRAJINE SAKSONIJA-ANHALT

Njemačka pokrajina Saksonija-Anhalt je 2004. godine izvršila pionirski korak u javnom finansiranju. Naime pokrajinska vlada je odlučila izdati obveznice na osnovu idžare (lizinga) u vrijednosti od 100 miliona eura za refinansiranje javnog duga od tada 16 milijardi eura. Da bi se mogla koristiti idžara kao instrument finansiranja, pokrajini je potrebna bila imovina koja će koristiti pod lizing. Zato je pokrajina prenijela svoje nekretnine, uključujući 18 poreskih uprava, sopstvenoj fondaciji, koja se osnovala, zbog poreskih razloga, u Holandiji. Fondacija je za ovu imovinu platila 100 miliona eura pokrajini i finansirala ovaj izdatak emisijom idžara-obveznica. Idžara-obveznice su bile listirane na berzi u Luksemburgu. Na

roku dospijeća, vlasnici idžara-obveznice su dobili uloženu nominalnu vrijednost kao i prihode od lizing rata. [17]

Obzirom da je rok dospijeća bio u 2009. godini, Ministarstvo Finansija pokrajine Saksonije-Anhalt je ocijenila da su islamske obveznice bile veliki uspjeh, koja je omogućila da se investitori sa bliskog istoka upoznaju sa pokrajinom. [18]

Kada detaljnije analiziramo ovaj koncept možemo primijetiti da je njemačka pokrajina pozajmila 100 miliona eura i vratila veći iznos. U suštini se radi o klasičnom izdavanju obveznicu uz plaćanje određene kamatne stope. Izbjegavanje kamate se u ovom slučaju vrši putem kombinacije nekoliko ugovora. Prvo pokrajina (potraživač za novac) prodaje svoju imovinu i time zadovoljava svoju potreba za gotovinom. Kupljena gotovina se opet daje na korišćenje pokrajini, pa time ne dolazi do prekida korišćenja već postojeće imovine. Potraživač za novac plaća redovno lizing rate i na kraju, plaćanjem dobijene glavnice na početku, vraća svoju prodatu imovinu, iako bi bilo logičnije da se imovina kupuje za nižu cijene, jer će imovina normalno imati opadajući vrijednost tokom vremena. U šerijatskom pravu ovaj ugovor je odavno poznat i naziva se "*bej el-istiglal*" (eksploataciona prodaja). *Bej el-istiglal* opisuje prodaju imovine uz obećanje da će kupac opet uzeti pod lizing imovinu uz mogućnost vraćanje imovine kada bude platio dobijeni novac. [3, str. 40] Ovdje se radi o klasičnom "*sale and lease back*"-ugovoru (prodaj i uzmi opet pod lizing). Tako da ovdje ne postoji stvarno vlasništvo nad kupljenim objektima od strane investitora, nego u suštini korisnik lizing prosljeđuje prinose investitorima, kao i kod klasičnih obveznica.

Da bi se bolje prikazao problem možemo koristiti sljedeći ekstremni primjer. Da bi pojednostavili primjer, izbjegnuto ćemo posrednika u obliku samostalnog tijela (SPE). Sada jedna vlada želi prodati određeni fizički predmet, kao što je jedno brdo. Brdo će se prodati investitorima za previsoku cijenu, i uzeti opet pod lizing za visoku rentu, uz mogućnost prilagođavanja prema kretanju kamatnih stopa. Štaviše, vlada daje obećanje da će na roku dospijeća kupiti brdo za istu cijenu, kao što je i prodala investitorima. Tako da je jasno da brdo, kao fizički predmet, igra sekundarnu ulogu u ovoj transakciji - glavna uloga pripada prodajnoj cijeni i iznosu renti, tj. glavnici i periodičnog plaćanja kamate. [12, str. 53]

ZAKLJUČAK

Privlačnost "islamskih obveznica" za investitore je u tome što one nude relativno sigurnu dobit i što se određeni broj obveznica može trgovati po slobodnoj cijeni na sekundarnom tržištu. Međutim, važno je napomenuti da se "islamske obveznice" baziraju na partnerstvu. Partnerstvo među investitorima nastaje kada se vrši sekjuritizacija ugovora. U ovom slučaju, specijalna kompanija, koja vrši sekjuritizaciju, prodaje udjele u jednom projektu. Prikupljeni novac se onda ulaže putem jednog od dužničkih ugovora. Zbog toga što dužnički instrumenti omogućavaju fiksni prihod, investitori će imati relativno sigurnu dobit. Ali investitor kod ovih ugovora može imati i gubitak. Ovo pokazuje sljedeći primjer: investitori kupuju zajednički jedan objekat, u vidu mušareke, u vrijednosti od 100.000 €. Ovaj objekat se iznajmljuje klijentu na 10 godina. Također, klijentu se nudi opcija da

može kupiti objekat za 100.000 € nakon 10 godina. Ali klijent nakon 10 godina ne želi kupiti objekat. Investitori se odluče na prodaju objekta, ali tržišne okolnosti su takve da objekat vrijedi samo 80.000 €, što znači da bi investitori imali gubitak od 20.000 €. Ovaj primjer pokazuje da investitori nose rizik gubitka i u slučaju islamskih obveznica.

Također, treba istaknuti da se islamski dužnički ugovori zasnivaju na razmjeni fizičkog predmeta za novac, što je bitna razlika uporedivši sa klasičnim obveznicama, koje se temelje na razmjeni "novca za novac", pa se time i struktura islamskih obveznica razlikuje od klasičnih. Međutim, obzirom da investitori žele sigurnu dobit, u praksi se često zaključuju ugovori koji znatno smanjuju rizik za investitora, koristeći kombinaciju većeg broja ugovora ili obećanja. Kod takvih ugovora fizički predmet igra samo formalnu ulogu. Ali, korišćenje fizičkog predmeta, sa makroekonomskog aspekta, ima svoju intenciju: ekonomski razvoj. Kada se izdaju islamske obveznice radi kupovine novog fizičkog predmeta (zgrada, mašina i sl.) doći će do većeg obima investicija, što će stvarati prihode za vlasnike angažovanih preduzeća, zaposlenike, dobavljače, državu itd. Međutim, ukoliko se jedan fizički predmet samo formalno koristi za izdavanje obveznica, tada se zarađeni prihod od strane korisnika objekta prosljeđuje investitorima, bez izgradnje novog fizičkog predmeta.

Tabela 4. Osobine finansijskih instrumenata tržišta kapitala

	Predmet ugovora	Slobodna trgovina vrijednosnicama?	"Fiksni" prihod za investitore?
Mudareba-obveznice	Novac	Da	Ne
Idžara-obveznice	Fizički objekat	Da	Da
Muedždel-obveznice	Fizički objekat	Ne	Da
Istisna'-obveznice	Fizički objekat	Ovisno	Da
Selem-obveznice	Fizički objekat	Da	Da
Kombinovane obveznice	Novac, fizički objekat	Da	Ovisno

Često se samo formalno implementiraju islamske norme da bi se privukli muslimani, koji žele uložiti svoju ušteđevinu u skladu sa islamskim normama. Međutim, detaljna analiza ovih ugovora / vrijednosnica pokazuje da se često radi o imitaciji klasičnih ugovora, kojim je dat određen arapski naziv, često referenca na određeni ugovor spomenut u klasičnim islamskim pravnim djelima, ali koji suštinski uopšte ne odgovara tom ugovoru. Nekoliko spornih tačaka vezano za islamske obveznice možemo vidjeti u poznatoj fetvi (pravnom sudu) jednog od najeminentnijih stručnjaka za islamske finansije, Muftije Takija Usmanija. On je uočio nekoliko problematičnih radnji kod izdavanja modernih islamskih obveznica. Prva problematična stavka jeste odredba da ukoliko je ostvareni prinos obveznica iznad određenog minimuma, višak pripada korisniku finansijskih sredstava kao nagrada za uspješan rad. Obzirom da su specijalna kompanija i korisnik finansijskih sredstava često jedno lice, tada korisniku pripada taj višak. Naprimjer: ukoliko je prinos obveznica iznad 5%, npr. 8%, tada 5% pripada investitorima, ostalih 3% korisniku finansijskih sredstava

(izdavaocu). Šerijatsko opravdanja za ovaj postupak zagovornici ovog pravila zasnivaju na pravilu da je po islamskom pravu dozvoljeno kazati: "Prodaj ovu robu za ovoliko, a ako je prodaš za veću cijenu višak pripada tebi." Međutim, većina islamskih učenjaka ne dozvoljava ovakvu odredbu. [14, str. 5, 6] Nije problem odrediti da se višak očekivanog profita daje mudaribu, nakon što će se minimum raspodijeliti, ali se minimalni prinos često određuje prema referentnim kamatnim stopa (npr. LIBOR), pa se može vidjeti šta je suštinski cilj ove odredbe. Ovo biva jasnije kada se uzme u obzir da se često izdavaoci obavezuju da ako prinos padne ispod minimuma, oni će ponuditi beskamatni zajam investitorima, da bi se minimalni prinos postigao. Ovaj beskamatni kredit će biti otplaćen ili većim prinosom, koji će pripasti izdavaocu, ili smanjenjem otkupne cijene fizičkog predmeta na kraju ugovora o lizingu. [14, str. 4] U islamskom pravu ne postoji nikakvo opravdanje za ovakvu odredbu, jer ovdje se želi kombinovati više ugovora u cilju obezbjeđivanja fiksnog prihoda za investitora. [14, str. 7]

Također, kod većine islamskih obveznica u praksi se garantuje uloženi kapital investitorima tako što korisnik fizičkog predmeta daje obećanje da će sigurno otkupiti fizički predmet za nabavnu cijenu, nezavisno od trenutne tržišne cijene. Međutim, kako je već istaknuto, prihod investitora treba odrediti prema ostvarenoj dobiti. Naprimjer kod idžara-obveznica prihod investitora se može smanjiti ukoliko dođe do iznenadnih popravki na fizičkom predmetu, obzirom da vlasnik (investitori) moraju snositi troškove popravke. Isto važi i za otkup zakupljenog predmeta - korisnik bi trebao samo platiti tržišnu vrijednost, ukoliko misli da mu koristi predmet. Ali obzirom da se fizički predmet koristi samo kao formalni predmet, vidi se razlog za spremnost otkupa uz nabavnu cijenu. Tako da na osnovu ovih odredbi investitori dobijaju fiksni prinos (kao i kod klasičnih obveznica), a korisnik ima fiksne finansijske troškove. [14, str. 10]

Razilaženja među islamskih pravnika oko definisanja detalja za izdavanje islamskih obveznica kao i nedostatak standardizacije ugovora, vode do toga da investitori izbjegavaju ulaganje u islamske obveznice - neki zbog šerijatskih razloga, neki zbog rizika. Regulatorna tijela, koja se bave ovom problematikom, poput Akademije za islamsko pravo pri Islamske Konferencije kao i međunarodna organizacija AAOIFI trebaju raditi na standardizaciji ugovora da bi se tačno znalo šta je dozvoljeno sa islamskog aspekta, a šta ne. Također postoji izazov prilagođavanja islamskih obveznica prema zakonima zemlje izdavanja. Isto koliko je bitna standardizacija, toliko je i bitna edukacija investitora o islamskim finansijskim instrumentima da bi se bolje upoznali sa načinom funkcionisanja islamskih obveznica. Jer, ispravno praktikovanje svih islamskih finansijskih ugovora podrazumijeva, prije svega, postojanje određene doze rizika za finansijera u takvoj transakciji, jer opšti princip u šerijatu glasi da *nema dozvoljene dobiti bez rizika*. U suprotnom se može poput određenih kombinacija ugovora doći do zarađivanja fiksnih prihoda, tj. kamate.

BIBLIOGRAFIJA

1. Al-Amine, M. Al-B. M. (2001) The Islamic Bonds Market: Possibilities and Challenges, *International Journal of Islamic Financial Services*, 3 (1).
2. Al-Amine, M. Al-B. M. (2008) Sukuk market: Innovations and Challenges, *Islamic Economic Studies*, 15 (2).
3. Al-Masri, R. Y. (2006) Renting an Item to Who Sold It Is It Different from *Bay' Al-Wafa'* Contract? *J.KAU: Islamic Econ.*, 19 (2), str. 39-42.
4. Dalkusu, I. N. (1999) *Grundlagen des zinslosen Wirtschaftens*. St. Gallen: Dike Verlag AG.
5. Ibn Rushd (2003) *Bidayat al-Mujtahid wa Nihayat al-Muqtasid – The Distinguished Jurist's Primer*. Reading: Garnet Publishing.
6. Mehra, R., and E.C. Prescott (1985) The equity premium: a puzzle, *Journal of Monetary Economy*, 15, str. 145–161.
7. Obaidullah, M. (2001) Financial Contracting in Currency Markets: An Islamic Evaluation, *International Journal of Islamic Financial Services*, 3 (3).
8. Rahman, T. (1999) *Mudarabah and the Pakistan Perspective*. Jeddah: Islamic Research and Training Institute.
9. Rasul, B. (2010) *Lessons from Pakistan's Model*. Vernardos, A. M (izd.) Current Issues in Islamic Banking and Finance - Resilience and Stability in the Present System. Singapore: Heritage Trust Group.
10. Rosly, S. A. & Omar, M. A. (1999) Islamic Convertible Bonds - An Alternative to Bay al-Inah and Discounted Bay al-Dayn Islamic Bonds for the Global Islamic Capital Market, *Proceedings of the Third Harvard University Forum on Islamic Finance: Local Challenges, Global Opportunities*. Cambridge, MA: Center for Middle Eastern Studies, Harvard University, str. 179-189.
11. Rosly, S. A., Sanusi, M. M. (1999) The Application of Bay al-'Inah and Bay al-Dayn in Malaysian Islamic Bonds: an Islamic Analysis, *International Journal of Islamic Financial Services*, 1 (2).
12. Syed Ali, S. (2005) *Islamic Capital Market Products: Developments and Challenges*. Jeddah: Islamic Research and training Institute.
13. Tuhmaz, A. M. (2003) *Hanefijski fikh*. Sarajevo: Grabus.
14. Usmani, M. T. (2007) *Sukuk and their Contemporary Applications*, članak na: http://www.muftitaqiusmani.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3:sukuk-and-their-contemporary-applications&catid=12:economics&Itemid=15
15. Usmani, M. T. (2003) *Uvod u islamske finansije*. Živnice: Selsebil.
16. Zuhayli, W. (2003) *Al-Fiqh Al-Islami wa-Adillatuh – Financial Transactions in Islamic Jurisprudence*. Damascus: Dar al-Fikr.
17. <http://www.handelsblatt.com/finanzen/boerse-maerkte/anlagestrategie/sachsen-anhalt-bietet-islamische-anleihe-an-anlegen-mit-allahs-segen/2363004.html>, pristup februar 2014. godine
18. <http://www.sueddeutsche.de/geld/staatsanleihen-geldanlage-mit-allahs-segen-1.204235>, pristup februar 2014. godine

RESUME

Islamic law does not allow interest. Therefore classical bonds cannot be used for financing. So the question arises whether there is an instrument of financing in the capital markets in the Islamic financial system which is less risky than shares, but

allowed from a legal point of view? The answer to this question are "Islamic bonds", which are also known by their Arabic name "sukuk". These Islamic bonds are based on classical Islamic debt instruments, such as ijarah or bay salam. In this case, a physical object is sold or rented for money. Then, these contracts are sold to investors via securitisation in order to finance these transactions.

It is important to note that "Islamic bonds" are based on a partnership. First the needed money is collected from investors and then invested by using one of the Islamic debt contracts. Debt instruments provide a fixed income, so investors will have a relatively secure income. But investors can also have losses with these investments.

Also, it should be noted that Islamic debt agreements are based on the exchange of physical objects for money, which is a major difference compared to conventional bonds, which are based on the exchange of "money for money", and thus the structure of Islamic bonds differ from conventional bonds. However, given the fact that investors want to have a secure a profit, in practice, contracts are often concluded, which significantly reduce the risk to investors , using a combination of a large number of contracts or promises. At such contracts, the physical object only plays a formal role. However, the use of physical objects, from a macroeconomic point of view, has its own intention: economic development. When Islamic bonds are issued to purchase new physical objects (buildings, machinery, etc.) there will be large scale investments, which will generate income for the owners of the involved companies, employees, suppliers, government etc. However, if a physical object is only formally used for the issuance of bonds, then the income earned by the beneficiary is only forwarded to investors, without building new physical objects, and thus without an increase of the gross domestic product.

DOKUMENTARNI AKREDITIV I ELEKTRONSKO BANKARSTVO

Mukadesa Delimedac, mr

Komercijalna Banka a.d.
Novi Pazar, Srbija
mukadesa977@gmail.com

Apstrakt

Jedan od najpouzdanijih načina plaćanja u međunarodnoj trgovini je plaćanje putem dokumentarnog akreditiva. Njegova osnovna funkcija je osiguranje plaćanja koje se vrši od strane neutralne banke po nalogu kupca, a prodavac ima čvrstu garanciju banke da će se obaveza prema njemu izvršiti. Osim funkcije plaćanja bitna je i funkcija kreditiranja, jer se plaćanje vrši najčešće na odloženi rok. Takođe, bitne osobine dokumentarnog akreditiva su brzina i pouzdanost izvršenja transakcije za sve učesnike u ugovornom poslu. Upravo, upoznavanje sa osnovnim karakteristikama akreditiva i sami čitaoci će se upoznati sa specifičnostima ovog načina plaćanja.

Današnje poslovanje iziskuje velike analize i odabir najefikasnijeg načina poslovanja sa najmanjim troškovima, pa je sve veća primena elektronskog načina poslovanja koji omogućava uštedu čak i do 40 % u troškovima obavljanja pojedinih transakcija. Ovim radom upravo želim da istaknem sve prednosti koje omogućava poslovanje putem dokumentarnog akreditiva s jedne strane, i ušteda korišćenjem elektronskog načina prenosa podatka sa druge strane.

Ključne reči: dokumentarni akreditiv, Incoterms 2010, elektronski akreditivi, SWIFT, Bolero sistemi

DOCUMENTARY LETTERS OF CREDIT AND ELECTRONIC BANKING

Abstract

One of the most reliable methods of payment in international trade is payment by documentary credit. Its main function is to ensure that payment is made by a neutral bank on the order of the buyer, so the seller has a solid bank guarantee for his obligation. Besides its payment function, the function of lending is also important, because payment is usually made on a deferred period. Important characteristics of documentary letters of credit are speed and reliability of transaction execution for all participants in the contracting business. By learning about the basic characteristics of letters of credit, readers will become familiar with the specifics of this payment method.

Today's business requires a great analysis and selection of the most effective ways of doing business at the lowest cost and the increasing use of electronic business, which saves up to 40 % of the cost of carrying out certain transactions. This paper wants to point out all the benefits to business through documentary letters of credit, on the one hand, and savings caused by the use of electronic transmission of data, on the other.

Keywords: documentary letter of credit, Incoterms 2010, electronic credentials, SWIFT, Bolero systems

JEL codes: E42

UVOD

Osnov međunarodne trgovine i pravilo je da se isporučena roba, ili izvršena usluga naplati. Uslovi plaćanja moraju biti unapred dogovoreni, kao i instrumenti putem kojih će se osigurati plaćanje, i smanjiti opasnost od nemogućnosti realizacije naplate. Međunarodna trgovačka praksa potpomognuta bankama, stvorila je instrumente putem kojih je moguća zaštita učesnika u međunarodnoj trgovini. Prilikom proučavanja materije međunarodnih plaćanja, na prvom mestu instrument najsigurnijeg oblika plaćanja je dokumentarni akreditiv. Korišćenje elektronskog oblika komunikacije i prenosa informacija ima višestruku uštedu i utiče na povećanje profitabilnosti preduzeća, i smanjenje troškova.

DEFINICIJE DOKUMENTARNOG AKREDITIVA

Prema Jednoobraznim pravilima i običajima za Dokumentarne akreditive revizija 2007, publikacija MTK br. 600 (UPC 600): Akreditiv znači svako utanačenje, bez obzira na naziv ili opis, koje je neopozivo i kojim se konstituiše definitivna obaveza akreditivne banke da honoriše usklađenu prezentaciju. [3, str. 19] Akreditiv se bazira na ugovoru, ali je odvojen od ugovora. Zbog toga u finansijskoj klauzuli koja se odnosi na akreditiv kao instrument plaćanja, moraju tačno da budu navedeni svi detalji koji se odnose na akreditiv. Budući da je posao po dokumentarnom akreditivu veoma složen i da se akreditiv svakodnevno koristi, banke širom sveta su bile zainteresovane da se poslovanje po ovom instrumentu reguliše na jedinstven način. Dokumentarni akreditiv nudi jedinstven, univerzalno prihvaćen način plaćanja u međunarodnoj trgovini, jer štiti interese kako prodavaca tako i kupaca. Prodavac je siguran da će podnošenjem urednih otpremnih i robnih dokumenata navedenih u akreditivu, pod pretpostavkom da je ispunio sve uslove iz akreditiva, moći da naplati protivvrednost izvezeno robe, odnosno izvršene usluge, jer mu za plaćanje garantuje banka koja je otvorila akreditiv. S druge strane, i kupac je siguran da će plaćanje iz akreditiva biti izvršeno samo u slučaju ako prodavac, unutar predviđenih rokova, podnese sva uslovljena akreditivna dokumenta.

ISTORIJSKI RAZVOJ AKREDITIVA

Prvi put termin "akreditiv" upotrebljen je pod nazivom "putničko kreditno pismo" koje su izdavale banke u zapadnom svetu sa ciljem da svojim klijentima omoguće podizanje novčanih sredstava kod inostranih banaka.

Moderna forma dokumentarnog akreditiva razvijena je sredinom XIX veka. Prvi put je upotrebljena 1840. godine kao sredstvo efektivnog plaćanja u međunarodnoj trgovini između banaka u Londonu. Način poslovanja putem dokumentarnog akreditiva je rešen uvođenjem jedoobraznih pravila i običaja za dokumentarne akreditive, koje je Međunarodna Trgovačka Komora u Parizu objavila 1933. godine. Tokom razvoja postoji više revizija i dopuna koje su navedene u nastavku:

Prva revizija (brošura MTK br. 151) pokrenuta na inicijativu američkih banaka 1951. godine na 13 Kongresu MTK u Lisabonu. Kada je zatraženo da se banke zaštite u slučajevima kada su kupci donosili nepotpunu dokumentaciju.

Druga revizija (brošura MTK br. 222) 1962. godine je veoma značajna, jer je okupila veliki broj zemalja iz različitih kontinenata 178 zemalja, i s pravom se može nazvati „globalnom“. Ovom revizijom postignuta je univerzalna primena svih obaveza i dužnosti kupaca. Bitno je napomenuti u reviziji učestvovala su i Engleske i drugih bogatih zemalja, koje su prihvatile njihovu primenu. [4, str. 18]

Treća revizija (brošura MTK br. 290) izvršena je 1974. godine kada je objavljen službeni tekst učestvovala su zemlje Istočne Evrope i važan korak je prihvatanje promena u transportu robe od standardnih kaluzula FOB i CIF, uvođenje pravila i dokumenata za međunarodni transport.

Četvrta revizija (brošura MTK br. 400) izvršena je 1983. godine zbog neusklađenosti, i pojave velikog broja slučajeva odbijanja isplata, što je izazvalo prvu krizu u akreditivnom poslovanju. Pojednostaljene su neke stvari tako da je broj odbijanja isplate iz akreditiva smanjen. Zbog razvoja tehnologije transporta i upotrebe novih transportnih dokumenata usvojene su i nove vrste akreditiva sa odloženim plaćanjem i stand-by akreditivi.

Peta revizija (brošura MTK br. 500) izvršena je 1993. godine, a pravila su stupila na snagu 1. januara 1994. godine. Revizija je bila potrebna zbog velike neusklađenosti dokumenata, i povećanja nepoverenja korišćenje akreditivnog načina plaćanja, smanjena je strogost u prezentaciji dokumenata i izmenjene su formulacije u vezi plaćanja akreditivnih i Potvrđujućih banaka koje nisu bile jasne u UCP 400.

Dodatak e za elektronsko poslovanje izrađen je usled porasta korišćenja elektronskog poslovanja, i u delu akreditivnog poslovanja 2002. godine, ali nije primenjivan u praksi. U UCP 600 izvršeno je samo usklađivanje s novom terminologijom.

Šesta revizija izvršena je 2006. godine u Parizu kada su usvojena nova pravila UCP 600, a stupila su na snagu 1. januara 2007. godine. Svi članovi su određenu promenu prihvatili, tako da je čitav tekst dobio formu „*user friendly*“.

UGOVORNI ODNOSI U AKREDITIVNOM POSLOVANJU

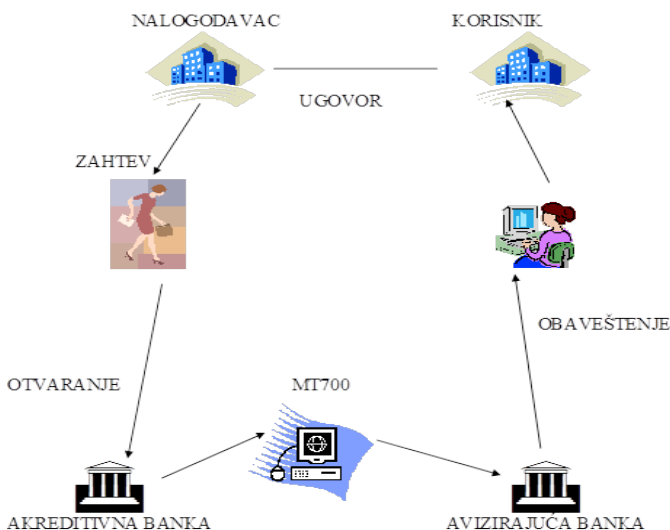
Najveći broj ugovornih odnosa je teško odrediti jer zavisi od broja uključenih pomoćnih banaka. Mogu se naglasiti sledeći uobičajeni ugovorni odnosi;

- **Kupac-prodavac:** čiji odnos je utemeljen ugovorom kojim su ugovorne strane dogovorile da će se plaćanje izvršiti putem akreditiva, ako je reč o izvršenju usluga reč je o naručiocu i izvođaču.
- **Nalogodavac(kupac)-akreditivna banka:** ovaj odnos se temelji na podnošenju zahteva nalogodavca akreditivnoj banci da otvori akreditiv.
- **Akreditivna banka-korisnik akreditiva**
- **Akreditivna banka i/ili potvrđujuća banka:** ovaj odnos je između akreditivne banka i potvrđujuće banke koja pristane da potvrdi akreditiv.
- **Akreditivna banka i /ili potvrđujuća banka – druge imenovane banke:** Odnos akreditivne banke ili potvrđujuće banke i drugih imenovanih banaka

od kojih se zahteva da izvrše pregled dokumenata i izvrše posredničke poslove plaćanja po akreditivu.

- **Potvrđujuća banka-korisnik:** ovaj odnos stvara obavezu na plaćanja iz akreditiva.
- **Obaveštavajuća i imenovana banka:** U ovom slučaju ne radi se uvek o ugovornim odnosima, jer između korisnika i tih banka ne postoji ugovoreni odnos. [2, str. 5]

Slika 1. Odnos učesnika u akreditivnom poslu



PODELA AKREDITIVA

Pravo dokumentarnih akreditiva razvilo se kao sredstvo osiguranja naplate za isporučenu robu i usluge, dok je poslovanje sa akreditivima rezultat međunarodne trgovačke i bankarske prakse. Praksa je stvorila različite vrste akreditiva koji omogućavaju različite načine izmirenja obaveza, različite oblike stvaranja obaveza, i načine njihovog prenošenja. U UCP 500 član 10. naznačeno je da vrsta plaćanja određuje i vrstu akreditiva, dok se u UCP 600 ne pominju „vrste akreditiva“ već samo nabrajaju vrste izmirenja.

U bankarskoj teoriji izvršene su mnogobrojne podele dokumentarnih akreditiva po raznim osnovama, ali se u praksi primenjuje najčešće sledeća podela:

1. u zavisnosti od načina plaćanja
2. u zavisnosti od načina izmirivanja obaveza
3. u zavisnosti od mogućnosti prenosa

Postoje i druge vrste akreditiva vezane za specijalne vrste poslova reeksportni, podakreditivi, standby akreditivi itd.

Jednoobrazna pravila sadrže samo odredbe o nekim najvažnijim vrstama akreditiva, a ovdje ćemo navesti one vrste akreditiva koje se najčešće koriste u međunarodnoj praksi.

1. Podela u zavisnosti od načina plaćanja:

- *Akreditivi po viđenju*
- *Akceptni akreditivi*
- *Akreditivi sa odloženim plaćanjem*
- *Otkupni (negocijanski)*

2. Podela u zavisnosti od načina izmirivanja obaveza

- *Opozive*
- *Neopozive*
- *Potvrđene*
- *Nepotvrđene*

3. Podela u zavisnosti od mogućnosti prenosa

- *Prenosivi*
- *Neprenosivi*
- *Back to Back akreditivi*
- *Kontraakreditiv*
- *Jednostran*
- *Cirkularan*
- *Packing akreditivi („zelenom“ i „crvenom“ klauzulom)*
- *Revolving akreditiv*
- *Stanby akreditivi*

VRSTE TRANSPORTNIH DOKUMENATA KOJE SE KORISTE U AKREDITIVNOM POSLOVANJU

1. Kamionski tovarni list (TRUCK CONSIGNMENT NOTE CMR) izdaje prevoznik i predstavlja dokument koji služi kao dokaz da je roba primljena na prevoz. Prevoznik se obavezuje da će istu prevesti i predati kupcu.
2. Železnički tovarni list (RAILWAY BILL)
3. koristi se za prevoz robe u železničkom međunarodnom saobraćaju.
4. Avionski tovarni list (AIRWAY BILL AWB) koristi se međunarodni prevoz robe putem avionskog saobraćaja.
5. Pomorski konosman (OCEAN BILL OF LADING BL) može glasiti na ime, i na donosioca koristi se za prevoz robe pomorskim putem.

INCOTERMS PARITETI

INCOTERMSOM propisano je 13 termina, te je svaki definisan skraćenicom od tri slova. Svaki paritet pripada određenoj kategoriji (postoji četiri kategorije - E, F, C, D), te svaka grupa označava različit stupanj odgovornosti prodavca za isporuku i to: *Kategorija E*-prodavac stavlja robu na raspolaganje kupcu u svojim prostorijama I ima najniži stupanj odgovornosti za robu.

Kategorija F- prodavac dostavlja robu do mesta koje određuje kupac (FAS, FCA, FOB).

Kategorija C- prodavac ugovora prevoz robe, ali ne preuzima rizik od propasti ili slučajnog oštećenja nakon što je isporučena I poslata (CFR, CIP, CPT, CIP).

Kategorija D- ukoliko je ugovoren paritet iz kategorije D prodavac ima najveći stupanja odgovornosti te snosi sve troškove i rizike isporuke robe kupcu na mesto do krajnjeg odredišta.(DAF, DES, DEQ, DDU, DDP).

Poslednjim promenama najveće izmene desile su se u grupi D, i to na način da se brišu i prethodnom tekstu navedeni pariteti (DDU, DAF, DES, DEQ) , a uvode se novi pariteti DAT (delivery at terminal isporučeno na terminalu) DAP (delivery at place- isporučeno na određenom mestu).

PARITETI 2010

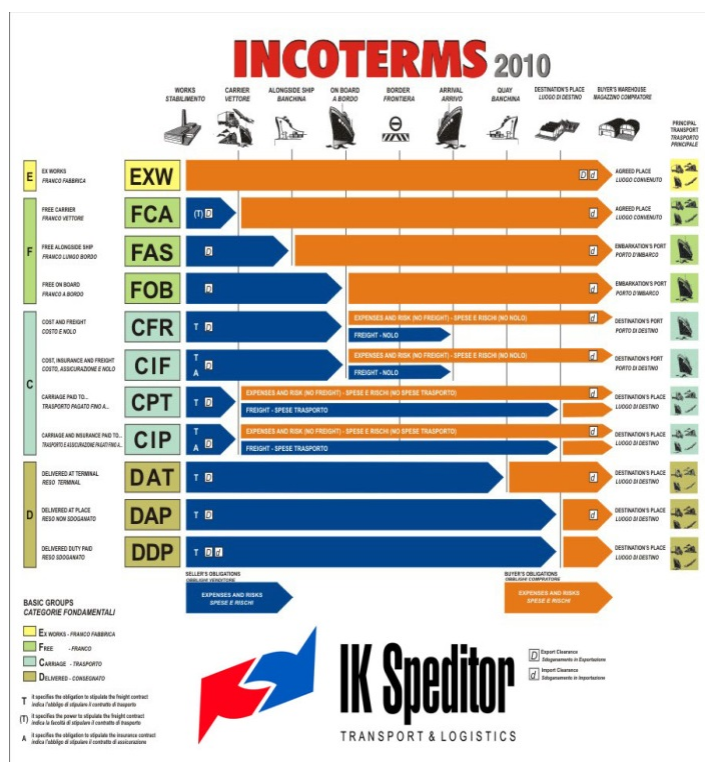
Zasnovani su na Konvenciji Ujedinjenih Nacija o Ugovorima o međunarodnoj trgovini:

- **EXW - Franko fabrika:** prodavac predaje robu franko fabrika ne pokrivajući nikakve dalje troškove.
- **FCA - Franko prevoznik** (na naznačenom mestu): prodavac predaje robu izvezno ocarinjenu u ruke prevoznika naznačenog od strane kupca na naznačenom mestu. Ovaj paritet je pogodan za sve vrste transporta uključujući i avionski, drumski i kontejnerski odnosno multi modalni transport.
- **FAS - Franko uz bok broda** (u naznačenoj luci): prodavac mora da doveze i postavi robu pored broda, spremnu za utovar u naznačenoj luci. Prodavac takođe mora da izvezno ocarini robu i pripremi sve papire neophodne za transport.
- **FOB - Franko utovareno na brod** (u naznačenoj luci): prodavac mora da utovari robu na brod koji je određen od strane kupca, izvezno ocarinjenu. Ovo je veoma često korišćen paritet u brodskom transportu.
- **CFR - Troškovi i vozarina plaćeni** (do naznačene luke): prodavac mora da plati troškove transporta do naznačene luke. Međutim rizik se prenosi na kupca u momentu kada se roba fizički odvoji od broda.
- **CIF - Troškovi, vozarina i osiguranje** (do naznačene luke): ovaj paritet je isti kao i CFR uz dodatni uslov da prodavac mora da pokrije troškove osiguranja i za kupca.
- **CPT - Transport plaćen** (do naznačene destinacije): prodavac snosi sve troškove transporta do naznačene destinacije međutim rizik prenosi predavanjem robe prvom prevozniku.
- **CIP - Transport i osiguranje plaćeni** (do naznačene destinacije): ovaj paritet je isti kao CPT uz dodatak obaveze prodavca da pokrije troškove osiguranja. Međutim i u ovom slučaju rizik se prenosi predavanjem robe prvom prevozniku.
- **DAT - Isporučeno na terminalu:** prodavac pokriva troškove transporta do naznačenog terminala u luci ili mestu dostave, izuzimajući troškove

izvoznog carinjenja. Rizik pada na prodavca do momenta istovara robe na terminalu. Na kupcu je da organizuje carinjenje i druge carinske formalnosti kao i transport od terminala do krajnjeg odredišta. Rizik se prenosi na terminalu.

- **DAP - Isporučeno na naznačenoj destinaciji:** prodavac snosi troškove dostave robe na naznačenu destinaciju izuzimajući troškove uvoznog carinjenja. Rizik se prenosi na kupca u trenutku istovara na naznačenoj destinaciji.
- **DDP - Isporučeno ocarinjeno** (na naznačenu destinaciju): prodavac pokriva sve troškove transporta i carinjenja robe kao i troškove carine i pripadajućeg poreza te snosi sav rizik sve do dostave robe.

Slika 2. Pariteti 2010



ELEKTRONSKI AKREDITIV

Međunarodna trgovačka komora u Parizu (MTK) nedavno je objavila dodatak Ujednačenim običajima i praksi za dokumentarne akreditive iz 1993. godine, pod naslovom „Dodatak UCP 500 za elektronsko podnošenje dokumenata“ - naziv originala „Supplement to UCP 500 for Electronic Presentation – Version 1.0. Skraćenica novog Dodatka je jednostavno „eUCP“ i za bolje razlikovanje od temeljnih odredaba svih 12 članova e-Dodatka ima ispred sebe oznakuku „e“ (el.-e12). Naslovu e-Dodatka dodata je i oznaka Version 1.0 sa idikacijama da se i pre

potpune revizije UCP 500 ne prave dodatne promene zavisno elektronsko-tehnološkim promenama. To se međutim nije ostvarilo, i e-Dodatak je samo terminološki usklađen sa UCP 600. Izvršene ispravke odnose se samo na gramatiku i terminologiju, i obzirom na ograničenu upotrebu e-Dodatak će ostati za sada samo dodatak UCP 600.

UVODENJE ELEKTRONSKOG AKREDITIVA

Brzina prenosa informacija i komunikacije dostigla je razmere koje smo pre nekoliko godina mogli samo zamisliti. I ako je elektronski način komunikacije savršen sa telefaksom i teleksom, kompjuterski način komunikacije danas je potpuno preovladao i nezaustavivo se širi na skoro sve grane bankarskog poslovanja. Razumljivo je što se i instrumenti plaćanja kao što su menice, čekovi, akreditivi itd. Prilagođavanju tim promenama.

RAZLOZI ZA DONOŠENJE E-DODATKA

Akreditivi su bitni za međunarodnu trgovinu a posebno za međunarodnu kupoprodaju. Akreditivi su stvoreni za promet „papirnih“ dokumenata. Temeljno načelo akreditivnog poslovanja izneto u čl. 4 UCP 500 u kome je izneto da svi učesnici rade s dokumentima imajući u vidu da je reč o običnim papirnim dokumentima. Dok je član 11. UCP 500 uveo teletransmisijski način otvaranja akreditiva podnošenje ostalih dokumenta elektronskim putem.

Nema sumnje da bi zamena „papirnih“ dokumenata elektronskim dokumentima bila brži način poslovanja. Velike kompanije postavljaju pitanje sigurnosti i mogućnost elektronskog pristupa dokumentima. Konvencija UN je otvorena za potpis za priznavanje pravne valjanosti elektronskih komunikacija kod ugovaranja. Konvencija će doprineti većoj sigurnosti ugovora sklopljenih putem elektronskih medija.¹

PRIMENA E-DODATKA

Elektronski dodatak još nije naišao na široku primenu u praksi. Razlog tome što odredbe UCP, kao i transportna i ostala dokumentacija nije prilagođena elektronskom poslovanju. U tom pravcu predlaže se i nova revizija UCP 600, gde će se izvrši to prilagođavanje. Predlaže se da MTK počne sa standardizacijom dokumenata kao što su fakture, potvrde o poreklu robe, izveštaj o pregledu robe i drugo. U tom pravcu da se poveže sa SWIFT organizacijom koja postaje važan faktor u elektronskoj trgovini. Kako bi se stimulisao elektronski način poslovanja sa akreditivima predlaže se primena nižih tarifa za one koji se služe elektronskim načinom poslovanja.

¹ Konvencija je usvojena od MTK

TEHNOLOŠKA PITANJA

Pitanje sigurnosti prenosa podataka prvenstveno je pitanje raspoložive tehnologije. Do danas se razvilo nekoliko načina odvijanja finansijskih transakcija posebno elektronskog plaćanja i elektronskog načina prebijanja plaćanja. Stvorene su mreže kao što su „CHIPS“ (Clearing house interbank payment system) u New Yorku CAPS (Clearing house automated payment system) u Londonu koje su napredne verzije elektronske pošte. Takođe veoma poznata SWIFT tehnologija (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications) za brz prenos finansijskih poruka. Kao i mreža BOLERO kojom se može smanjiti vreme za obradu trgovačkih dokumenata od 25 dana na 24 sata. [1, str. 39] E-Di trgovodatak nije se opredelio za određenu vrstu ili format kojim će se slati poruke, već je to strankama ostavljeno da one to same izaberu.

Elektronska trgovina se odvija unutar mreže EDI (Electronic Data Interchange) putem kojih se između računara prenose nalozi, transportna dokumenta i drugi dokumenti.

UNCITRAL je 1992. Godine (dopunjen 1998.) izradio Model zakona o međunarodnom načinu plaćanja, a koji bi mogao doprineti sređivanju zakonske regulative na tom području.² Kao i mogućnost elektronskog potpisivanja i način za proveru autentičnosti tog potpisa.

PREDAJA DOKUMENATA

Svaki elektronski akreditiv mora odrediti mesto predaje (UCP 500 čl. 42a) UCP akreditiv dostupan. To pravilo je dopunjeno s izričitom naredbom da pored mesta za predaju dokumentacije mora biti upisano i mesto sedišta banke, a kod rotativnih akreditiva svako mesto je mesto za predaju dokumentacije. Za elektronske akreditive elektronska adresa predstavlja mesto za predaju dokumentacije postoji mogućnost da i elektronska dokumentacija bude poslat kao i papirna, a to je moguće ako se dokumentacija snimi na CD i poštom fizički pošalje na određenu adresu. Može se naznačiti i adresa akreditivne banke, ili banke kod koje je akreditiv dostupan, to rešenje predviđeno je UCP 600 čl. 6 a i d. Datum predaje dokumentacije nije tačno preciziran, ali vreme predaje je bitno da bi se znalo u kom roku se dokumenta mogu pregledati. Od časa predaje počinje ispitivanje dostavljenih dokumenata. Takav akreditiv mora sadržati elektronsku adresu za predaju dokumenata, a ako se predviđa predaja i papirnih dokumenata takav akreditiv mora odrediti i mesto podnošenja dokumentacije.

Dodatak predviđa obavezu da donosilac dokumentacije mora naznačiti banci kada su podneti svi dokumenti tj. poslati obaveštenje o potpunosti. Obaveštenje o potpunosti može se poslati elektronskim putem ili u papirnom obliku. Ovo je veoma važna odredba jer propust slanja obaveštenja o potpunosti može onemogućiti korisnik da se naplati iz akreditiva.

² UNCITRAL Model law on International Credit Transfer 1992, Zakon je nastao kao posledica povećanja elektronskog načina plaćanja, i sve više su usmereni na transfere (credits), a sve manje na zaduženja (debits)

ROK ZA PREDAJU DOKUMENATA

U papirnom akreditivnom poslovanju rok akreditiva i rok za prezentaciju dokumentacije nakon isporuke (*expiry date*) će se produžiti ako poslednji dan roka bude neradni dan. Međutim taj rok se neće produžiti ako je banka zatvorena zbog nekog slučaja više sile, tada se banke oslobađaju odgovornosti i sva odgovornost pada na korisnike.

Član 45. UCP 500 određuje da su banke dužne prihvatiti prezentaciju dokumenata samo unutar svog radnog vremena. Ta odredba znači da dokumenta primljena posle radnog vremena smatraće se da su primljena sledećeg dana, osim ako banka ne odluči drugačije. Znači da elektronski zapisi moraju biti prezentirani banci u toku njenog radnog vremena u skladu sa UCP 500 i UC 600.

Međutim ako se desi da je banka otvorena, ali bančin sistem zbog tehničkih poteškoća nije u mogućnosti da prihvati prezentaciju na poslednji ugovoreni ili određeni dan isporuke, tada će se smatrati da je banka zatvorena i dan za prezentaciju će se produžiti do prvog idućeg radnog dana. Da bi se sprečilo neopravdano pozivanje nedostupnost sistema neke banke, najverovatnije će se stvoriti pouzdan sistem za registraciju takvih zastoja. Međutim, ako je reč o obaveštenju o potpunosti dokumentacije da bi se izašlo u susret korisnicima akreditiva, to se obaveštenje može podneti ili putem sredstava telekomunikacije ili u papirnom obliku, a smatraće se da je izvršeno na vreme, pod uslovom da je poslato pre nego što je banka bila u stanju da primi elektronski zapis.

PROVERA VERODOSTOJNOSTI

Svaki elektronski zapis mora proći proveru, i ova provera nije identična proveru dokumentacije u papirnom obliku. Oni elektronski zapisi kod kojih se ne može izvršiti provera verodostojnosti smatraće se da nisu ni podneti. Vršice se provera da li činjenice navedene u dokumentima po svom spoljašnjem izgledu izgledaju istinito, i ako banka sumnja u istinitost ona ne može odbiti dokumentaciju dok ne dokaže da su činjenice lažne, prevarne. Kod elektronskih akreditiva banka će proveriti pošiljaoca, kao i da li je zapis primljen u celosti. Ako neki elektronski zapis ne možemo proveriti banka nema obavezu da taj dokument dalje ispituje.

Odredbe člana e5f. pretpostavljaju proveru od strane samih akreditivnih banaka, ako su u proveru uključene konfirmirajuće banke tada je postupak nešto drugačiji. Pravila člana e6b. Određuje da elektronski zapis koji konfirmirajuća banka šalje akreditivnoj, ne predstavlja odgovornost konfirmirajuće banke kod elektronskog prosljeđivanja.

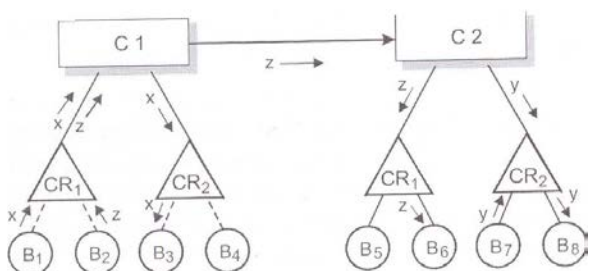
Ako se neki dokumenti ne bi mogli identifikovati da pripadaju nekom akreditivu banka može tražiti objašnjenje, ali ne može tvrditi da nije primila dokumentaciju.

SWIFT

SWIFT (*Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication*) je kao svetsko udruženje međubankarskih finansijskih telekomunikacija. Ključne komponente SWIFT-a su:

1. mreža,
2. zajednički jezik i
3. struktura i koordinacija.³

Arhitektura mreže SWIFT zasniva se na koncepciji određenog broja operacionih (komutacionih) centara od kojih je svaki povezan sa regionalnim koncentratorima. Kako regionalni koncentratori u suštini predstavljaju tačke ulaska u SWIFT i sabirne centre podataka određenog broja banaka, njihov raspored je primarno određen obimom prometa.



- nacionalne linije
- linije SWIFT-a
- Bankarski terminali
- operativni centar
- △ regionalni koncentratori

Korišćenje prenosa kroz mrežu SWIFT -a počinje sa prijemom poruke u regionalnim koncentratorima do kojih se, od njihovih pojedinačnih terminala, prenose lokalnim mrežama. Poruke koje se primaju u nekom regionalnom koncentratoru se zatim prenose do operacionog centra sa kojim je taj koncentrator povezan. Ukoliko je regionalni koncentrator za koji je priključen terminal banke primaoca poruke spada u delokrug rada istog operacionog centra, poruka se direktno iz operacionog centra prenosi regionalni koncentrator za koji je povezan terminal banke koja prima poruku. U slučajevima kada regionalni koncentratori pošiljaoca i primaoca poruke pripadaju različitim operacionim centrima, poruka se mora preneti iz jednog u drugi operacioni centar, pa tek zatim u odgovarajući regionalni koncentrator i terminal primaoca. Mehanizam prenosa poruka kroz mrežu SWIFT-a dat je na prethodnoj slici.

³ E. Vuksanović „Elektronsko bankarstvo“, Beograd 2007, str. 77.

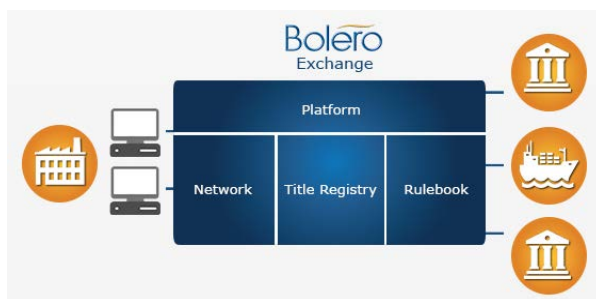
BOLERO SISTEMI

Bolero predstavlja svojevrsnu inicijativu za organizovanje spoljne trgovine preko Interneta. Nastao je projektom velike studije 1997. godine koju je finansirao TT Club (Through Transport Mutual Insurance Association Ltd) iz Londona i SWIFT S.C. (Society for World-wide Interbank Financial Transfer) iz Belgije. Ova studija, koja je završena 1998. godine dovela je do toga da su ove dve kompanije prepoznale poslovnu potrebu i osnovale Bolero International LTD kao registrovanu kompaniju u Londonu juna 1998. godine.

Zahvaljujući Boleru sistemu :

- redukuju se troškovi
- ubrzava ciklus obavljanja transakcija
- smanjuje troškove procesuiranja dok.
- povećava administrativnu efikasnost
- poboljšava kontrolu nad robom
- sigurnost i prevencija protiv krađe

Slika 3. Bolero sistem



Bolero je razvio rešenje koja se odnose na povećanje efikasnosti poslovanja i ubrzavanja plaćanja preko trgovinskih odnosa.

Sa stanovišta prevoznika postoji interes da se prihvati elektronska teretnica, jer je ona obično uslov za plaćanje odnosno preuzimanje robe. Zahvaljujući bolero sistemu na brz i efikasan način se vrši prenos teretnice u elektronskom obliku bez kurirskih troškova i rizika da se ista zloupotrebi.

Kako za sve učesnike u procesu tako, i za banku ovo rešenje predstavlja optimalan način sigurnosti i brzine protoka informacija.

ZAKLJUČAK

Dokumentarni akreditiv nudi jedinstven, univerzalno prihvaćen način plaćanja u međunarodnoj trgovini, jer štiti interese kako prodavaca tako i kupaca. Prodavac je siguran da će podnošenjem urednih otpremnih i robnih dokumenata navedenih u akreditivu, pod pretpostavkom da je ispunio sve uslove iz akreditiva, moći da naplati protivvrednost izvezeno robe, odnosno izvršene usluge, jer mu za plaćanje garantuje banka koja je otvorila akreditiv . S druge strane, i kupac je siguran da će plaćanje iz

akreditiva biti izvršeno samo u slučaju ako prodavac, unutar predviđenih rokova, podnese sva uslovljena akreditivna dokumenta.

Razvoj e-bankarstva vezan je za sve širu primenu kompjuterske i telekomunikacione tehnologije u procesu obrade i prenosa podataka i informacija. Ove tehnologije sa sobom nose krupne i evolutivne tehnološke promene u funkcionisanju banaka i drugih finansijskih institucija. Pokrenuti procesi dovode do uvođenja novih postupaka i tehnologija, koje sobom nose nove izazove i mogućnosti.

Osnovne tendencije razvoja bankarskog sektora karakterisale su se naporima da se informaciona tehnologija upotrebi za snižavanje troškova bankarskog poslovanja i promene načina pružanja same bankarske usluge. Korišćenje informacione tehnologije kao sredstva za snižavanje troškova značilo je prvenstveno njenu upotrebu za eliminisanje troškova rada. Te promene su sa sobom donele i nove načine pružanja usluga.

Uvođenje novih informacionih sistema značajno utiče na povećanje produktivnosti i smanjenje troškova.

BIBLIOGRAFIJA

1. Ćesić, Z. (2004) Bolero za poslovne ljude, *Poslovni magazin*. 10/2004.
2. Slakoper, Z. (2000) *Dokumenratni akreditiv-temeljna prava i obaveze*. Zagreb: Hrvatska zajednica računovođa i finansijskih djelatnika.
3. Uniform Customs and Practice for Documentary Credits (UCP), datum primene 1. juli izdanje 2007. godine
4. Vukmir, B. (2007) *Pravo međunarodnih plaćanja*. Zagreb: RriF-plus.
5. Vuksanović, E. (2007) *Elektronsko bankarstvo*. Beograd: Fakultet za bankarstvo, osiguranje i finansije.
6. www.bolero.net

RESUME

One of the most reliable methods of payment in international trade is payment by documentary credit. Its main function is to ensure that payment is made by a neutral bank on the order of the buyer, so the seller has a solid bank guarantee for his obligation. Besides its payment function, the function of lending is also important, because payment is usually made on a deferred period. Important characteristics of documentary letters of credit are speed and reliability of transaction execution for all participants in the contracting business.

The development of information and communication technologies has led that letter of credit can be executed in a more efficient manner. The use of information technology enables to offer banking operations at lower costs and changes the ways of providing banking services. However, the use of information technology has also led to a decrease of employees in the banking sector. So, these changes have brought with them new ways of providing banking services.

FORENZIČKA REVIZIJA BLAGAJNIČKOG POSLOVANJA

Gordana Lazović, dr

Elektodistribucija
Priboj Pazar, Srbija
drgordanalazovic@gmail.com

Apstrakt

Da bi preduzeće obavljalo svoje poslovanje neophodna su mu određena novčana sredstva, pa preduzeća za svakodnevne, neophodne manje isplate, organizuju svoje blagajničko poslovanje. U blagajničkom poslovanju djeluje u potpunosti zaštitni kontrolni mehanizam. Svako prisvajanje ima za posljedicu manjak.

Kriminalne radnje u vezi sa gotovinom mogu biti: prisvajanje gotovog novca, "branje" gotovog novca i lažne obaveze. Faktori rizika protivpravnog prisvajanja sredstava posmatraju se pod dejstvom: podsticaja ili pritisaka, prilika, kao i stavova ili opravdanja.

Zbog posebnosti osnovnog i pojedinačnih ciljeva forenzičke revizije, forenzički revizori imaju u mnogome drugačiji pristup verifikaciji finansijskih izvještaja od tradicionalnih revizora. U namjeri da ocijeni uspješnost sistema internih kontrola pravnog lica, a u cilju sprečavanja protivpravnog prisvajanja sredstava, forenzički revizor bi trebalo da osmisli revizorski program za kontrolne i suštinske testove protivpravnog prisvajanja sredstava.

Simptomi prevare su neobične i neočekivane promjene. Cilj je prikupiti i dokumentovati relevantne i pouzdane dokaze koji će dovesti do osude, ukoliko je došlo do prevare.

Ključne riječi: blagajničko poslovanje, kriminalne radnje, malverzacije, gotovina, forenzička revizija

FORENSIC AUDIT OF TREASURY MANAGEMENT

Abstract

In order to perform its necessary operations, a company must have certain funds. Thus enterprises organise their treasury operations for every day, less necessary payments. A fully protective control mechanism operates in the cash business. Each appropriation will result in a shortage.

Criminal activity in connection with cash can be: confiscating cash, "picking" of cash and false commitments. Risk factors for misappropriation of funds are considered under the influence of incentive or pressure, opportunity, and attitudes or excuses.

Due to the particular goal and objectives of the forensic audit, forensic auditors have a greatly different approach to the verification of the financial statements compared to traditional auditors. In order to evaluate the performance of internal control of the legal entity in order to prevent the misappropriation of funds, a forensic auditor should design the audit program for control and substantive tests about the misappropriation of funds.

Symptoms for fraud are unusual and unexpected changes. The goal is to collect and document relevant and reliable evidence that will lead to a conviction, if it is fraud.

Keywords: break-even point, sales price, purchase price, average variable costs, additional costs, marginal profit

JEL codes: M42

UVOD

Preduzeća uglavnom međusobna plaćanja obavljaju bezgotovinskim plaćanjem, i to preko žiro-računa, a na osnovu virmanških naloga. Međutim, preduzeće dolazi u situaciju kada mora plaćati i u gotovom novcu. Najčešće su to isplate ličnih primanja i druge sitne isplate. Nadalje, neka preduzeća dnevno, na ime usluga ili prodaje, primaju velike količine novca, pa se poslovi s gotovim novcem organizuju preko blagajni.

Blagajna je posebno odjeljenje ili mjesto u preduzeću preko kojeg se obavlja blagajničko poslovanje, odnosno uplaćuje i isplaćuje gotov novac. Ona mora da bude zaštićena kako bi se obezbjedila sigurnost rukovanja gotovim novcem. Za čuvanje novca postoje specijalne kase koje imaju sigurnosne brave.

Blagajnik je lice u preduzeću koje rukovodi gotovinom i koje obavlja blagajničke poslove. Dužnost blagajnika povjerava se savjesnom i stručnom licu koje će moći pošteno, odgovorno i stručno da rukuje gotovim novcem. Blagajnik treba da je vješt u brojanju novca, da je miran, pouzdan, ljubazan sa strankama. Pri izboru blagajnika treba, pored navedenog, naročitu pažnju posvetiti na njegove moralne kvalitete.

Blagajničko poslovanje obuhvata primanje uplata, vršenje isplata, podizanje novca sa žiro-računa, uplata novca na žiro-račun, izdavanje čekova, eventualno za primanje čekova i vođenje evidencije o blagajničkom poslovanju.

Prema našim propisima, promet gotovine je sveden na najneophodniju mjeru. Preduzeća drže samo manji dio gotovine u svojoj kasi (ostatak drže u bankama). Propisi o blagajničkom poslovanju ograničavaju isplate u gotovini do određenog propisanog iznosa. Izuzetak čine isplate u gotovom novcu za zarade radnika i druga lična primanja, za dnevnice i putne troškove i za otkup poljoprivrednih proizvoda od neposrednog proizvođača.

Da bi se spriječilo nagomilavanje novca u blagajnama preduzeća utvrđuje se blagajnički maksimum. Blagajnički maksimum je najveći iznos gotovog novca koji se smije držati u blagajni. Visina blagajničkog maksimuma zavisi od vrste poslovanja, prosječnih dnevnih isplata u gotovom, udaljenosti preduzeća od banke i ostalih specifičnosti koje su karakteristične za svako konkretno preduzeće. Blagajnički maksimum određuje samo preduzeće i o tome obavještava banku.

Blagajnik smije da naplati i isplati novac samo na osnovu propisanih i kontrolisanih dokumenata. Kontrolu blagajničkih dokumenata vrši lice ovlašćeno za ovaj posao, koje se zove likvidator ili kontrolor. On svojim potpisom potvrđuje da je dokument ispravan s formalne, računске i suštinske strane i da na osnovu njega može da se izvrši naplata ili isplata. Likvidator, po ovako završenoj kontroli dokumenata, obično izdaje i pismeni nalog da naplata ili isplata može da se izvrši.

U blagajničkom poslovanju djeluje u potpunosti zaštitni kontrolni mehanizam. Svako prisvajanje ima za posljedicu manjak. Međufazna kontrola djeluje prilikom primanja uplata i vršenja isplata, na bazi prebrojavanja novca po primaocu ili predavaocu, te na osnovu ispostavljanja dokumenata isplatnice i uplatnice koju potpisuje lice koje je primilo ili predalo novac [1, str. 28].

Analitičko knjigovodstvo prati svaku gotovinsku uplatu ili isplatu na bazi knjiženja na kontu blagajne, a na osnovu blagajničkog dnevnika. Ujedno, svaka se uplata ili isplata knjiži i u analitičkom knjigovodstvu, i to po osnovu po kojem je isplata ili

uplata izvršena. Posebno se analitički preko konta banke prate poslovanje čekovima, knjiži se podizanje novca na osnovu bankovnog izvoda i upoređuje sa knjiženjem u samoj blagajni. Daljnji oblik kontrole blagajne je utvrđivanje stanja blagajne (inventura novca), te upoređivanje salda u blagajni sa saldonom u knjigovodstvu. Oblik zaštite je i čuvanje novca u kasi, suključarstvo, kao i zaštita prilikom transporta novca u banku ili podizanja većih suma novaca iz banke.

MALVERZACIJE GOTOVIM NOVCEM U BLAGAJNI

Kriminalne radnje u vezi sa gotovinom mogu biti: prisvajanje gotovog novca, "branje" gotovog novca i lažne obaveze [2, str. 197].

Prisvajanje gotovog novca može se odrediti kao akt namjernog i tajnog uzimanja gotovog novca u vlasništvu pravnog lica, koji zaposleni čini bez saglasnosti i protivno volji poslodavca, zarad njegovog trošenja za lične potrebe. Pojavni oblici prisvajanja gotovog novca su: prisvajanje gotovog novca "na kasi" i prisvajanje gotovog novca "sa depozita".

Prisvajanje gotovog novca "na kasi" obično se vrši kod registar kasa i na blagajnama, jer su to mjesta na kojima se gotovim novcem najviše rukuje. Ovo je najdirektniji oblik prisvajanja. Nesklad će nastupiti između registar trake i gotovine u blagajni, i to bi trebalo da bude nagovještaj koji upozorava na mogućnost prisvajanja, osim u okolnostima kada se nedostatak gotovog novca prikriva falsifikatima blagajničkih dokumenata.

Pravna lica su, prema domaćem zakonodavstvu, dužna da novac od prodane robe ili proizvoda preko prodavnica, koji se registruje preko registar-fiskalne kase, istog dana, a najkasnije narednog radnog dana, uplate na svoj žiro-račun otvoren kod banke.

Poslovna praksa je pokazala da se najvažniji poslovi u vezi transakcija gotovim novcem dodjeljuju isključivo jednom licu - blagajniku. Ovako velika koncentracija ovlašćenja kod jednog lica nije poželjna sa stanovišta primjenjivanja djelotvornih internih kontrola usmjerenih na sprečavanje kriminalnih radnji. U takvom okruženju, bez postojanja bilo kakve podjele dužnosti u domenu raspolaganja gotovim novcem, mogući počinitelj može uočiti mogućnost da, kroz razne vidove manipulacija sa dokumentacijom u vezi gotovine, i u okolnostima trpljenja nekog oblika pritiska, prisvoji jedan dio gotovog novca. Ovakve šanse rastu pogotovo u bankarskom sektoru, gdje postoje određene posebnosti u transakcijama sa gotovim novcem.

U teoriji i praksi računovodstva i revizije, pa i kriminalistike, poznat je oblik kriminalne radnje, koji bi se mogao nazvati "premještanjem" ili "prelivanjem" gotovine. "Premještanje" se događa kada počinitelj koji je zadužen za rukovanje gotovim novcem u pravnom licu, u okolnostima kada se ostvareni priliv gotovine ne uplaćuje isti dan na račun kod poslovne banke, prisvaja jedan dio depozita položenog prvog dana kod poslovne banke i taj manjak nadoknađuje dijelom depozita od drugog dana, dok manjak depozita od drugog dana nadoknađuje jednim dijelom depozita iz trećeg dana, itd. Počinitelj, u ovom slučaju, uvijek jedan vremenski period kasni, u zavisnosti od dinamike polaganja ili isplate gotovog

novca. Opasnosti ovog tipa vrebaju posebno u bankarskom sektoru, gdje moguće loše posljedice mogu biti, nesumnjivo, teže.

"Branje" gotovog novca podrazumijeva uzimanje i prisvajanje gotovog novca pravnog lica prije njegovog evidentiranja u računovodstvenom sistemu. Zbog njihove prirode, ovi načini izvršenja poznati su kao nedokumentovane kriminalne radnje i one ne ostavljaju direktan revizorski trag. Činjenica da prisvojeni novac nije prethodno evidentiran u poslovnim knjigama znači da oštećeno pravno lice možda nije svjesno da je on i zaprimljen. Tehnike "skidanja" ili "branja" gotovog novca uopšteno se mogu podijeliti u tri kategorije: neevidentirane prodaje, potcijenjene prodaje i naplate, "šticung" gotovog novca.

Osnovni način "branja" ili "skidanja" gotovog novca čini se kada zaposleni prodaje robe ili usluge kupcu, vrši naplatu, ali tu naplatu ne evidentira u poslovnim knjigama, nego je prisvaja sebi. On to može učiniti, između ostalog, i kroz: neizdavanje računa, manipulacijom registar-fiskalnih kasa, neevidentiranom prodajom van radnog vremena, terenskom prodajom i naplatom.

Kod potcijenjenih prodaja i naplata, kao oblika kriminalnih radnji, zaposleni vrši prodaju i naplatu robe, usluga ili gotovih proizvoda, u manjem iznosu od onog koji je stvarno naplaćen od kupca. Zaposleni je "ubrao" razliku između visine naplaćenog i prikazanog gotovog novca. Na primjer, prodaja i naplata mogu biti potcijenjene, tj. umanjene korištenjem lažnih popusta na prodaju.

Kod "šticunga" gotovog novca, kao oblika kriminalne radnje, počinitelac zadržava "skinut" novac samo na kratko, kako bi ga uložio u neki vid kratkoročne aktive i ostvario brzu dobit. Ovaj metod se naročito koristi u uslovima hiperinflacije, kada pojedinci koji raspolažu većom količinom gotovog novca, koristeći vremenski raskorak između zaprimanja i predaje gotovog novca, obavljaju kratkoročnu valutnu supstituciju slabije za jaču valutu i time ostvaruju kratkoročnu dobit u visini kursne razlike.

Lažne obaveze predstavljaju protivpravno prisvajanje sredstava od strane počinioca, bez bilo kakvog dodira sa gotovim novcem. Ove tehnike navode oštećene organizacije da, na osnovu krivotvorenih dokumenata, odobre isplatu pojedinih obaveza koje nisu nastale, ili su nastale u vrijednosno manjim iznosima. Lažne obaveze vrše "izvlačenje" ili "isisavanje" novca i mogu se javiti kao: lažne nabavke, fiktivni zaposleni i lažne nadoknade troškova [2, str. 199].

Lažne nabavke predstavljaju oblik protivpravnog prisvajanja sredstava, kod kojeg počinitelac navodi pravno lice da izvrši plaćanja za nepostojeću ili vrijednosno precijenjenu robu ili usluge. Protivpravno prisvajanje sredstava putem lažnih nabavki može se izvršiti kroz: fantomske firme, firme saučesnike ili nabavke za lične potrebe.

Fantom firme se mogu definisati kao fiktivna pravna lica, koja se osnivaju na stvarna ili nepostojeća lica i registruju na stvarne ili nepostojeće adrese, s jedinim ciljem činjenja i prikriivanja kriminalnih radnji. Ovakve vrste privrednih društava najčešće se koriste za: vršenje zloupotreba kroz postupke lažnih nabavki, izbjegavanje plaćanja fiskalnih obaveza, prevare, kao i pranje novca. Većina kriminalnih radnji putem lažnih isplata preko fantomskih firmi radije iskazuju lažnu nabavku usluga, a ne roba.

Kod firmi saučesnika počinioci kriminalnih radnji se opredjeljuju da, kroz razne oblike manipulacija putem, na primjer, duplih plaćanja po jednom računu, plaćanja uvećanih ili "naduvanih" faktura, omogućće sebi ili trećoj strani pribavljanje protivpravne imovinske koristi. Umjesto primjenjivanja tehnika kojima se pribavlja gotovina, mnogi počinioci, koristeći račune i novac pravnog lica, kupuju predmete i stvari za lične potrebe. Na primjer, kod nabavke rezervnih dijelova za računarsku opremu, gdje trebovanje radi informatički inženjer, koji lako može obmanuti nedovoljno stručnog pretpostavljenog u pogledu kvaliteta i količine nabavki, od kojih se jedan dio u tim okolnostima može prikazati kao standardizovan trošak, iako je on daleko viši od stvarnih potreba, pri čemu se razlika može lako prisvojiti od strane počinioca.

Kriminalne radnje koje nastaju u računovodstvenom ciklusu isplata zarada, mogu se podijeliti kao: isplata plata fiktivnim radnicima, lažne provizije, krivotvorenje radnih sati i lažne diplome.

Izraz "fiktivni radnik", sa stanovišta kriminalnih radnji u finansijskim izvještajima, odnosi se na nepostojeću ili stvarnu osobu, koja u pravnom licu nije zaposlena, ali se nalazi na platnom spisku i prima platu.

Kako iznos provizije zavisi od vrijednosti ostvarene prodaje i procenta provizije koji se po osnovu nje odobrava, kriminalna radnja ovog tipa može se počinuti ili krivotvorenjem podataka o vrijednosti izvršenih prodaja ili podataka o visini odobrene stope provizije.

U raznovrsnim šemama nezakonitih radnji u vezi isplata zarada, najučestalije su one u kojima zaposleni lažno prikazuju vrijeme provedeno na radnom mjestu, pogotovo u okolnostima kada je priroda posla radnika vezana za terenski rad, koji prati slab nadzor.

Počinioci kriminalnih radnji mogu kadrovskoj službi podnijeti krivotvorene diplome ili potvrde o stečenim kvalifikacijama i specijalizacijama, kako bi naveli organizaciju u kojoj su zaposleni da im, na osnovu toga isplate više zarade ili ih rasporede na radno mjesto koje je primjereno stručnoj spremi i kvalifikaciji koja je u lažnim dokumentima navedena.

Pravna lica, na osnovu svojih pravilnika i politika, kao i na osnovu zakonskih odredbi, imaju obavezu isplata naknada po osnovu troškova smještaja i ishrane na službenom putu, naknade troškova prevoza na službenom putu, naknade troškova prevoza na radno mjesto i sa radnog mjesta, naknade za smještaj i ishranu na terenu i ostale naknade zaposlenih. Kod isplata ovih naknada, mogu se pojaviti sljedeći oblici kriminalnih radnji: prikrivanje lične potrošnje, precijenjeni troškovi, fiktivni troškovi i višestruke nadoknade.

Faktori rizika protivpravnog prisvajanja sredstava posmatraju se pod dejstvom: podsticaja ili pritisaka, prilika, kao i stavova ili opravdanja.

Postoji nekoliko glavnih *podsticaja i pritisaka*, koji utiču na zaposlene i rukovodstvo pravnog lica da izvrše neki od tipova kriminalnih radnji u vezi protivpravnog prisvajanja sredstava. To se, prije svega, odnosi na postojanje ličnih finansijskih obaveza zaposlenih ili rukovodilaca koji imaju pristup novcu ili drugim sredstvima podložnim prisvajanju. Rukovodioci i zaposleni koji imaju pristup novcu ili drugim sredstvima koja su podložna prisvajanju mogu imati nepovoljan stav i odnos prema organizaciji u kojoj su zaposleni zbog: najavljenog ili očekivanog otpuštanja

zaposlenih, skorašnjih ili očekivanih promjena u sistemu isplata naknada zaposlenih, kao i unapređivanja, davanja bonusa i drugih oblika nagrada, koja nisu u skladu sa očekivanjima.

Prilike (određene okolnosti i karakteristike) mogu povećati podložnost sredstava prisvajanju. Na primjer, povećana je mogućnost prisvajanja sredstava u slučaju:

- velikih iznosa novca u blagajni;
- sredstva na zalihama su male veličine, visoke vrijednosti, ili vlada velika potražnja za njima;
- lako unovčljivih sredstava, kao što su obveznice koje glase na donosioca, dijamanti ili kompjuterski čipovi;
- osnovnih sredstava koja su male veličine, unovčiva, ili nemaju oznaku vlasništva.

Osim navedenih okolnosti, i neodgovarajuće interne kontrole nad sredstvima mogu voditi većoj podložnosti prisvajanja sredstava.

Stavovi i opravdanja koji utiču na zaposlene i rukovodstvo pravnog lica da izvrše neki od tipova kriminalnih radnji u vezi protivpravnog prisvajanja sredstava mogu se ogledati u zanemarivanju potrebe za nadzorom ili u smanjenom riziku koji se odnosi na prisvajanje sredstava. Tu su i zanemarivanje internih kontrola, koje se odnose na prisvajanja sredstava zaobilazanjem postojećih kontrola ili nepreduzimanjem ispravki uočenih nedostataka internih kontrola. U ovom smislu značajno je ponašanje koje ukazuje na nezadovoljstvo ili neslaganje sa pravnim licem i odnosom prema zaposlenima. Ranije tolerisanje manjih prisvajanja može povećati podložnost sredstava prisvajanju.

OTKRIVANJE NEPRAVILNOSTI FORENZIČKOM REVIZIJOM

Nezavisna forenzička revizija finansijskih izveštaja je, u suštini, nova specijalizovana usluga u okviru nezavisne revizije finansijskih izveštaja i ona predstavlja "primjenu računovodstvenih metoda u praćenju i prikupljanju forenzičkog dokaza, obično za istragu i krivični progon kriminalnih radnji poput pronevjere i prevare" [3, str. 74].

Zbog posebnosti osnovnog i pojedinačnih ciljeva forenzičke revizije, forenzički revizori imaju u mnogome drugačiji pristup verifikaciji finansijskih izveštaja, kako po pitanju materijalnosti i obuhvata provjera, tako i po pitanju načina izvještavanja o rezultatima svoga rada.

Prije svega, tradicionalna revizija stavlja težište na uočavanje grešaka i prevenciju kao rezultat djelovanja sistema interne kontrole, pri čemu revizor provjerava njihovu djelotvornost putem uzorkovanja, a ne putem cjelokupnog pregleda svih transakcija. Sa druge strane, forenzički revizor ima sasvim drugačiji pristup. On u područjima poslovanja u kojima se pojave simptomi ili nagovještaji kriminalnih radnji detaljno ispituje većinu ili čak svaku pojedinačnu transakciju.

Pitanje materijalnosti kod forenzičke revizije značajno se razlikuje u odnosu na tradicionalnu reviziju finansijskih izveštaja. Za tradicionalnu reviziju ako je transakcija ili događaj materijalan, onda je i značajan. Suprotno tome, forenzički revizor u svom radu nije usmjeren na otkrivanje materijalno značajnih nepravilnosti,

već otkriva svaku kriminalnu radnju bez obzira na stepen njenog značaja i veličine. Kod forenzičke revizije "ni jedan trag, niti djelić dokaza nije toliko mali da ne bi bio značajan, tj. materijalan" [4, str. 47].

Nezavisna revizija usmjerava pažnju na sadašnjost, tj. na tekuću godinu za koju se sprovodi revizija finansijskih izvještaja i to u smislu primjerenosti internih kontrola, kao i pouzdanosti, valjanosti i matematičke tačnosti knjiženja. Međutim, tako uzak pristup, zbog činjenice da se kriminalne radnje mogu godinama skrivati u finansijskim izvještajima, ne pruža istorijsku perspektivu, tako bitnu za otkrivanje nezakonitog postupanja. Prilikom sprovođenja forenzičke revizije, revizor ne vrši verifikaciju seta finansijskih izvještaja za određenu poslovnu godinu, već, rukovođen simptomima i nagovještajima nezakonitog postupanja, prati trag kriminalne radnje sve do njenog korijena ili početka, bez obzira na vrijeme kada je ona izvršena.

Na posljetku, nezavisna revizija, kao rezultat svog rada, sačinjava izvještaj u kojem izražava svoje mišljenje o tome da li su finansijski izvještaji sačinjeni u skladu sa opšteprihvaćenim okvirom za finansijsko izvještavanje, pri čemu su osnovni elementi izveštaja tradicionalne revizije propisani međunarodnim standardima. Sa druge strane, polazeći od činjenice da forenzička revizija ima specifičan cilj, i sam njen izvještaj, iako za sada nema opšteprihvaćenu i međunarodnim standardima propisanu formu, svojim sadržajem mora zadovoljiti određene osnovne kriterijume, koji se, prije svega, odnose na njegovu primjerenost i upotrebljivost za mogući sudski postupak.

PROGRAMI KONTROLNIH TESTOVA ZA OTKRIVANJE KRIMINALNIH RADNJI KOD BLAGAJNIČKOG POSLOVANJA

U namjeri da ocijeni uspješnost sistema internih kontrola pravnog lica, u cilju sprečavanja protivpravnog prisvajanja sredstava, forenzički revizor bi trebalo da osmisli revizorski program za kontrolne testove za otkrivanje kriminalnih radnji kod blagajničkog poslovanja, koji bi mogao imati sljedeću sadržinu [2, str. 217]:

- Provjeriti da li računi i gotovinske priznanice imaju serijske brojeve;
- Ispitati da li povraćaj novca zahtjeva odobrenje;
- Posmatrati da li je gotov novac na siguran način fizički obezbjeđen;
- Ispitati da li postoji video nadzor ključnih aktivnosti na blagajni ili kasi;
- Ispitati da li se povremeno vrši privremena i nenajavljena rotacija osoblja zaposlenog na blagajni ili kasi;
- Ispitati da li se na dnevnoj osnovi vrši uplata primljene gotovine na tekuće račune kod banaka;
- Posmatrati da li se popis gotovine vrši po apoenskoj strukturi i tako uplaćuje banci;
- Ispitati da li je funkcija prijema gotovine odvojena od uplate kod banke;
- Ispitati da li je blagajnička funkcija odvojena od polaganja gotovine u banku;
- Ispitati da li lice nezavisno od blagajnika ima pritužbe mušterija;

- Posmatrati da li se na kraju radnog vremena usklađuje iznos gotovog novca registrovan na fiskalnoj kasi sa novcem u blagajni;
- Ispitati da li se dokumentacija blagajne dostavlja blagovremeno na knjiženje;
- Provjeriti da li se vrši povremena konfirmacija kupaca kojima je naplata izvršena putem terenske prodaje;
- Ispitati da li je kreditna služba odvojena od fakturne službe;
- Ispitati da li je služba otpreme odvojena od fakturne službe;
- Ispitati da li je služba za evidenciju potraživanja odvojena od službe za unos podataka u glavnu knjigu;
- Ispitati da li je naplatna služba odvojena od službe za evidenciju potraživanja;
- Provjeriti da li je knjiženje prodaje onemogućeno bez prethodno odobrenog potpisa na porudžbenici i otpremnici;
- Provjeriti evidentiranje izlaznih faktura prema rednim brojevima;
- Provjeriti usklađenost rednih brojeva otpremnica sa rednim brojevima faktura;
- Provjeriti da li se na dnevnoj osnovi vrši slanje svih otpremnica u fakturnu službu;
- Provjeriti postojanje pisanih politika koje bliže određuju popust pri prodaji;
- Pregledati da li porudžbenica navodi opis stavki, količinu, cijenu, uslove isporuke;
- Provjeriti obilježnost porudžbenica serijskim brojevima;
- Ispitati da li je služba nabavke odvojena od postupka izdavanja naloga za nabavku i prijem naručene robe ili usluga;
- Posmatrati da li osoba koja je odvojena od odjeljenja nabavke, u momentu prijema kupljenih materijalnih sredstava, istu provjerava prije njenog zaprimanja;
- Provjeriti da li odjeljenje nabavke priprema izvještaje o prijemu kupljene materijalne imovine;
- Provjeriti da li se dokumenti o prijemu materijalne imovine podnose službi računovodstva i službi nabavke;
- Ispitati da li se evidencija obaveza prema dobavljačima odvaja od evidencije glavne knjige;
- Provjeriti da li je onemogućena nabavka bez potpisa na narudžbenicama;
- Ispitati da li se ulazne fakture provjeravaju u pogledu cijena, troškova, transporta, popusta i kreditnih uslova;
- Ispitati da li se vrši provjera usklađenosti, u vrijednosnom i količinskom smislu, narudžbenica, izvještaja o prijemu i odobrenja za plaćanje;
- Pregledati da li se fakture dobavljača, izvještaji o prijemu robe i porudžbenice provjeravaju i potpisom odobravaju za plaćanje prije njihove isplate;
- Provjeriti da li se izvještaji o prijemu spajaju sa ulaznim fakturama prije knjiženja;
- Ispitati da li se povremeno pregledaju liste u pogledu novih, neobičnih dobavljača;

- Provjeriti da li narudžbenice sadrže detaljan opis podataka o dobavljačima;
- Ispitati da li se od nezavisnih lica povremeno vrši uvid u opravdanost pojedinih nabavki i plaćanja;
- Ispitati da li se iznosi pojedinih troškova budžetiraju;
- Ispitati da li se budžeti troškova odobravaju od strane ovlašćenih lica;
- Ispitati da li se tekući troškovi upoređuju sa budžetiranim i promjene analiziraju;
- Ispitati da li je kadrovska služba odvojena od službe za obračun plata;
- Ispitati da li se isplata zarada vrši odvojeno od kadrovske službe i službe za obračun plata;
- Ispitati da li se isplata prekovremenih sati odobrava od strane nadležnog lica;
- Ispitati da li se van prodajnog odjeljenja odobravaju provizije prodajnom osoblju;
- Provjeriti da li zaposleni lično i uz potpis preuzimaju isječke plata;
- Ispitati da li se vrši povremena nenajavljena rotacija zaposlenih koji vrše predaju isječaka plata zaposlenim;
- Ispitati da li se promjene na platnim spiskovima vrše tek nakon datog odobrenja odgovarajućeg odjeljenja ili lica;
- Ispitati da li se vrši provjera kvalifikacija, diploma i biografija novozaposlenih;
- Ispitati da li se bonusi, provizije i isplate prekovremenih sati unaprijed odobravaju i pregledaju u smislu saglasnosti sa politikom pravnog lica;
- Ispitati da li se platne liste povremeno ažuriraju zarad provjera postojanja fiktivnih lica i bivših zaposlenih u njima;
- Provjeriti da li obrasci platnih lista sadrže ime i prezime zaposlenog, radne sate, koeficijent zarada, obustave i druge potrebne podatke;
- Ispitati da li se tekući iznosi zarada porede sa budžetiranim ili prošlogodišnjim;
- Ispitati da li rukovodstvo od zaposlenih zahtjeva da prije isplate nadoknada troškova dostave na pregled dokumentacionu osnovu isplata zarada;
- Ispitati da li se sačinjava i popunjava poseban obrazac o izvršenim troškovima nadoknada prije njihove isplate;
- Pregledati da li izvještaj o nadoknadi troškova sadrži sve potrebne podatke;
- Ispitati da li se vrši povremena potvrđivanje dobavljača po priloženoj dokumentaciji za naknadu troškova;
- Posmatrati da li se prenos sirovina u skladište vrši zajedno sa odobrenim izvještajem o prijemu koji je označen rednim brojem;
- Posmatrati da li postoji fizička zaštita zaliha;
- Ispitati da li se povremeno vrši poređenje zaliha sa knjigovodstvenim stanjem;
- Ispitati postoje li primjerena, pismena uputstva u vezi postupaka inventarisanja;
- Provjeriti da li inventarni list sadrži sva neophodna polja za unošenje podataka o količini, vrsti i opisu materijalne imovine koja je predmet inventarisanja;

- Posmatrati da li postupci inventarisanja obezbjeđuju prebrojavanje svih stavki i onemogućuju dupliranje brojeva;
- Posmatrati da li se zastarjela, otpisana i oštećena materijalna imovina propisno odvaja prilikom inventarisanja;
- Ispitati da li se inventarisanje vrši od strane lica čije su funkcije nezavisne od funkcije fizičkog čuvanja materijalne imovine;
- Provjeriti da li je materijalna imovina koja nije u vlasništvu pravnog lica, a nalazi se u prodajnom ili skladišnom prostoru, privremeno odvojena od ostale;
- Posmatrati da li se kretanje i premještanje materijalne imovine primjereno kontroliše;
- Posmatrati da li se na odgovarajući način, prilikom inventarisanja, uključuje i brojanje materijalne imovine pravnog lica, koja nije trenutno u njegovom prodajnom ili skladišnom prostoru;
- Ispitati da li se značajna odstupanja stvarnog od knjigovodstvenog stanja materijalne imovine ispituju prije unošenja ispravki i prilagođavanja knjigovodstvenog stvarnom stanju;
- Ispitati da li se materijalna imovina na udaljenim lokacijama prebrojava;
- Pregledati da li su dokumenta o trebovanjima i prijemu materijalne imovine numerisana serijskim brojevima;
- Ispitati da li različiti zaposleni obavljaju dužnosti trebovanja, prijema, otpisa, naplate i prodaje otpisa ne imovine;
- Ispitati da li lice koje je nezavisno od funkcije kupovine i skladištenja materijalne imovine periodično vrši njeno fizičko posmatranje;
- Posmatrati da li je materijalna imovina propisno fizički obezbjeđena;
- Provjeriti da li se kamere i video nadzor koriste u čuvanju i nadgledanju materijalne imovine.

REVIZORSKI PROGRAMI SUŠTINSKIH TESTOVA ZA OTKRIVANJE KRIMINALNIH RADNJI KOD BLAGAJNIČKOG POSLOVANJA

Slijede neki od primjera mogućih postupaka forenzičke revizije koji bi mogli dovesti do otkrivanja rizika pogrešnih iskaza nastalih uslijed malverzacija gotovim novcem. Iako se ovi postupci odnose na širok spektar situacija, oni predstavljaju samo primjere, koji ne moraju odgovarati, niti biti nužni u određenim okolnostima. Osim toga, redosljed postupaka ne mora odražavati njihov značaj.

Mogući postupci i procedure suštinskih testova za otkrivanje kriminalnih radnji kod blagajničkog poslovanja [2, str. 220]:

- Izvršiti uvid u obaveze prema dobavljačima za one stavke na koje utiču gotovinski popusti;
- Uporediti troškove isplaćenih provizija sa podacima o prodaji, kako bi se potvrdila linearna korelacija;

- Izvršiti komparativnu analizu provizija prodajnog osoblja, provjeriti tačnost izračunate provizije u odnosu na procenat provizije po osnovu prodaje;
- Izvršiti potvrđivanje kupaca po osnovu kojih je ostvarena visoka provizija po osnovu prodaje;
- Utvrditi linearni odnos između prodaje i povrata i odobravanja popusta;
- Ispitati da li fakture o prodaji prate otpremnica;
- Izvršiti uvid i provjeru postupaka za izračunavanje serijskih brojeva faktura i otpremnica;
- Izvršiti inspekciju uzoraka izlaznih faktura sa svrhom utvrđivanja odobrenja narudžbenica i otpremnica;
- Uporediti uzorak otpremnica sa pripadajućim izlaznim fakturama i porudžbenicama kupca;
- Uporediti cijene i uslove prodaje navedene u izlaznim fakturama sa cjenovnikom pravnog lica i pravilnicima o prodaji;
- Posmatrati postupke prijema gotovog novca, njegovog prebrojavanja i predaje za polaganje u banku;
- Ispitati uzorak poslovnih događaja u vezi tačnog obračunavanja gotovinskog popusta;
- Odabran uzorak poslovnog događaja u vezi prodaje ispratiti unutar do izlaznih faktura, otpremnica i porudžbine kupca;
- Odabran uzorak otpremnice povezati sa izlaznom fakturom i nalogom za knjiženje;
- Uporediti procenat bruto dobiti po proizvodu sa istim procentom iz ranijih godina i sa podacima ovog odnosa u grani djelatnosti;
- Izvršiti poređenje planiranog sa ostvarenim prihodom;
- Uporediti obrt potraživanja i prosječnog broja dana naplate potraživanja sa istim podacima iz ranijih godina i sa podacima u grani djelatnosti;
- Uporediti rashode za sumnjiva i sporna potraživanja kao procenat prihoda sa istim podacima iz ranijih godina, ili sa podacima u grani djelatnosti;
- Uporediti procenat popusta prilikom prodaje u odnosu na prihod sa istim procentom od ranijih godina i sa podacima u grani;
- Izvršiti uvid u starosnu listu potraživanja, kako bi se utvrdilo da li ima potraživanja sa značajnim odlaganjem plaćanja;
- Posmatrati podjelu dužnosti u ciklusu nabavke;
- Provjeriti da li je plaćanje prema dobavljačima potkrijepljeno odgovarajućim dokumentima;
- Izvršiti testiranje uzorka odobrene isplate u odnosu na porudžbenicu i izvještaj o prijemu materijalne imovine ili izvršenih usluga;
- Provjeriti način na koji pravno lice vrši upoređivanje iznosa i sadržine ulazne fakture dobavljača sa izvještajem o prijemu materijalne imovine ili izvršenih usluga;
- „Prošetati“ transakcijom od dokumenta o prijemu materijalne imovine do odgovarajuće ulazne fakture i odobrenja za isplatu po njoj;
- Na odabranom uzorku uporediti datum na odobrenjima za plaćanje po ulaznoj fakturi sa datumom prijema materijalne imovine ili usluga;

- Provjeriti da li se obaveze prema dobavljačima temelje na odgovarajućoj dokumentaciji;
- Na odabranom uzorku izvršiti konfirmaciju prema dobavljačima;
- U razgovoru sa rukovodstvom provjeriti da li ima neevidentiranih obaveza prema dobavljačima;
- Na odabranom uzorku provjeriti da li je izvršeno odgovarajuće „slaganje“ dokumentacije dobavljača (nalog za nabavku, ulazna faktura, prijemnica ili izvještaj o prijemu, itd.);
- Ispitati dokumenta u pogledu duplih faktura i serijskih brojeva porđbenica;
- Izvršiti konfirmaciju ili, ako je izvodljivo, na terenu utvrditi postojanje dobavljača čija dokumentacija odaje nagovještaje fantomske firme;
- Izvršiti posmatranje i procjenu ispravne podjele dužnosti u vezi isplate zarada;
- Izvršiti uvid u spisak zaposlenih;
- Izvršiti uvid u postupke kojim pravno lice mijenja postojeću dokumentaciju o zaposlenima;
- Uporediti iznose troškova zarada i naknada zarada tekuće godine sa iznosima troškova iz ranijih godina, a u odnosu na promjene plata i broj zaposlenih radnika;
- Uporediti planirane troškove za zarade sa stvarnim;
- Ispitati da li se u platnim listama pojavljuju duple adrese i imena;
- Ispitati da li se u platnim listama pojavljuju dupli ili nelogični jedinstveni matični brojevi građana;
- Ispitati da li postoji u platnim listama isuviše „čistih“ plata, bez uobičajenih obustava;
- Ispitati da li na platnim spiskovima postoji više od jednog zaposlenog na istoj adresi;
- Izvršiti konfirmaciju prema obrazovnim institucijama na odabranom uzorku diploma zaposlenih;
- Izvršiti popis nasumično odabranog, visoko unovčivog materijalnog sredstva i uporediti sa knjigovodstvenim stanjem;
- Uporediti da li je, u odnosu na prošlu godinu, došlo do rasta troškova nabavne vrijednosti prodate robe i troškova materijala u odnosu na prihode od prodaje, u okolnostima kada nije bilo porasta nabavnih cijena, količine kupljenih materijalnih sredstava, ili kvaliteta nabavljenih materijalnih sredstava;
- Izvršiti uvid u postupke izdavanja sirovina u proizvodnju;
- Izvršiti uvid u djelovanje sistema fizičke kontrole zaštite materijalne imovine;
- Izvršiti uvid u postupke isknjižavanja zaliha nakon otpreme;
- Prisustvovati inventaru;
- Uporediti kopiju inventarnog izvještaja i poređenje sa knjigovodstvom;
- Konfirmacija salda i posmatranje zaliha datih u konsignaciji;
- Izvršiti uvid u inventarne izvještaje, kako bi se utvrdilo da li su sirovine, nedovršena proizvodnja i gotovi proizvodi pravilno klasifikovani.

Poenta je da se primjete izuzeci i čudnosti, kao što su transakcije koje su: u čudno vrijeme dana, mjeseca, sezone, previše ili premalo, na pogrešnoj lokaciji filijale, u iznosima koji su previsoki, preniski, previše konzistentni, previše različiti.

ZAKLJUČAK

Da bi pomogli u procesu identifikacije osumnjičenih i kriminalaca, forenzički revizori upotrebljavaju fizičke dokaze, dokaze svjedoka, dokumentovane dokaze i pokazne dokaze. Intervju i ispitivanje, kao tehnika za prikupljanje dokaza, podrazumijeva postavljanje pitanja ljudima. Ispitivač bilježi i odgovore na pitanja i fizičko ponašanje (na primjer, intervjuisana lica gledaju u pod, a ne u oči). Ključne informacije koje stavljaju u centar osumnjičenog su: kad je duboko u dugovima, ima pristup sredstvima organizacije i ako je racionalizacijom na poslu propustio priliku za napredovanje [5, str. 115.]. Efikasno intervjuisanje je vještina koja se može steći kontinuiranim obrazovanjem i praksom. Različiti pristupi koje anketari mogu da koriste da bi ubijedili ispitanike na saradnju uključuju direktan pristup, indirektan pristup i kombinaciju ova dva pristupa. Cilj je da se skupe i dokumentuju relevantni i pouzdani dokazi koji će dovesti do osude, ukoliko je došlo do prevare.

BIBLIOGRAFIJA

1. Sućeska, M. (2002) *Finansijski kriminalitet*. Sarajevo: Fakultet kriminalističkih nauka.
2. Petković, A. (2010) *Forenzička revizija - Kriminalne radnje u finansijskim izveštajima*. Bečej: Proleter.
3. Thangam, P. *Forensic Auditing is more relevant than Normal Auditing*, Preuzeto sa sajta: <http://paulthangam.com/>
4. Bologna, G. Jack., Lindquist, J. Robert (2003) *Fraud Auditing and Forensic Accounting*, 2. izdanje. New Jersey: John Wiley&Sons.
5. Gray, D. (2008) *Forensic Accounting And Auditing: Compared And Contrasted To Traditional Accounting And Auditing*, *American Journal of Business Education – Fourth Quarter*.

RESUME

In order to perform its necessary operations, a company must have certain funds. Thus enterprises organise their treasury operations for every day, less necessary payments. A fully protective control mechanism operates in the cash business. Each appropriation will result in a shortage. Cash management includes receiving payments, making payments, withdrawals from the bank account, the payment of money to the account, issuing checks, possibly receiving checks and keeping records of cash transactions.

Cash is the favourite target of fraudsters. Fraud perpetrators use an amazing array of techniques to cipher cash from their employers, such as larceny, skimming and

fraudulent disbursements. Segregation of duties, mandatory vacations, and rotation of duties all help to prevent these schemes.

Larceny of cash schemes involve the numerous types of theft of cash after the cash has been recorded on the books, such as directly from a cash register or petty cash. Prevention by segregation of duties is important for stopping cash larceny.

Skimming is an "off-book" technique to remove cash before a company records the receipts. Skimming schemes can involve unrecorded sales, understated sales, theft of incoming checks, and swapping checks for cash. Prevention of skimming can be as simple for some businesses as numbering receipts sequentially and tracking down any missing numbers. Strong internal controls and separation of duties are two vital preventive measures.

Company funds are being used to make fraudulent payments. Common examples include billing schemes, where payments are made to a fictitious supplier, and payroll schemes, where payments are made to fictitious employees (often known as 'ghost employees').

Risk factors for misappropriation of funds are considered under the influence: incentives or pressures, opportunities, and attitudes or justification.

Because of the special primary and individual goals forensic audit, forensic auditors have greatly different approach to the verification of the financial statements of the traditional auditor. In order to assess the effectiveness of internal control of the legal entity, to prevent misappropriation of funds, a forensic auditor should design the audit program for the control and substantive tests of misappropriation of funds.

Symptoms scams are unusual and unexpected changes. The goal is to collect and document relevant and reliable evidence that will lead to a conviction, if there is a fraud.

PROBLEMI SVETSKOG DUGA

Sanja Nikolić, mr

Osnovna škola "Vuk Karadžić"

Donji Milanovac, Srbija

sanja294@gmail.com

Apstrakt

U radu se analizira problem svetskog duga visoko razvijenih zemalja Evrope u evrozoni, SAD, Japan kao i zemlje BRIK-a sa manjim stepenom zaduženosti kao i poseban osvrt na iznos duga Srbije u odnosu na BDP. Stepem zaduženosti zemlje nastaje sa povećanjem trgovinskog deficita i smanjenja priliva kapitala. Odnos duga prema BDP je važan pokazatelj. Zemlje sa nižim kreditnim rejtingom se nepovoljno zadužuju na tržištu sa visokim kamatnim stopama. Međutim visoki javni dug kao fenomen se javio i kod najrazvijenijih zemalja. Dužnička kriza se javlja kao posledica nemogućnosti izvršenja obaveza i servisiranja duga kao i povišena stopa inflacije. Održivost javnih finansija je u direktnoj korelaciji sa stepenom zaduženosti zemlje, kreditnim rejtingom i kreditnim rizikom.

Ključne reči: svetski dug, zemlje BRIK-a, BDP, dužnička kriza, kreditni rejting

PROBLEMS OF WORLD DEBT

Abstract

This paper analyzes the problem of world debt of high-income European countries in the euro zone, the U.S., Japan and the BRIC countries with a lower level of debt as special reference to the amount of Serbia's debt to GDP ratio. Level of indebtedness occurs with increasing trade deficit and capital inflows. The ratio of debt to GDP is an important indicator. Countries with lower credit ratings have to take credits with high interest rates. But high public debt as a phenomenon has also occurred in most developed countries. A debt crisis occurs as a consequence when a country is not able to repay its debt anymore with a high inflation rate. Sustainability of public finances is in direct correlation with the level of debt in a country, its credit rating and credit risk.

Keywords: world debt, BRIC countries, GDP, debt crisis, credit rating

JEL codes: F34, H63

UVOD

Sadašnja finansijska kriza i krah berze u Njujorku 2008. godine je pokazala nedostatak finansijskih tržišta i da se kriza širi u talasu u celom svetu preteći celom finansijskom sistemu. Ogromni dugovi banaka i privatnog sektora su akumulirani. Oni su prebačeni u javnom sektoru. Vlade širom sveta su iskusile ekspanziju kredita. Poreski prihodi su smanjeni, a povećana državna potrošnja je izazvala globalnu krizu. Slabije ekonomije ubrzano gomilaju ogromne deficite u platnom bilansu.

Pitanje glasi: Ko će platiti sve ove dugove? To je borba između kreditora sa velikim trgovinskim suficitom i stopom štednje (Kina i Nemačka) i ekonomija s velikim trgovinskim deficitom i zaduživanjem Sjedinjene Američke Države. One su glavno tržište za kineski izvoz, zatim Kina daje kredite u dolarima koji se troše na ove proizvode, kako bi finansirala svoj deficit platnog bilansa. SAD pokušava da iskoristi svoju zavisnost od ogromnog kineskog tržišta. Kina servisira svoj ogroman trgovinski deficit.

Rast Nemačke ekonomije zavisi gotovo isključivo od njenog trgovinskog suficita koji ostvaruje sa drugim ekonomijama. Ovaj odnos je proširio jaz konkurentnosti između Nemačke i ostatka eurozone, dok je Nemačka bila u mogućnosti da smanji javnu potrošnju, potreba zaduživanja ekonomija južne Europe da pozajmljuju novac u cilju stimulisanja potrošnje ne dozvoljavaju im da štede. Ako bankrotiraju onda nema duga. Vrednost potraživanja banaka opada, stvarajući niz neuspeha, jer postaje sve teže i teže pozajmiti novac od banaka ili na međunarodnim finansijskim tržištima. Ako vlade ne mogu platiti svoje dugove, i smanjenje kreditnog rejtinga će nastaviti smanjenje vrednost obveznica na otvorenom tržištu. Kiparski parlament je odbacio kontroverzni zakon. Depoziti preko 100.000 dolara su trebali biti oporezovani po stopi od 9,9 % kao i one u kojima se nalazi mala količina od 6,75 %.

SVETSKI DUG

Dug Srbije po glavi stanovnika je oko 3.000 dolara, što u principu i nije toliko puno kad bi se pokrenula neka ozbiljnija proizvodnja za izvoz, a uvoz istovremeno smanjio. Nominalno to nije puno, pogotovo ne za zemlju u kojoj je velika većina resursa zapravo neiskorišćena. Svetski dug je u porastu i svakog minuta i svakog minuta se povećava.

Na donjoj slici se vide najzaduženije zemlje sveta. Među prvim na rang listi su SAD sa 75% zaduženosti u odnosu na BDP. Odmah posle SAD-a je Japan. Samo Japan i Amerika odgovorni su za polovinu svetskog duga. Japanci bi trebalo da rade pune dve godine bez ikakvih troškova i još ne bi otplatili dug, jer je on narastao na 204 % BDP-a. Kanada nema tako velik dug, ali je prosečni Kanađanin u većem škripcu nego Amerikanac. On mora da otplati gotovo 40.000 dolara duga, koji je stvorila njegova država i to u najvećem delu u poslednjih 10 godina, jer je tada dug Kanade iznosio manje od polovine. Azijski div Singapur dužan je do grla. U apsolutnom iznosu reč je o samo 230 milijardi dolara, ali na malo stanovnika, dug je skočio na 43 hiljade dolara. Za probleme Islanda s javnim dugom već se zna, ali malo ko bi se kladio na istiniti podatak da Norvežanin i Grk na leđima nose isti iznos duga koji se kreće oko 38 hiljada dolara. Kina, za razliku od SAD-a, nema problema s dugovima države.

Velika Kina može biti mirna jer je vlasnik duga, a ne dužnik. Ima samo 1,2 biliona dolara duga, što na 1,3 milijarde Kineza pojedinačno otpada oko 980 dolara. To mogu da zarade za mesec dana! Ni Rusija, kao jedna od svetskih ekonomskih velesila, nema puno duga. Spašavaju je bogati izvori nafte i prirodni gas pa njeni stanovnici ne moraju da strahuju od MMF-a. Dug je manji od 10 % BDP. Libija ima

javni dug od samo 3,2 posto BDP-a, a u 12 godina smanjivala je zaduženje postupno i uporno pa sada duguje samo 2,7 milijardi dolara.

Slika 1. Globalni javni dug

Izvor: www.economist.com, pristup decembar 2013. godine

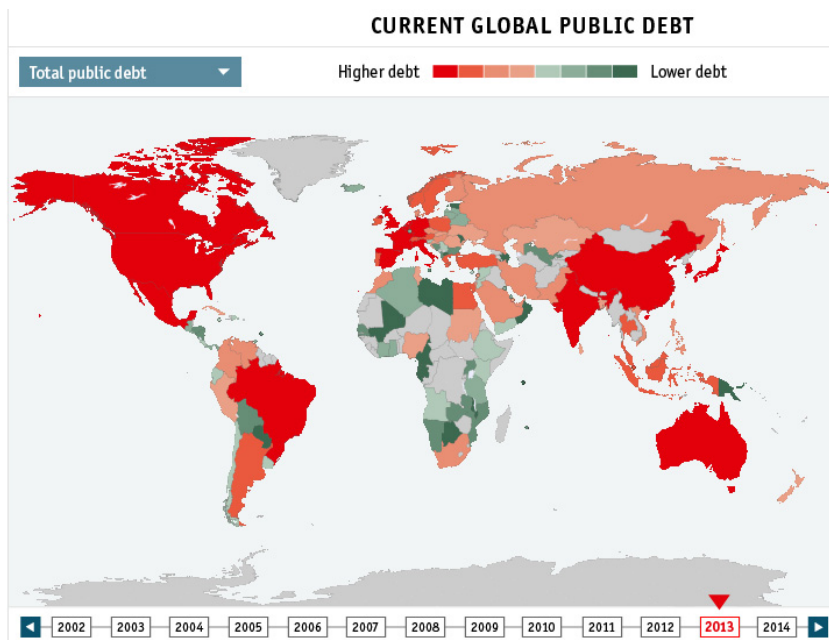


Tabela 1. Države sa najvećim spoljnim dugom

Izvor: IMF, Statistika spoljnog duga, 2010.

	Država	Spoljni dug u milijardama dolara	% BDP-a
1	SAD	13.980	99
2	Velika Britanija	8.981	400
3	Nemačka	4.713	142
4	Francuska	4.698	182
5	Japan	2.441	45
6	Italija	2.223	108
7	Španija	2.166	154
8	Luksemburg	1.892	3.443
9	Belgija	1.241	266
10	Švajcarska	1.200	229
11	Australija	1.169	95
12	Kanada	1.009	64

Većina kredita u Srbiji ide u potrošnju za plate u javnom sektoru i penzije. Ovo je rezultat politike koja se bazirala na masovnom zapošljavanju radnika u javnom sektoru.

Da bi se rešavao problem javnog duga osnovana je uprava za javni dug 1. oktobra 2009. godine, u skladu sa preporukama Svetske banke. Uprava obavlja sledeće poslove:

1. zaduživanje na finansijskom tržištu u cilju finansiranja budžetskog deficita Republike Srbije
2. emitovanje državnih hartija od vrednosti i zaključivanje kredita
3. izvršenje obaveze na osnovu javnog duga
4. upravljanje prilivima na osnovu javnog duga
5. strategija upravljanja javnim dugom

Tabela 2. Srbija, srednjoročni scenario kretanja spoljnog duga 2008.-2015. godine
Izvor: IMF, January, 2009, IMF Country Report No. 11/9 Republic of Serbia:Sixth Review Under the Stand-By-Arrangement

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Spoljni dug	65,2	76,5	79,5	73,1	72,7	70,6	68,4	66,8
Privatni dug	46,1	52,0	52,4	49,3	50,6	51,5	51,5	50,5

Postoji rizik da se probije granica javnog duga. Taj rizik može biti uzrokovan i samo manjim ostvarenjem bruto domaćeg proizvoda od planiranog, jer se onda smanjuje osnovica u odnosu na koju poredite javni dug. To što je Srbija tako blizu crvene granice jasno pokazuje da je došlo vreme da se troši onoliko koliko se zarađuje. Da moraju da se uravnoteže prihodi i rashodi i da nema više zaduživanja na uštrb standarda budućih generacija. Mora da se uradi ozbiljna fiskalna konsolidacija. Smanjenje javnih rashoda i uvećanje prihoda obezbediće da se ne pređe ta granica. Iz tog ugla posmatrano, trebalo bi očekivati da će država biti prinuđena da traži načine da se još više zadužuje. Tendencija ubrzanog zaduživanja nam sledi i tu nema dileme. U ovako teškoj ekonomskoj situaciji Vlada Srbije mora da ukine sve nepotrebne agencije. Visina duga, prema našem mišljenju, meni nije toliko problem koliko činjenica da ogromna većina stanovništva radi za 300-400 eura i učestvuje u njegovom otplaćivanju, a da taj novac nikada nije ni videla, bez obzira da li se radi o ličnim primanjima, komunalnoj, saobraćajnoj, komunikacionoj, energetskoj i svakoj drugoj infrastrukturi u svom mestu stanovanja, investicijama u privredne projekte i zapošljavanje.

„Zbog niskog kreditnog rejtinga zemlje i svetske ekonomske krize pretila opasnost da se devizne rezerve smanje ispod prihvatljivog minimuma pre svega zbog visokog iznosa dugova.“ [2, str. 62]

Srbija je sklapala *stand-by* aranžmane sa MMF-om. Tako da je Srbija primorana da reprogramira i refinansira postojeće dugove. Do nemogućnosti servisiranja duga ili pada solventnosti jedne zemlje može doći zbog kontinuiranog povećanja spoljnog ili javnog duga. Zemlja je solventna ako je u mogućnosti da izmiri svoje finansijske obaveze na osnovu spoljnog duga ili dokle god su finansijski prilivi veći od obaveza sa servisiranje duga. U slučaju nesolventnosti država može uvesti restriktivne mere smanjenja odliva kapitala i smanjenja deviznih rezervi. Nesolventnost privatnog sektora utiče na pad kreditnog rejtinga zemlje

„Veliki devizni priliv nastaje iz transakcija priliva deviza od izvoza i tako dovodi de velike ponude deviza zemlje u odnosu na tražnju tako da devizni kurs starne valute evra i dolara opada u odnosu na dinar i raste kurs domaće valute.“ [3, str. 186]

Najrazvijenije države su najviše zadužene, a problem finansiranja duga će rešavati daljim zaduživanjem. Države koje najviše duguju imaju najbolji kreditni rejting. Dobar kreditni rejting omogućava niske kamatne stope kod poverilaca što

predstavlja dobar uslov za nova zaduživanja. Procenu investicionog rizika vrše stručne rejting agencije, poput Moody's Investors Service, Standard & Poor's i Fitch IBCA. Dužnost rejting agencija jeste da na osnovu stručne analize utvrde korelaciju između finansijske aktive sadržane u hartije od vrednosti i njihove rizičnosti, i da pruže odgovarajući rejting tranšama od A do E. Na osnovu njihove ocene i visine potencijalnog prinosa, finansijske institucije odlučuju gde će uložiti svoja sredstva.

„Pre emitovanja svih dužničkih hartija od vrednosti one dobijaju rejting od strane rejting agencija. Što je rizik manji rejting je veći i obratno. Hipotekarne hartije od vrednosti koje su u svojoj osnovi imale loše kredite dobijale su visoke rejtinge.“ [4, str. 65]

Kod zaduživanja država treba praviti razliku između spoljnih dugova i javnog duga. Spoljni dug države predstavlja ukupna dugovanja prema stranim poveriocima u vidu država, korporacija, komercijalnih banaka i međunarodnih finansijskih institucija a to su Međunarodni monetarni fond i Svetska banka.

Najveći spoljni dug beleži SAD sa 13.000 biliona dolara duga. Među najzaduženijim zemljama sveta su 8 iz Evrope od toga tri koje čine stub Evrope (Nemačka, Francuska i Velika Britanija). Najveći spoljni dug u odnosu na BDP ima Luksemburg od 3.443% a najmanji ima Japan od 45%. Globalno posmatrano najveće zaduživanje je u zapadnoj Evropi, Americi i Australiji. Najmanja zaduženost država je na prostoru Afrike, Istočne Evrope i Bliskog istoka. Srednja zaduženost (dugovi između 500 i 1000 milijardi dolara) su na prostoru država Latinske Amerike i Azije bez Japana. Rusija, Kina i Brazil su najzaduženije iz ove kategorije.

Pet zemalja evrozone će dobiti kredite, koje finansira ostalih 12 članica ove monetarne unije. Pored toga, tu su i hitni krediti od Međunarodnog monetarnog fonda (MMF) i bilateralni krediti država koje su u plusu za one zemlje koje su u minusu.

Kipar dobija jednu milijardu od Međunarodnog monetarnog fonda (MMF) u Vašingtonu, u koji uplaćuju i zemlje Evropske unije. Još šest do deset milijardi evra Kipar će prikupiti eksproprijacijom štediša koji imaju više od 100.000 evra u određenim bankama. Rusija je Kipru i smanjila kamate na kredite. Kipru treba 23 milijarde evra.

Grčka je dobila bilateralnih kredita u ukupnom iznosu od 53 milijarde evra. Evropska unija, pojedinačne države i Međunarodni monetarni fond obećali su Grčkoj 240 milijardi evra. Daleko najveći program pomoći stiže iz stalnog fonda za spašavanje evra. Od obećanih 142 milijarde fond je do sada isplatio 116, ostalo je dakle još 28 milijardi. Međunarodni monetarni fond je do sada isplatio 20 milijardi. Od kreditora iz privatnog sektora, Grčka je prikupila 107 milijardi evra, tako da je ukupna suma za spasavanje oko 350 milijardi evra. Sadašnji program za spasavanje je finansiran do kraja 2014. Grčka će ponovo biti u stanju da ima podnošljive dugove, koje će dakle moći sama da isplaćuje – tek 2020.

Krajem 2013. Irskoj ističe program za pomoć. Tada zemlja će ponovo moći da dobija kredite na finansijskim tržištima. Od 85 milijardi evra potrebnih da se bivši keltski tigar očisti svoj bankarski sektor.

Irska je 17,5 milijardi evra sama donela (državne imovina i penzioni fondovi). Preostalih 67,5 milijardi dolazi iz fondova Zajednice svih država članica EU (22,5 milijardi).

Portugaliji treba najmanja pomoć od međunarodne zajednice. Kada se odobrenih 78 milijardi evra, raspodeli po glavi stanovnika to iznosi oko 7000 evra po Portugalcu. Portugalija je do sada iskoristila nešto 60 milijardi evra iz programa spasavanje evro zone.

Za dokapitalizaciju banaka Španija je zatražila 100 milijardi evra. Novac ide direktno bankama, a ne u državni budžet, pa zato Španija ne mora da sprovodi tako oštre mere štednje kao Irska, Portugalija, Grčka i Kipar. Španija je preuzela oko 41 milijardu.

Ako banke ne mogu da vrate pozajmljeni novac, španska vlada, kao žirant, dužna je da ga vrati zemljama donatorima, odnosno ostalim 16 članica evro-zone.

Države koje primaju pomoć iz evropskog fonda za spasavanje, više u njega ne uplaćuju. Nemačka garantuje 27 % Francuska 20 % Italija 18%. Da li će novac ikada biti vraćen?

Kriza javnog duga je posledica sklonosti modernih zapadnih država da previše troše, pogotovo da previše troše na socijalnu zaštitu. Države koje su u stanju da svoj javni dug finansiraju viškovima i štednjom domaćeg privatnog sektora mnogo su manje izložene riziku finansijskih kriza. Pogotovo su ranjive države u kojima su i štednja i zaduživanje na lokalnom tržištu nominirani u stranoj valuti. Države sa visokim spoljnim dugom i zavisnošću od spoljnog finansiranja prepuštene su milosti inostranih kreditora. U trenutku kada kreditori (iz bilo kog razloga) prestaju da finansiraju državu i privatni sektor ili počnu da povlače kapital iz nje, dolazi do neminovnog izbijanja finansijske krize. Element ovog lošeg scenarija je njegova nepredvidivost – zaustavljanje priliva kapitala se može dogoditi u svakom trenutku, i na znatno nižem nivou spoljne zaduženosti u odnosu na onu koja se smatra preteranom (80 odsto u odnosu na BDP).

Srpski javni dug davno je prešao prag koji zemlju svrstava u visoko zadužene, a kako stvari stoje on, uprkos tvrdnjama vlasti, nastavlja da raste. Iako se sadašnja vlada zaklinje da će državnu ekonomiju štednjom, investiranjem i pametnijim trošenjem zaradenog dovesti u red, matematika je neumoljiva i kako kažu ekonomisti zemlju za sada gura ka situaciji bliskoj onoj u kojoj su se našle Grčka, Kipar, Španija, Irska ili Portugal. Javni dug koji sada stoji na nekih 19,3 milijarde eura odnosno oko 2/3 cele državne ekonomije, naime nezaustavljivo raste. Istini za volju, inflacija je smanjena za otprilike tri procentna poena na martovskih 11.2 posto, a sva je prilika da će se, ako godina ne bude kišna ili sušna i ako izvoz iz Fiatove fabrike automobila u Kragujevcu bude tekao kako je zamišljeno, ona do kraja godine svesti na jednocifrenu. Sve u svemu, Srbija ne stoji dobro. Ona istina nije u toliko lošem stanju kao što su susedna Hrvatska, Mađarska ili Slovenija čiji su finansijski sistemi opterećeni mnogo većim obavezama prema poveriocima, ali za razliku od njih Srbija nema niti industrije, niti turizma, niti tržišta iz kojih može zaraditi realan novac.

Ekonomisti kažu kako bi dobijanje datuma za pregovore o članstvu sa Evropskom unijom kao i neki novi aranžman sa Međunarodnim monetarnim fondom mogli da ohrabre nepoverljive investiture da ovde ulože novac, što bi opet povećalo zaposlenost i privredni rast, a time i više poreza da se napuni državna kasa. Međutim, do toga valja sačekati. Izlaza za sada nema, dospele dugove valja vraćati, a vlada, sa druge strane čini jedino što može. Zaduguje se i dalje.

Stanje u Srbiji nagoveštava dužnički problem. Sposobnost zemlje da otplaćuje dugove zavisi od:

1. stepena zaduženosti zemlje
2. stope rasta
3. priliva direktnih investicija
4. prihoda od privatizacije.

A stanje je sledeće:

1. stopa zaduženosti visoka
2. stopa rasta daleko ispod očekivane
3. male direktne investicije
4. prihodi od privatizacije skromni

Sposobnost otplate dugova opada. Spoljni dug zemlje raste. Glavni problem ekonomije u narednim godinama biće način servisiranja dugova. Zbog krize Srbiji je otežan pristup međunarodnim finansijskim tržištima kapitala. To sve otežava situaciju refinansiranja dugova koji dolaze za naplatu. Kriza u servisiranju duga mogla bi biti jako opasna u tekućoj 2013-oj godini. Najveći iznos dugova je u dolarima i evrima. Slabljenje domaće valute utiče na smanjenje deviznih rezervi zemlje. Srbija je ocenjena od MMF-a kao zemlje u kojoj nije poželjno investirati.

Jedino ako MMF da signal i ubrizga finansijsku injekciju su srpsku privredu je od velike važnosti. Srbija mora da učini sve kako bi izbegla nemogućnost otplate duga odnosno nastanak dužničke krize. Sve to može dovesti do pada BDP uz ozbiljne političke, ekonomske i socijalne posledice u slučaju bankrotstva. Mora da se rešava pitanje budžetskog deficita i rasta duga.

Problem likvidnosti je druge prirode. Javlja se kratkoročno usled dislokacije kapitala u slučaju smanjenja izvoznih prihoda i povećanja uvoznih rashoda, promene deviznog kursa i kamatne stope. Kriterijumi zaduženosti po metodologiji Svetske banke se nalaze u tabeli 3.

Tabela 3. Kriterijumi zaduženosti spoljnog duga

Izvor: World Bank (IBRD), The National Bank of Serbia (NBS)

Kriterijumi	Visoka zaduženost	Srednja zaduženost	Mala zaduženost
Dug/BDP	80% i više	48-80%	ispod 48%
Dug/izvoz	220% i više	132-220%	ispod 132%

U preko 50% (51,7%) slučajeva kriza je izbila kada je spoljni dug bio do 60% BDP. To je neka kritična vrednost spoljnog duga. U slučaju veličine duga do 80% BDP koji bi Srbija dostigla, dužnička kriza bi sigurno izbila u skoro 70% slučajeva (67.8%). Važan je još jedan rezultat a to je da je kriza izbila u skoro 20% slučajeva na relativno niskom nivou duga i to ispod 40% duga u odnosu na BDP kod zemalja sa niskom tolerancijom na dug. Neke zemlje su veoma ranjive kada je u pitanju dug odnosno strani kreditori se povlače u slučaju pojedinih zemalja sa niskom nivoima zaduženosti.

Dužnička kriza u srednje razvijenim zemljama kakva je Srbija može da izbije i pri umerenom nivou spoljnog duga ako je prethodna istorija zemlje u pregledu plaćanja dugova i inflacije nije dobra ako je takvu ocene strani kreditori kako je MMF 2009 godine ocenio Srbiju. Osim ovih kriterijuma opšte prihvaćen stav međunarodnog finansijskih institucija je da je jedna zemlja visoko zadužena ako je iznos godišnjih

dospelih otplata glavnice i kamate pređe 25% vrednosti izvoza robe. U tom slučaju zemlja se tretira kao visoko zadužena. Zemlja je visoko zadužena ako je iznos tih otplata veći od iznosa rasta BDP odnosno ako je iznos otplate duga veći od godišnje stope rasta BDP.

ZAKLJUČAK

Svetski dug je postao problem globalnog finansijskog sistema. Najmanja zaduženost država je na prostoru Afrike, Istočne Evrope i Bliskog istoka. Srednju zaduženost čine zemlje Latinske Amerike, Amerike i Azije bez Japana. Rusija, Kina i Brazil su najzaduženije iz ove kategorije. Globalno posmatrano najveće zaduživanje je u zapadnoj Evropi, Americi i Australiji. Među najzaduženijim zemljama sveta su 8 iz Evrope od toga tri koje čine stub Evrope (Nemačka, Francuska i Velika Britanija). U evro zoni pet zemalja ima problem sa otplatom duga. To su Portugal, Irska, Grčka, Španija i Kipar. Ove zemlje su dobile pomoć od MMF-a. Deo duga su preuzele ostale članice euro zone na čelu sa Nemačkom, Francuskom i Italijom. Kriza javnog duga je posledica sklonosti modernih zapadnih država da previše troše, pogotovo da previše troše na socijalnu zaštitu.

Da bi se izbegla kriza javnog duga potrebne su oštre mere Vlade Srbije već u ovoj godini i kredibilan plan smanjenja deficita u srednjem roku. Međunarodni monetarni fond (MMF) upozorio je da bi deficit državnog budžeta Srbije, ako se ne promeni fiskalna politika, ove godine mogao da premaši 8% BDP, a javni dug 65% BDP. Kreditne aktivnosti banaka i dalje su male, uprkos likvidnosti poslovnih banaka, a raste broj problematičnih zajmova. Srbija svoj model razvoja mora da okrene izvozu. Strukturne reforme su hitno potrebne, posebno u delu danas prevelikog i potpuno neefikasnog javnog sektora, pripremi plan privatizacije i korporatizacije javnih preduzeća. Poslovni ambijent u Srbiji je ocenjen kao i dalje slab, te bi vlast trebalo da pojednostavi zakone i druge propise, a potrebna je i reforma tržišta rada radi podsticanja privatnog sektora i otvaranja novih radnih mesta.

BIBLIOGRAFIJA

1. Đukić, P. (2010) Globalna i nacionalna ekonomska kriza - izazov za reforme i održivi rast ekonomije. *Škola biznisa*, 1
2. Kovačević M. (2009) *Uzroci dublje ekonomske krize u Srbiji*, Novi Sad.
3. Komazec S. (2010) *Inostrani kapital i razvojni dug*. Beograd.
4. Miljković M., Nikolić S. (2012) Ekonomska kriza i krah berzi, *Ekonomija teorija i praksa*, 33.
5. Terzić I. (2009) *Javne finansije*. Beograd.
6. www.economist.com, pregledano 2013. godine
7. IMF (2009) *Regional Economic Outlook. Europe*, October, str. 52-53.
8. www.nbs.rs, pregledano 2010. godine

RESUME

This paper analyzes the problem of world debt of high-income European countries in the euro zone, the U.S., Japan and the BRIC countries with a lower level of debt as special reference to the amount of Serbia's debt to GDP ratio. Level of indebtedness occurs with increasing trade deficit and capital inflows. The ratio of debt to GDP is an important indicator. Countries with lower credit ratings have to take credits with high interest rates. But high public debt as a phenomenon has also occurred in most developed countries.

In order to avoid a debt crisis, efficient measures are needed by the Serbian government in this year and a credible plan to reduce the deficit in the medium term. The International Monetary Fund (IMF) has warned that the state budget deficit of Serbia can exceed 8% of GDP and a public debt can be reached of 65% of GDP this fiscal year. The model of development in Serbia must turn to export. Structural reforms are urgently needed, especially in the totally inefficient public sector, prepare a plan of privatization and corporatization of public enterprises. The business environment in Serbia is assessed as still weak, and the authorities should simplify laws and regulations, and require from the labor market to reform in order to encourage private sector development and job creation.

BITCOIN - VALUTA BUDUĆNOSTI

Džemail Zornić, doc. dr

Internacionalni – Univerzitet u Brčkom
Brčko, Bosna i Hercegovina
dzemailbey@gmail.com

Šemsudin Plojović, prof. dr

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

Enis Ujkanović, doc. dr

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

Senadin Plojović, MSc

Tehnički fakultet Mihajlo Pupin
Zrenjanin, Srbija

Apstrakt

Bitcoin je zapravo nova vrsta novca. U pitanju je potpuno novi koncept i u pitanju je digitalna valuta koju ne izdaje centralna banka. Bitcoin nije stvorila neka korporacija. Umesto toga, svako ko učestvuje u Bitcoin mreži – svako ko koristi Bitcoin softver na svom računaru i komunicira sa mrežom drugih ljudi koji rade to isto, svi ti ljudi zajedno obavljaju funkciju koju obično obavlja centralna banka. U ovom radu ćemo pokušati da približimo valutu bitcoin. Istraživačima se poručuje da se uključe u istraživanje bitcoina kako bi se došlo do objektivnih prednosti i nedostataka bitcoina kao nove valute.

Ključne riječi: bitcoin, e-novac, virtuelni novac, elektronsko plaćanje, budućnost valute

BITCOIN - CURRENCY OF THE FUTURE

Abstract

Bitcoin is actually a new kind of money. It is a brand new concept and it is a digital currency that is not issued by a central bank. Bitcoin is not created by a corporation. Instead, anyone who participates in the Bitcoin network - anyone who uses the Bitcoin software on his computer and communicates with a network of other people, who are doing the same thing, all these people together perform the function normally performed by a central bank. In this paper, we will try to bring closer the currency Bitcoin. Researchers are recommended to conduct research about Bitcoin, in order to receive objective advantages and disadvantages of Bitcoin as a currency.

Keywords: Bitcoin, e-money, virtual money, electronic payment, future of currencies

JEL codes: E41, L81

UVOD

Stručno, a uprošćeno rečeno, bitcoin je kriptografska "valuta", koju ne priznaje ni jedna zemlja, iza koje ne stoji ni jedna institucija i ni jedan pojedinac. To je program koji se neprestano izvršava na internetu, podržan od strane hiljada računara koji obrađuju transakcije kojima se bitcoin usmerava između korisnika. Takođe, to je i iznos koji se nalazi u digitalnom "novčaniku" (koji se drži u telefonu, na hard disku računara, ili USB drajvu, ili kod nekog "poverljivog" na internetu). Bitcoin može da se ukrade (ne lako, ali može), a jednom izgubljen (zbog, primera radi, kvara hardvera) zauvek nestaje iz sistema.

"Rudarenje" (eng. *mining*) je osnovna funkcija Bitcoina, koji je istovremeno i valuta i način plaćanja. Svaka transakcija je predmet obrade svakog u mreži ko je uključio svoje računare u izračunavanje komplikovanih problema, sa zajedničkim ciljem da obezbede sigurnost transakcija (kao i njihovu anonimnost i neopozivost). Za nagradu dobijaju odgovarajući deo "novostvorenih" bitcoin (što bi u ekonomskoj terminologiji bilo "primarna emisija").

Zbog čestih i drastičnih promena vrednosti ove valute, koje idu i do 10 odsto dnevno, mnogi se upuštaju u standardne berzanske špekulacije – prodaj skuplje, kupi jeftinije. Naravno, kao i na svakoj valutnoj berzi, neki u ovim transakcijama dobijaju, a neki gube.

Bitcoin koristi P2P (*peer-to-peer*) tehnologiju kako bi mogao da funkcioniše bez centralne vlasti ili banaka, upravljanje transakcijama i izdavanje bitcoina se vrši kolektivno od strane provajdera putem interneta. Dizajn bitcoina je javan, niko ga ne poseduje ili kontroliše, svi imaju pravo učešća. Kroz mnoge od njegovih jedinstvenih osobina, Bitcoin omogućava jedinstvene koristi koje nisu mogle biti obuhvaćene u bilo kom prethodnom sistema plaćanja.

Bitcoin može biti *open source* ili komercijalna usluga, bilo da je *open source* ili komercijalna u oba slučaja nude svoje prednosti i nedostatke. U nastavku ćemo izneti konkretne prednosti i nedostatke oba modela.

MOBILNO PLAĆANJE

Bitcoin na mobilnim uređajima omogućava da platite sve usluge i proizvode na jednostavan način, u samo dva koraka i to:

1. Skeniraj (scan),
2. Plati (pay).

Bez potrebe za otvaranjem naloga i prijavljivanjem, jednostavno prevucite karticu, unesite PIN kod i plaćanje je završeno. Sve što treba da primete jeste QR kod u Bitcoin App novčaniku i neka vaš prijatelj skenira vaš mobilni, ili dodirnite dva telefona zajedno (koristeći NFC radio tehnologiju).

BEZBEDNOST I KONTROLA NAD NOVCEM

Bitcoin transakcije su obezbeđene prvorazrednom vojnom kriptografijom. Niko ne može naplatiti novac ili izvrši plaćanje u vaše ime. Dokle god preuzimate neophodne korake da zaštitite svoj e-novčanik, Bitcoin pruža kompletnu kontrolu nad vašim novcem kao i izuzetno jak nivo zaštite od svih vrsta zloupotrebe ili prevare.

BITCOIN FUNKCIONIŠE SVUDA I U SVAKO VREME

Baš kao i sa elektronskom poštom, ne morate da koristite isti softver ili iste provajdere. Preporučuje se da zadržite svoje favorite zbog kontinuiteta i dodatnih povoljnosti koje provajderi nude stalnim korisnicima. Koga god provajdera da se izabere, neće biti problema, jer oni su svi kompatibilni iz razloga što koriste istu *open source* tehnologiju. Bitcoin mreža nikada ne spava, nema praznika, slobodnih dana već radi po principu 365/7/24.

BRZA MEĐUNARODNA PLAĆANJA

Uz pomoć bitcoina sva plaćanja se mogu preneti, na primer iz Afrike u Kanadu za samo 10 minuta. Ne postoji administracija banaka koja može da uspori proces, veoma nizak nivo taksi koji se odražuju u sekundi, ne postoji status zamrznute transakcije. Postoji mogućnost plaćanja od strane porodice ili prijatelja uz saglasnost korisnika, tj. korisnik ne mora lično da izvrši plaćanje.

BEZ TAKSE ILI VEOMA NISKE TAKSE

Bitcoin omogućava da se šalji i primaju uplate po veoma niskoj ceni. Osim u posebnim slučajevima kao što su vrlo male isplate, kada se primenjuju niske naknade. Preporučujemo, plaćanje takozvane dobrovoljne takse za bržu transakciju, najbolje rešenje je da ova plaćanja izvrše članovi Bitcoin mreže zbog dodatnih povoljnosti koje kasnije može besplatno upotrebiti za nove transakcije.

ZAŠTITA IDENTITETA

Sa Bitcoinom, ne postoje brojevi koji mogu biti kopirani ili zloupotrebljeni na bilo koji način. U suštini, prevare su moguće i u realnom svetu pa su malverzacije moguće u svetu virtuelnog novca bitcoina. Bezbednost podataka je na veoma visokom nivou ali zahteva od svakog korisnika da bude oprezan kada vrši plaćanje ili kad sa drugima razgovarate o tome.

BITCOIN ZA KOMPANIJE

Bitcoin nudi najniži nivo nadoknade za sve transakcije između kompanija u zemlji i inostranstvu. Visok nivo kriptografske zaštite bitcoinu omogućava da obradi

transakcija na vrlo efikasan, bezbedan i jeftin način. U većini slučajeva kompanije mogu potpuno besplatno izvršiti ili primiti uplatu. U većini slučajeva, takse nisu striktno potrebno, ali oni se preporučuju kako smo naglasili za brže transakcije i dodatnih povoljnosti kod kasnijih transakcija.

ZAŠTITA OD PREVARE

Bilo koji posao koji prihvata kreditne kartice ili PayPal poznaje problem zloupotrebe i prevare od strane pojedinca ili kriminalne organizacije. *Chargeback* prevare su dovele do straha od plaćanja, povećanje cena usluga te do smanjenja broja transakcija što zauzvrat povećava cenu poslovanja. Bitcoin plaćanja su nepovratna i veoma sigurno, što znači da troškovi prevare više ne idu na račun trgovaca odnosno učesnika u transakciji već eventualne posledice preuzima bitcoin provajder. Bitcoin je svojevrsna revolucija u plaćanjima jer nudi sigurnost, zaštitu od zloupotrebe kroz servise generisanja i kriptovanja elektronskog novca.

EFIKASNA MEĐUNARODNA PLAĆANJA

Bitcoin plaćanja se izvršavaju za 10 minuta bez obzira odakle je uplatilac i gde je primalac. Ovo je moguće zato što bitcoin nema fizičku lokaciju, i zato je moguće da se prenese jer nema ograničenja, fizičkog transfera, fizičkog obezbeđivanja, kašnjenja ili nepotrebnih troškova. Bitcoin je izbegao posrednike i komplikovane procedura banaka ili državnih administracija.

NEMA PCI USAGLAŠAVANJA

Prihvatanje kreditnih kartica na mreži obično zahteva opsežne, komplikovane bezbednosne provere u cilju usklađivanja sa PCI standardom. Bitcoin i dalje zahteva da obezbedite svoj novčanik i svoje zahteve za plaćanje i ništa više od toga. Međutim, vi ne nosite troškove i odgovornosti koje dolaze sa obradom osetljive informacije od svojih klijenata, kao što su brojevi kreditnih kartica i na ovaj način se smanjuje mogućnost zloupotrebe.

BITCOIN JE INOVACIJA

Bitcoin je tržište u nastajanju, novi kupci traže način da kupe, sprovede i upotrebe svoje elektronske novčiće odnosno bitcoine. Prihvatanje novog načina plaćanja je dobar način da se vaši kupci uvère da su vaši proizvodi ili usluge u skladu sa razvojem, da su savremene i inovativne. Ljudi vole inovacije jer se osećaju savremeno i prihvaćeno u društvu. Prihvatanje inovacija u svetu novca i plaćanja je revolucija, nije lak posao ali su plodovi višestruki. Preporučujemo primenu bitcoina kod elektronskog poslovanja u svim oblastima proizvoda i usluga.

MULTI-POTPIS

Bitcoin takođe uključuje nove funkcije, ove funkcije još uvek nisu zvanične, one omogućavaju da se kovani novac potrošen samo ako podskup grupe ljudi potpiše transakciju (tzv. "n od m" transakcija). Ovaj servis je ekvivalent elektronskog potpisa koji se koristi i danas.

TRANSPARENTNOST RAČUNOVODSTVA

Skoro sve organizacije su dužne da podnose računovodstvene izveštaje, dokumenata o njihovoj aktivnosti, dokaze o finansijskim transakcijama te poreklu kapitala. Korišćenje Bitcoina vam omogućava da ponudite najveći nivo transparentnosti, jer bitcoin pruža informacije vašim članovima odnosno poslovnih partnerima koji mogu koristiti da bi proverili vaše bilanse i transakcije. Nefitne organizacije takođe mogu omogućiti javnosti da vidi koliko oni dobijaju u vidu donacija.

KAKO FUNKCIONIŠE BITCOIN?

Kao novi korisnik, možete da počnete sa Bitcoin bez razumevanja tehničkih detalja ove usluge. Nakon što ste instalirali Bitcoin novčanik na računaru ili mobilnom telefonu, aplikacija će generisati vašu prvu bitcoin adresu i možete da kreirate više kad god vam je potreban. Možete da otkrijete svoje adrese vašim prijateljima, tako da oni mogu da vam plate ili da im platite. U stvari, to je prilično slično načinu na koji funkcioniše elektronska pošta, izuzetak je što se bitcoin adrese koriste samo jednom.

VAGA - BLOK LANAC

Blok lanac je zajednička javna knjiga na koji se cela bitcoin mreža oslanja. Sve potvrđene transakcije su uključeni u ovom blok lancu. Na ovaj način, može se izračunati *spendable* bilans bitcoin novčanika kao i nove transakcije mogu biti potvrđene, kao i da su zapravo u vlasništvu Spendera. Integritet i hronološki redosled blok lanca se sprovode uz pomoć kriptografije.

TRANSAKCIJE - PRIVATNI KLJUČEVI

Transakcija je transfer vrednosti između bitcoin novčanika koja je uključena u bloku lancu. Bitcoin novčanici drži tajni podatak koji se zove privatni ključ, koji se koristi za potpisivanje transakcija, obezbeđujući matematički dokaz da su došli od vlasnika novčanika. Potpis takođe sprečava da transakcija bude izmenjena od strane bilo koga kada je izdata. Sve transakcije se emituju između korisnika i obično počinju sa potvrdom od mreže u narednih 10 minuta, kroz proces koji se zove rudarenje.

OBRADA - RUDARENJE PODATAKA

Rudarenje je distribuirani sistem konsenzusa koji se koristi za potvrdu transakcije kod čekanja uključujući ih u blok lancu. To nameće hronološki red u bloku lancu, štiti neutralnost mreže, a omogućava različitim računarima da se usaglase o stanju sistema. Da bi transakcija bila potvrđena, transakcije moraju biti upakovani u bloku koji odgovara veoma strogim pravilima kriptografskih modela koji će biti verifikovana od strane mreže. Ova pravila sprečavaju prethodne blokove da bude modifikovan zato što ćete poništiti sve sledeće blokove. Rudarenje takođe stvara ekvivalent konkurentnog lutriji koji onemogućava pojedinca da lako dodaje nove blokove uzastopno u blok lancu. Na ovaj način, neki pojedinci mogu da kontrolišu šta je uključeno u bloku lancu ili mogu zameniti delove bloka lanca da bi vratili svoje troškove.

ODLAZAK U ZEČIJU RUPU

Neke stvari koje treba da znate ako ste u vezi sa istraživanjem bitcoina, postoji nekoliko stvari koje treba da znate. Bitcoin vam omogućava da razmenjujete novac na drugačiji način nego kod uobičajenih bankovnih transakcija. Kao takav, trebalo bi da je potrebno vreme da se informišete pre upotrebe bitcoina za bilo kakvu ozbiljnu transakciju. Bitcoin treba tretirati sa istom pažnjom kao i redovan novac, čak i opreznije u nekim slučajevima.

OBEZBEĐIVANJE NOVČANIK

Kao i u stvarnom životu, novčanik mora biti na sigurnom mestu ukoliko nije imaćete probleme. Bitcoin omogućava prenos vrednosti bilo gde na vrlo jednostavan način i omogućava vam kontrolu svog novca u svakom trenutku. Takve velike mogućnosti takođe dolaze sa velikim bezbednosnim izazovima. Istovremeno, bitcoin može da obezbedi veoma visok nivo bezbednosti, ako se pravilno koristi. Uvek imajte na umu da je vaša odgovornost uslov, dobre prakse u cilju zaštite svog novca.

VREDNOST BITCOINA JE NESTABILNA

Cena bitcoina se može nepredvidivo povećati ili smanjiti u kratkom vremenskom periodu zbog nove usluge na tržištu, pravilo prirode, i ponekad nelikvidnih tržišta. Shodno tome, držanje štednju u bitcoinima se ne preporučuje u ovom trenutku. Bitcoin treba posmatrati kao sredstvo visokog rizika ali velikih mogućnosti, i nikada ne treba da čuvate novac koji ne možete da izgubite. Ako primete uplate u bitcoinima, mnogi provajderi mogu da ih konvertuje u lokalnu valutu i ovo je veoma važno u procesu integracije bitcoina u Vaš biznis.

BITCOIN PLAĆANJA SU NEPOVRATNA

Svaka transakcija izdat sa bitcoinom se ne može izmeniti, oni samo mogu biti refundirana od strane lica koje je primilo sredstva. To znači da treba voditi računa da poslujete sa ljudima i organizacijama koje poznajete i u koje imate poverenja, ili koji imaju reputaciju. Sa svoje strane, kompanije treba da zadrži kontrolu nad zahtevima za plaćanje i prikažu svojim klijentima. Bitcoin može da otkrije greške u unosu i obično neće dozvoliti da pošaljete novac na nevažeću adresu, što je, izuzetno korisno. Dodatne usluge koje će postojati u budućnosti mogu da obezbede veći izbor i zaštitu za potrošača.

BITCOIN NIJE ANONIMAN

Potreban je izvesni napor da biste zaštitili svoju privatnost sa bitcoinom. Sve transakcije se javno i trajno čuvaju na mreži, što znači da svako može da vidi stanje i promet bilo koje bitcoin adrese. Međutim, identitet korisnika iza adrese ostaje nepoznat, ove informacija se otkrivaju tokom kupovine ili u drugim okolnostima. To je jedan od razloga zašto bitcoin adrese treba da se koristi samo jednom. Uvek imajte na umu da je vaša odgovornost da usvoji dobre prakse u cilju zaštite vaše privatnosti.

INSTANT TRANSAKCIJE MANJE BEZBEDNA

Bitcoin transakcije se obično raspoređene u roku od nekoliko sekundi i počinje da bude potvrđen u narednih 10 minuta. Za to vreme, transakcija se može smatrati autentičnom, ali još uvek reverzibilnom. Nepošteni korisnici mogu pokušati da varaju. Ako ne može da čeka na potvrdu, tražeći za malu nadoknadu transakcije ili koristeći sistem za detekciju za nebezbedne transakcije može povećati sigurnost. Za veće iznose kao 1000 evra, ima smisla da čekaju potvrde nekoliko minuta ili čak više. Svaki potvrda eksponencijalno smanjuje rizik od potencijalnih prevara ili zloupotreba.

ZAKLJUČAK

Bitcoin je eksperimentalna nova valuta koja je u aktivnom razvoju. Iako ona postaje manje eksperimentalna jer upotreba stalno raste, trebalo bi imati u vidu da je bitcoin kao izum koji istraživa ideje koje nikada nisu ranije postojale. Kao takva, njenu budućnost ne može predvideti svako. Koristimo ovu priliku da predvidimo brz i stabilan razvoj ovakvog načina plaćanja iz razloga brzih i jednostavnih transakcija, inovativnog načina koji će uskoro biti široko prihvaćen. Napominjemo, većina nadležnosti i dalje zahtevaju da platite prihoda, prodaju, plate i kapitalne dobitke, porez na bilo koji ima vrednost, uključujući i bitcoin.

Ukoliko se pitate zašto je Bitcoin važan za marketing, i zbog čega smo dali prostora ovakvom tekstu, odgovor vam može biti medijska pažnja koju je izazvao restoran

Appetite, ali i privatna novosadska E Gimnazija upravo time što su među prvima uveli plaćanje ovom valutom. U nastavku iznosimo svoje razloga zašto je bitcoin toliko popularan:

- **Deflatorska valuta** - postoji jasno određen krajnji (ukupan) broj BTC-ova (21.000.000). Ovo znači da ne može da se pojavi "autoritet" koji bi krenuo da štampa novce arbitrarno, tražeći od nas da verujemo da sve više odštampanog novca ima stalno istu vrednost.
- U vezi sa prethodnim, **nepostojanje centralnog autoriteta** kome bi trebalo da verujemo, ali koji su nas toliko puta izdali (od Vajmarske inflacije, preko inflacije u tadašnjoj Jugoslaviji devedesetih godina prošlog veka, pa sve do možda i najgoreg od svih). Sve je definisano u originalnom algoritmu i niko ne može da promeni algoritam.
- **Anonimnost transakcije**, dakle ovo je zaista pravi digitalni ekvivalent gotovine, sa svim dobrim i lošim stranama toga.
- **Sigurnost transakcije**, relativna transparentnost celog procesa, odnosno nemogućnost višestruke upotrebe istog BTC-a
- **Peer-to-peer tehnologija** - nema jedne tačke (IT banke ili card procesora) koja može da otkáže, istovremeno rade desetine hiljada računara širom sveta.

BIBLIOGRAFIJA

1. <http://en.wikipedia.org/wiki/Bitcoin>
2. <http://www.bitcoin.org/>
3. <https://bitcoinfoundation.org>
4. <http://www.businessweek.com/articles/2014-01-09/bitcoin-mining-chips-gear-computing-groups-competition-heats-up>
5. <http://www.businessinsider.com/bitcoin-miners-approach-dangers-threshold-2014-1>
6. <http://www.businessinsider.com/overstockcom-is-now-officially-accepting-bitcoin-2014-1>
7. <http://www.bitcoinx.com/bitcoin-mining-software/>

RESUME

Bitcoin is cryptographic "currency", which is not recognized by any country, behind which is no institution and no individual. It is a program that is constantly running on the internet, supported by thousands of computers that handle transactions that direct bitcoins between users. Also, it is an amount stored in a digital "wallet" (which is kept in the phone, the computer hard disk drive, or a USB drive, or in a "confidential" place on the internet). Bitcoin can be stolen (not easy, but it can be), and once it is lost (due to, for example, hardware failure) it will always disappear from the system.

Bitcoin is an experimental new currency, which is in its active development. Although it is becoming less experimental as usage increases, it should be borne in

mind that bitcoin as an invention researches ideas that have never existed before. As such, its future cannot be predicted by anyone. We take this opportunity to predict a rapid and stable development of this method of payment because of quick and easy transactions, innovative ways that will soon be widely accepted.

KLASTERI – MOGUĆI POKRETAČI RAZVOJA POLJOPRIVREDE SRBIJE

Adesa Džanković-Jerebičanin, dipl. ecc.

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru

Novi Pazar, Srbija

adesa.dzankovic@gmail.com

Apstrakt

Proizvodne mogućnosti u Srbiji su velike i treba iskoristiti njen potencijal za razvoj prehrambenih proizvoda kao što to rade i razvijene privrede. Da bi uspešno razvijala privredu, država sa razvojnim i finansijskim institucijama treba da na osnovu informacija sa tržišta stvara i sprovodi realne i ostvarive razvojne strategije. Srbiji je potrebno okrupnjavanje proizvodnje, podizanje produktivnosti i unapređenje kvaliteta proizvoda, kao i brendiranje vodećih lokalnih proizvoda koji će biti konkurentni sa stranim brendovima. Pitanje je da li i proizvođači koji su opterećeni mnogobrojnim problemima mogu naći mogući način da ispune ove standarde? Naime, ovi problemi znatno brže i efikasnije se mogu rešiti umrežavanjem, tj. formiranjem klastera. Kako bi se nastale prepreke prebrodile i ostvarili rezultati u poslovanju klastera, neophodno je da se i država i privatni sektor više i ozbiljnije uključe u rad na poboljšanju klastera u zemlji.

Ključne reči: klasteri, agro sektor, finansiranje klastera, mogućnosti razvoja klastera

CLUSTERS – POSSIBLE INITIATORS OF DEVELOPMENT OF SERBIAN AGRICULTURE

Abstract

Production capacity of Serbia are great and its potential should be used for development of food products as it is done in developed countries. In order to successfully develop the economy, the government has together with development and financial institutions, based on information from the market, implement a realistic and achievable development strategy. Serbia needs to enlarge its production, raise its productivity and improve product quality and brand leading local products in order to be competitive with foreign brands. The question arises whether manufacturers, who are burdened with many problems, are ready to find a way to implement these standards? These problems can be solved significantly faster and more efficient with networking, i.e. forming clusters. In order to face these challenges and achieve results with these clusters, it is essential that the government and the private sector get more and more seriously involved in the improvement of clusters in the country.

Keywords: clusters, agricultural sector, financing of clusters, cluster development opportunities

JEL codes: Q18

UVOD

Srbija je zemlja sa velikim potencijalom za proizvodnju poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Ipak, mnoge zemlje sa manjim prirodnim bogatstvom i lošijim klimatskim uslovima proizvode veće količine hrane, dok njihovi stanovnici zbog bolje platežne moći konzumiraju kvalitetniju hranu. Povećanje domaće proizvodnje i potrošnje hrane može se postići većim iskorišćavanjem poljoprivrednog sektora kao što to rade i ostale slabije razvijene privrede, za koje se očekuje mnogo brži rast u budućem periodu od rasta u razvijenom privredama. Srbija takođe u velikoj meri izvozi domaće poljoprivredne proizvode. Poljoprivredni proizvodi, hrana i piće, nalaze u samom vrhu izvoznih proizvoda iz Srbije.

Slika 1. Izvoz Srbije po grupama proizvoda u 2010. godini, u mil. EUR

Struktura izvoza po grupama proizvoda u 2010. godini, u mil. EUR	
Osnovni metali	1.294,0
Prehrambeni proizvodi i piće	1.111,0
Hemikalije i hemijski proizvodi	654,8
Poljoprivreda, lov i usluge	535,8
Ostale mašine i uređaji	519,2
Proizvodi od gume i plastike	444,6
Druge električne mašine i aparati	412,1
Tekstilna prediva i tkanine	224,6
Metalni proizvodi, osim mašina	207,7
Električna energija, gas i topla voda	179,2

Da bi se proizvodnja, distribucija i plasiranje proizvoda podiglo na najviši nivo a posledično ostvarila najveća produktivnost i kvalitet potrebno je imati jasno definisane razvojne i organizacione strategije.

Klasteri i udruženja unutar kojih se nalaze međusobno povezana preduzeća iz srodnih i različitih delatnosti, specijalizovani dobavljači, i organizacije podrške (obrazovne i naučno-istraživačke institucije, agencije) su se u praksi razvijenih privreda i privreda u razvoju pokazale kao najproduktivnije organizacione grupe. Svi ti akteri se na određenom području delatnosti istovremeno nadmeću i saraduju.

Porter, u svojim delima definiše klaster kao "grupu međusobno povezanih kompanija i odgovarajućih institucija lociranih u blizini, koje se bave određenom delatnošću, a povezuju ih zajedničke karakteristike i komplementarnost." U geografskom smislu, klaster može da obuhvata jedan grad, ali i celu zemlju, pa čak i čitavu mrežu susednih zemalja.

KARAKTERISTIKE KLASTERA U ZAVISNOSTI OD RAZVIJENOSTI ZEMLJE

U Evropskoj povelji o malim preduzećima u državama članicama stoji da: "Evropska konkurentnost zavisi od njihovih malih preduzeća: ovo su glavni pokretači inovacija, zapošljavanja, kao i socijalne i lokalne integracije." Dakle,

najbolje moguće okruženje za mala preduzeća bi trebalo da bude promovisano kroz podsticaje malih preduzeća na saradnju na lokalnom, nacionalnom, evropskom i međunarodnom nivou, kao i saradnju između malih preduzeća i visokog obrazovanja i istraživačkih institucija. [2]

Prema publikaciji Klaster inicijative u razvijenim i zemljama u razvoju (*Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies*) koju je 2006. godine objavio *Center for Strategy and Competitiveness*, Stockholm, pokazuje da je razvoj klastera u razvijenim i visokorazvijenim zemljama uzeo maha 90-ih a u zemljama u tranziciji 2000-ih. Inicijatori razvoja klastera u razvijenim zemljama (Brazil, Kina, Indija, Turska i dr.) su uglavnom donatori i vladine institucije, u manjoj meri preduzeća, u zemljama u tranziciji (Albanija, BIH, Hrvatska, Srbija) su preduzeća, donatori u manjoj meri vlada, u visokorazvijenim zemljama (Švajcarska, Austrija, Holandija, Luksemburg, Nemačka i dr.) su to vlada i preduzeća.

Što se tiče privredne oblasti, klasteri su u razvijenim zemljama uglavnom zastupljeni u poljoprivredi i proizvodnji hrane i baznoj proizvodnji (nameštaj, obuća, tekstil), znatno manje u kapitalno intenzivnoj proizvodnji (automobili, hemikalije, plastika, energetska oprema i sl.) i "High tech" delatnosti (avio industrija, biotehnologija, finansije, farmacija, medicinska oprema ICT) i turizam. Zemlje u tranziciji najviše klastera imaju u poljoprivredi i proizvodnji hrane, zatim podjednako u kapitalno intenzivnoj proizvodnji i "High tech" delatnosti, znatno manje u turizam. Visoko razvijene zemlje najviše klastera imaju u "High tech" delatnosti i kapitalno intenzivnoj proizvodnji, neznatno u poljoprivredi i baznoj industriji.

Osnovni motivi ili ciljevi osnivanja klastera u razvijenim zemljama su prvenstveno povećanje dodatne vrednosti, povećanje izvoza, podrška inovacijama, razvoj lanca snabdevanja, povećanje zaposlenosti, u manjoj meri su to poboljšanje poslovnog ambijenta, redukcija troškova, traženje sredstava, komercijalizacija akademskih istraživanja. Ciljevi formiranja klastera u zemljama u tranziciji su povećanje izvoza, podrška inovacijama, razvoj lanca snabdevanja, poboljšanje poslovnog ambijenta, a u visoko razvijenim zemljama ciljevi formiranja klastera su uglavnom razvoj lanca snabdevanja, poboljšanje poslovnog ambijenta, povećanje zaposlenosti, komercijalizacija akademskih istraživanja. [1 , str 17]

Cilj udruživanja u klasterne može biti:

- povećanje konkurentnosti domaćih proizvoda na domaćem i inostranom tržištu, kao i obezbeđivanje uslova za proširenje tržišta (povećanje izvoza);
- bolje i efikasnije korišćenje domaćih resursa (prirodnih, proizvodnih i kadrovskih);
- iniciranje i podrška kooperacije između preduzeća, obrazovnih i razvojnih institucija;
- povezivanje sa fondovima za finansiranje inovativnih projekata;
- obuka i obrazovanje, kao i mnogi drugi interesi kako članica tako i regiona, pa i vlade.

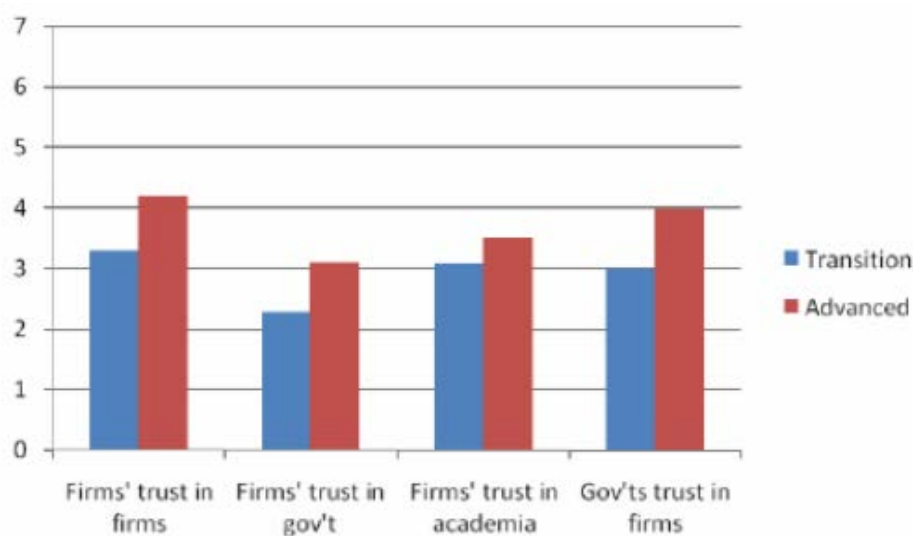
Prednosti za članove klastera:

- Podsticanje izvoza: nova tržišta i nove mogućnosti
- Mogućnost realizacije većih i kompleksnijih projekata, dobijanje sertifikata za kvalitet koji obezbeđuju pronalazačnja pravog kupca za pravi proizvod,
- Razvoj ljudski potencijala (usavršavanje, obuka radnika ...)

- Nabavka zajedničkih resursa i optimizacija alokacije
- Razmena različitih poslovnih i tehnoloških znanja, iskustava i *best practices* (sinergijski efekti)
- Zajedničko istraživanje i razvoj proizvoda i rešenja
- Zajednički marketing, brendiranje proizvoda ili grane
- Uštede zbog veličine (objedinjena nabavka, deljenje resursa...)
- Efikasnije lobiranje i pridobijanje javne potpore
- Razvoj kulture kvalitete

Kritični faktor uspeha klastera je poverenje kako u razvijenim zemljama tako i u zemljama u tranziciji. Prvenstveno poverenje između firmi članica klastera, poverenje prema akademskim institucijama ali i poverenje prema vladinim institucijama i poverenje vladinih institucija prema firmama članicama. To poverenje je na većem nivou u razvijenim zemljama nego u zemljama u tranziciji.

Slika 2. Faktori uspeha klastera u razvijenim zemljama i zemljama u tranziciji



KLASTERI U AGROBIZNISU U SRBIJI

Proizvodne mogućnosti u Srbiji su velike i treba iskoristiti njen potencijal za razvoj prehrambenih proizvoda kao što to rade i razvijene privrede. Srbija treba proizvoditi prehrambene proizvode na način kojim će njihov kvalitet lako pronalaziti kupca i stvoriti veću konkurentnost našoj privredi. Da bi uspešno razvijala privredu, država sa razvojnim i finansijskim institucijama treba da na osnovu informacija sa tržišta stvara i sprovodi realne i ostvarive razvojne strategije.

Srbija sa najviše obradivih površina u regionu (5 miliona hektara) može postati jedna od najznačajnijih zemalja u jugoistočnoj Evropi kada je reč o agro sektoru i industriji hrane. Situacija u poljoprivredi je takva da postoji velika usitnjenost poseda, prosečno oko 3 hektara. U ovom sektoru dominiraju mala i srednja preduzeća sa malom proizvodnjom, a izuzetno visokim logističkim i proizvodnim

troškovima. Nedovoljna opremljenost poljoprivrednom mehanizacijom, koja je, međutim, tehnološki prevaziđena i zastarela (prosečne starosti preko 20 godina), mala upotreba mineralnih đubriva i izuzetno niska produktivnost u svim oblastima proizvodnje.

U nameri da se poljoprivredni proizvodi u što većem obimu plasiraju, prvenstveno, na tržište EU, država je obavezala sve proizvođače za dobijanje pre svega HACCP standarda, ISO 22000 i ISO 9001 kojima se garantuje konstantan kvalitet prehrambenih proizvoda. To je i jedan od najvećih uslova za izvoz domaćih prehrambenih proizvoda. Pitanje je da li i proizvođači koji su opterećeni mnogobrojnim problemima mogu naći način da ispune ove standarde?

Srbiji je potrebno okrupnjavanje proizvodnje, podizanje produktivnosti i unapređenje kvaliteta proizvoda, kao i brendiranje vodećih lokalnih proizvoda koji će biti konkurentni sa stranim brendovima. Podsektori u kojima se u narednom periodu očekuju značajne investicije su proizvodnja voća, povrća, mesa, mleka, žitarica, pića, pečurki, začina, pekarska i konditorska industrija, skladištenje i preradni kapaciteti.

Takođe MSP iz agro sektora mogu prevazići ove probleme znatno brže i efikasnije umrežavanjem, tj. formiranjem klastera.

Razvoj klastera u Srbiji je počeo 2006. godine, a realizacija programa za podršku razvoja klastera je ostvarena 2007. godine (Program za razvoj poslovnih inkubatora i klastera u Republici Srbiji 2007-2010. godine) uz finansijsku podršku Vlade Kraljevine Norveške.

Do sada se naišlo na dosta prepreka u razvoju klastera u našoj zemlji, a to se, pre svega, objašnjava nedovoljnoj povezanosti članica unutar klastera, nedovoljnoj povezanosti klastera u zemlji i inostranstvu, kao i slabom razvoju i angažovanju menadžmenta klastera u stvaranju razvojnih strategija. Kako bi se nastale prepreke prebrodile i ostvarili rezultati u poslovanju klastera, neophodno je da se i država i privatni sektor više i ozbiljnije uključe u rad na poboljšanju klastera u zemlji.

Strategija klastera morala bi u Srbiji započeti s mapiranjem, kako bi se identifikovale lokalne i regionalne konkurentske prednosti. Mapiranje je instrument benchmarking-a industrija i sektora i identifikovanja industrijskih trendova. Klasteri su važno sredstvo za identifikovanje trendova i formulisanje industrijske politike.

U Srbiji su klasteri u poljoprivrednom sektoru formirani više u formi udruženja, na inicijativu preduzeća, mnogo više zbog boljeg pozicioniranja na tržištu, a manje zbog dobijanja državnih podsticaja. Od klastera u Agro sektoru u Srbiji najpoznatiji su:

BIPOM – Balkansko-crnomska industrija poljoprivrednih mašina

"Klaster BIPOM" je udruženje za unapređivanje konkurentnosti proizvođača poljoprivrednih mašina osnovano 2005. godine u Beogradu. U klasteru se nalaze preduzeća za proizvodnju poljoprivrednih mašina, fakulteti za mašinstvo i poljoprivredu iz Beograda, Fakultet tehničkih nauka iz Novog Sada, "TEHNIKUM TAURUNUM" Visoka inženjerska škola strukovnih studija, Beograd - Zemun, SŠ "Nikola Tesla" iz Boljevca i "LOLA - Institut" iz Beograda u čijem Naučno-tehnološkom parku je lociran razvojni centar Klastera. "Klaster BIPOM" osnovan je

uz podršku Privredne komore Srbije, a njegov rad finansijski i stručno podržava Ministarstvo za ekonomiju i regionalni razvoj . [5]

Slika 3. Klaster BIPOM

Број предузећа у кластеру:	30
Број научно-истраживачких и потпорних институција:	9
Број запослених:	1722
Укупан промет предузећа у кластеру:	32 М EUR

Glavni proizvodi klastera su poljoprivredne mašine, seme i sadnice (povrtarstvo, krmno bilje). [5] Najvažniji ciljevi osnivanja klastera su jačanje konkurentne prednosti članica i nastup na ino tržište, povećanje izvoza, inoviranje proizvodnje.

ŠUMADIJSKI CVET

Klaster proizvođača cveća - Šumadijski cvet je udruženje koje okuplja proizvođače cveća i prateće grane privrede osnovan je 2006. godine. Cilj klastera je da pruži podršku razvoju sektora cvečarstva u regionu Šumadije i Pomoravlja, kroz pronalaženje adekvatnog kanala za distribuciju proizvoda, zajedničku nabavku repromaterijala, edukaciju članova klastera o novim tehnologijama uzgajanja cveća i vrstama.

Slika 4. Klaster Šumadijski cvet

Број предузећа у кластеру:	134
Број научно-истраживачких и потпорних институција:	10
Број запослених:	780
Укупан промет предузећа у кластеру:	3.7 М EUR

AGROINDUSTRIJA

Klaster je osnovan 2010. godine, objedinjuje mrežu poljoprivrednih proizvođača i prerađivača primarnih poljoprivrednih proizvoda severne Bačke.

Slika 5. Klaster Agroindustrija

Број предузећа у кластеру:	18
Број научно-истраживачких и потпорних институција:	3
Број запослених:	209
Укупан промет предузећа у кластеру:	3.3 М EUR

Cilj osnivanja klastera je da se kroz zajedničke napore članova ostvari profitabilna, konkurentna i održiva konvencionalna i organska proizvodnja hrane, uz diverzifikaciju proizvodnje u pravcu proizvodnje energije iz obnovljivih izvora i/ili proizvodnja biorazgradivih materijala.

POLUX - Klaster proizvođača prehrambenih proizvoda Srbije

POLUX je udruženje proizvođača prehrambenih proizvoda Srbije osnovano marta 2010. godine sa sedištem u Kikindi. Udruženje okuplja članice koje po veličini spadaju u kategoriju malih i srednjih preduzeća i preduzetnika. Osnovni cilj udruživanja je povećanje konkurentnosti njenih članica, što čini kroz edukaciju članica, savete iz raznih oblasti, organizovanje grupnog uvođenja sistema kvaliteta (HACCP), organizovanje zajedničkih marketinških aktivnosti, pomoć u apliciranju za podsticajna sredstva. [6]

Slika 6. Klaster POLUX

Број предузећа у кластеру:	20
Број научно-истраживачких и потпорних институција:	7
Број запослених:	1099
Укупан промет предузећа у кластеру:	33.3 М EUR

Cilj klastera: podizanje efektivnosti poslovanja i efikasnosti razvoja članica, rast produktivnosti baziran na razmeni informacija i korišćenju zajedničkih resursa, kao i rast inovativnosti baziran na razmeni ideja i znanja.

AGRO START UP klaster

Osnovan 2009. godine od 10 međusobno povezanih subjekata, mreža preduzeća za proizvodnju i preradu poljoprivrednih proizvoda i zdrave hrane, kao i 3 potporne institucije zaduženih za podršku (istraživanje, inovacije, edukaciju, ambalaža, dizajn, marketing) rada i razvoja klastera. [4]

Klaster PEKOS

Osnovan 2008. godine kao mreža preduzeća za proizvodnju pekarskih proizvoda i obrazovnih institucija zaduženih za podršku (sirovine, transport, marketing, edukaciju) rada i razvoja klastera. Klaster ima za cilj pružanje podrške njegovim članicama u procesu jačanja konkurentnosti i ostvarivanju profitabilnog pozicioniranja na domaćem i inostranom tržištu. [4]

Klaster Pekos pripada grupi klastera u Srbiji nulte faze, odnosno, klasterima koji svojim dosadašnjim razvojem nemaju dovoljne mogućnosti za veći izvoz. Iz tog razloga je ovaj klaster i manje prioritetan državi za izdvajanje novčanih sredstava namenjenih planiranim projektima

U klaster su pored proizvođača i prodavaca pekarskih proizvoda uključene i tri istraživačko-obrazovne institucije, koje su do sada pružale podršku pri proizvodnji, kontroli i unapređenju kvaliteta pekarskih proizvoda. [4]

SERBIA ORGANICA

Nacionalno udruženje za razvoj organske proizvodnje osnovano u maju 2009. godine kao nezavisna, nevladina i neprofitna organizacija sa ciljem aktivnog učešća i podrške razvoju organske proizvodnje u Srbiji. „**Serbia Organica**” je krovna organizacija, koja udružuje celokupan sektor organske poljoprivrede na teritoriji Republike Srbije. Ciljevi udruženja su harmonizacija interesa celokupnog sektora organske poljoprivrede, razvoj lokalnog tržišta organskih proizvoda, povećanje izvoza organskih proizvoda, podrška fer i održivim aspektima ekonomskih sistema. [8]

FINANSIRANJE AGRO KLASTERA U SRBIJI

Udruženja i klasteri u poljoprivredi kod nas nisu na zadovoljavajućem nivou razvoja. Glavni problem je nedostatak svesti kod proizvođača o potrebama udruživanja rad ostvarivanja sinergijskih efekata u plasmanu proizvoda, inovativnijem načinu proizvodnje, boljoj organizaciji i sl. Čak i kod onog malog broja proizvođača koji su uvideli potrebu za udruživanjem, prepreke u vidu znanja, finansijskih sredstava su još uvek jake da bi se u razumnom roku implementirala klaster inicijativa.

Najveći problemi sa kojima se suočavaju su izvori finansiranja. Tri osnovna izvora finansiranja projekata u poljoprivredi u proteklom periodu su bili :

- EU fondovi (IPA komponente I i II)
- Bilateralna pomoć – zemlje članice EU preko svojih razvojnih agencija (GIZ, SIDA, ADA, Italian Cooperation) kao i ostale zemlje (SAD, Norveška, Japan)
- međunarodne organizacije putem donacija i povoljnih kredita (Svetska banka, UNDP, FAO, EBRD).

Vrste pomoći:

- tehnička (konsultantska) pomoć
- kupovina opreme, infrastrukturni projekti
- donacije (grantovi).

USAID Agrobiznis projekat pruža podršku zadrugama i asocijacijama proizvođača koji rade u šest sektora koji su u fokusu projekta: jagodasto voće; mlekarnstvo; voće; aromatično bilje, začini i pečurke; stočarstvo i povrće. Podrška je fokusirana na sveobuhvatno poboljšanje aktivnosti proizvođačkih organizacija kroz treninge i stručnu savetodavnu pomoć u sledećim oblastima: [9]

- Organizaciono planiranje i razvoj
- Razvoj dugoročnih strategija
- Poslovno planiranje i rukovođenje, budžetiranje za rast i godišnje izveštavanje
- Finansijski menadžment i računovodstvo
- Menadžment inventara i korišćenje novih informacionih tehnologija i rešenja
- Učenje o strukturi i ulozi proizvođačkih organizacija u EU
- Međunarodni standardi i sertifikacija

- Odgovarajuće pakovanje i obeležavanje proizvoda
- Skladištenje i distribucija
- Pristup novim tržištima
- Razvoj agrobiznisa i profesionalnih asocijacija

MSP u agro sektoru su takodje mogla da kod različitih komercijalnih banaka uzmu kredite različite ročnosti i namene, ali je za dobijanje tih kredita potrebno ispuniti brojne preduslove (posebno sredstva obezbeđenja kredita) koje većina manjih proizvođača ne uspevaju.

Od domaćih institucija koji su pomagali MSP su :

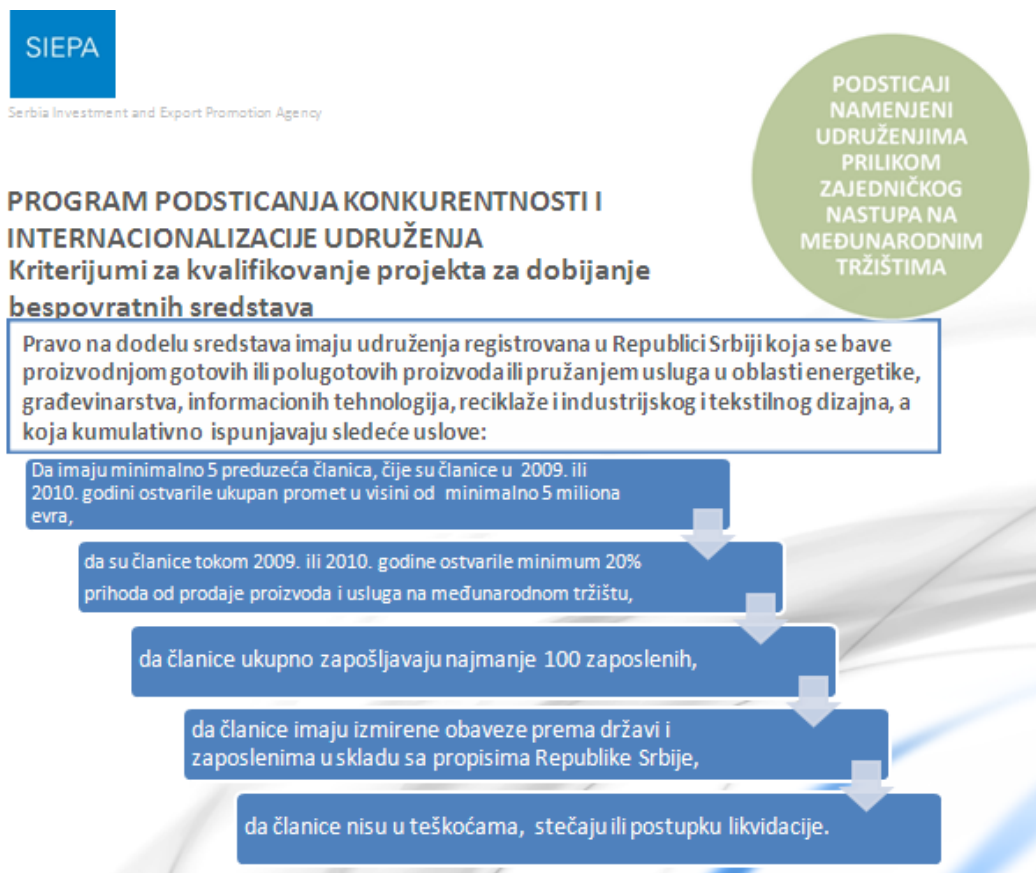
- NARR (Nacionalna agencija za regionalni razvoj) kroz projekte dodele bespovratnih sredstava do 50% opravdanih troškova u okviru Programa podrške razvoju konkurentnosti MSP i preduzetnika za sledeće aktivnosti: [7]
 1. Uređivanje poslovanja u skladu sa zahtevima međunarodnih standarda,
 2. Poboljšanje postojećih i razvoj novih tehnoloških procesa proizvoda i usluga,
 3. Edukacija menadžmenta i zaposlenih kroz specijalizovane obuke.

Za 2011. godinu ukupna raspoloživa sredstva iznosila su 60 mil. dinara, a MSP su mogla dobiti najmanje 50.000 najviše 500.000 din. U regionu Sandžaka i Raške odobreno je svega 2.060.000 din., što je 3.4% od ukupnih sredstava. Od toga je dodeljeno 900.000 din. MSP u agro sektoru uglavnom za prve dve aktivnosti.

- SIEPA (Agencija za investiranje i promociju izvoza), kroz programe podrške izvoza pojedinačnim MSP i udruženjima. Za 2011. godinu ta sredstva su bila namenjena za aktivnosti: [3]
 1. zajedničkog nastupa na ino sajmovima,
 2. učešća u organizovanim privrednim misijama na ino tržištima (B2B),
 3. otvaranje predstavništva na ino tržištima.

Prema vrednosti odobrenih sredstava koja SIEPA dodeljuje kroz ove programe sektoru poljoprivrede, proizvodnji hrane i pića je odobreno 22 %.

Slika 7. SIPA uslovi za dobijanje bespovratnih sredstava za udruženja 2011. godine



ZAKLJUČAK

U agro sektoru razvoj klastera u Srbiji bi stvorio mogućnost povećanja konkurentnosti ne samo ovog sektora, već i kompletne privrede Srbije.

Ono što bi trebalo odraditi u tom pravcu je:

1. Usklađivanje Zakonske regulative u agro sektoru sa EU regulativom;
2. Mapiranje regiona prema mogućnostima razvoja poljoprivrednih kultura i proizvoda i stvaranje jedinstvene baze podataka o poljoprivrednim gazdinstvima i MSP u agro sektoru.
3. Formiranje regionalnih razvojnih centara radi stvaranja mogućnosti za brendiranje proizvoda geografskog porekla.

Npr. Vojvodina u oblasti proizvodnje i prodaje žitarica, region Leskovca i juga Srbije u oblasti proizvodnje voća i povrća, Šumadija cveća, Pešterska visoravan ima ogromne šanse za razvoj organske proizvodnje u oblasti proizvodnje mesa i mesnih prerađevina, mleka, sira. Glavni problem u ovoj regiji je veliki broj malih proizvođača, koji pojedinačno ne mogu da ispune sve zahteve standarda i koji imaju ogromne probleme u proizvodnji, finansiranju, naplati svojih potraživanja. U Sjenici

je u septembru 2011. god. otvoren Regionalni centar za razvoj privrede i sela, koji ako saživi značajno će podići konkurentnost MSP iz ovog regiona. Takođe je u septembru osnovano Udruženje Pešter Food u Novom Pazaru, koje je u procesu registracije kod APR-a. Za sada broji 5 članica, uglavnom MSP iz oblasti prerade peciva, poslastičarskih i mesnatih proizvoda. Preduzeća su se udružila radi prevazilaženja problema poslovanja, naplate potraživanja i finansiranja, kao i da bi dobila različite grantove.

1. Podsticanje malih proizvođača na udruživanje kroz edukaciju o koristima od udruživanja, i uključivanje Univerziteta i drugih naučno istraživačkih institucija;
2. Formiranje tela na regionalnom nivou za izradu projekata razvoja poljoprivrede i prikupljanje finansijskih sredstava od Evropskih fondova;

Srbija svoje ogromno prirodno bogatstvo za razvoj poljoprivrede i poboljšanje svoje konkurentnosti na globalnom nivou može iskoristiti samo ako primeni adekvatne strategije razvoja agro sektora, po uzoru na strategije razvijenih zemalja u toj oblasti. A klasteri su najbolji način da se to i ostvari.

BIBLIOGRAFIJA

1. Ketels, C., Lindqvist, G. & Sölvell, Ö. (2006), *Cluster initiatives in developing and transition economies*. Stockholm: Center for Strategy and Competitiveness.
2. Design of cluster initiatives - An overview of policies and praxis in Europe, IRE subgroup 'Regional clustering and networking as innovation drivers' - http://www.europe-innova.eu/c/document_library/get_file?folderId=148901&name=DLFE-6122.pdf
3. SIEPA, Statistički pregled izvoza i uvoza 2010. god.
4. http://www.siepa.gov.rs/site/sr/home/1/podrska_izvozu/statistika/
5. Klasteri Srbije, www.klasteri.merr.gov.rs
6. BIPOM – Balkansko- crnomorska industrija poljoprivrednih mašina, www.bipom.org.rs
7. POLUKS Klaster proizvođača prehrambenih proizvoda Srbije, <http://www.klasterpolux.rs>
8. Nacionalna agencija za regionalni razvoj, www.narr.gov.rs
9. Nacionalno udruženje za razvoj organske proizvodnje SERBIA ORGANICA, <http://www.serbiaorganica.org>
10. USAID agro biznis projekat Srbija, <http://www.agrobiznis.net/serbian/39/organizacije-proizvodjaca>

RESUME

Production capacity of Serbia are great and its potential should be used for development of food products as it is done in developed countries. In order to successfully develop the economy, the government has together with development

and financial institutions, based on information from the market, implement a realistic and achievable development strategy. Serbia needs to enlarge its production, raise its productivity and improve product quality and brand leading local products in order to be competitive with foreign brands.

Cluster development of the agro sector in Serbia would not only increase the competitiveness of this sector, but also the Serbian economy as a whole.

The following steps should be done in this regard:

1. Harmonization of legislation in the agro sector with EU regulations;
2. Mapping of the regions according to the possibilities of development of agricultural crops and products and create a single database of farms and SMEs in the agro sector.
3. Formation of regional development centres in order to create opportunities for branding according to geographical origin.

For example, Vojvodina in the production and sale of grain, the region of Leskovac and southern Serbia in the production of fruits and vegetables, flowers from Shumadia, Pester has tremendous opportunities for the development of organic agriculture in the production of meat and meat products, milk and cheese. The main problem is that there are a large number of small producers, who alone cannot meet all the requirements and standards in agricultural production, financing and collection of receivables.

ULOGA EKOLOŠKOG OBRAZOVANJA U ZAŠTITI I UNAPREĐENJU ŽIVOTNE OKOLINE

Ibro Skenderović, doc. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
ibro.skenderovic@os-mpecanin.edu.me

Mustafa Fetić, doc. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
mustafafetic@gmail.com

Apstrakt

Ekološko obrazovanje je danas sastavni dio vaspitno-obrazovnog procesa. Savremeno društvo se već duži niz godina nalazi u stanju koje se označava kao krizno, a čini se da ni u bliskoj budućnosti izlazak iz krize nije vidljiv. Počelo se uveliko govoriti o ekološkoj krizi ili krizi životne sredine, u kojoj se savremeno društvo našlo, ili koja samo što nije nastupila. Ekološko obrazovanje je relativno skoro postalo dio naše nastave. Ideja da industrijski sistemi treba da podliježu nekoj vrsti kontrole životne sredine nije bila sastavni dio teorije ili prakse ekonomskog razvoja većim dijeloma XX vijeka. U XXI vijeku postalo je jasno da pitanja životne sredine i razvoja ne mogu biti odvojena. Tako je nastao koncept održivog razvoja, koji predstavlja razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjeg vremena, i omogućava budućim naraštajima da zadovolje svoje potrebe. Bez dobrog ekološkog obrazovanja nema ni zdrave životne okoline.

Sve države teže boljem ekološkom obrazovanju, dok politike ekonomskog razvoja se nijesu mnogo obazirale na životnu sredinu. U mnogim zemljama, koncept životne sredine je još noviji, dok SAD su 1970. godine osnovale svoju Agenciju za zaštitu životne sredine. Ekološko obrazovanje izučava se, zavisno od uzrasta, kao zaseban predmet ili nastavni sadržaj, gdje zastupljenost ekoloških sadržaja u nastavnim planovima i programima zavisi od toga koji obrazovni profil je u pitanju i kolika je njegova bliskost sa prirodnim naukama i ekologijom.

Ključne riječi: ekologija, ekološko obrazovanje, životna sredina, zaštita i unapređenje životne sredine, ekonomski razvoj

THE ROLE OF ENVIRONMENT EDUCATION IN PROTECTING AND IMPROVING THE ENVIRONMENT

Abstract

Environment education is an essential part of the educational process nowadays. The contemporary society has been facing a crisis for over a period of years, and the near future does not show much chance of ending it. The issue of ecological crisis is mentioned along with economic crisis, which the contemporary society faces, or is very close to facing it. Environment education has become incorporated into our teaching process just recently.

The idea that industrial systems should be under control of the environment was not a part of theory or practice during most of the XX century. However, XXI century clearly shows that issues of environment and development cannot be separated, therefore the idea of sustainable development has been developed in order to represent the sort of development needed to satisfy the needs of present times, and provide an idea for future generations to satisfy their own needs. Without a proper environmental education, a healthy environment will not exist as such.

Every country strives for a better environment education. However, the environmental issues have not been dealt with by the politics of economic development. In many countries, the concept of environment protection is much younger than it is in our country, while the USA have already developed its own agency for environment protection in the 1970s. Environment education is incorporated into the teaching process as an independent subject, depending on the age of students, including the extent to which ecological content is incorporated into the curriculum, taking into consideration the educational profile and the connection to science subjects and ecology.

Keywords: ecology, environment education, environment, protecting and improving the environment, economical development

JEL codes: Q58

UVOD

Naš savremeni život obilježen je tehničkim razvitkom. Cjelokupni život modernog čovjeka zavisi od tehnike i tehnologije. Ono o čemu su naši preci mogli samo da sanjaju, sve to nam je dostupno.

Međutim, svi smo više nego svjesni da moderni život nije isto što i kvalitetan, zdrav život. Imajući u vidu brzinu življenja koja sve više uzima maha i u našoj sredini, imajući u vidu da hrana koju jedemo čak i ako je odgajana i u našim baštama raste u više ne tako *prirodnoj* zemlji, i tretirana đubrivom i pesticidima – nije tako zdrava (a da ne računamo ono što dolazi sa velikih farmi i uzgajališta), da vazduh koji dišemo nije toliko čist – sve to doprinosi smanjenju kvaliteta života i životnih uslova čovjeka. Naravno, doprinosi i zagađenju životne okoline. Stoga svaki čovjek ponaosob ima odgovornost da vodi računa o tome kako utiče na svoju okolinu, kako živi svoj život i šta ostavlja u naslijeđe svojim potomcima.

Stoga se i pred sistemom vaspitanja i obrazovanja nalazi još jedna velika odgovornost, a samim tim i pred učiteljima, nastavnicima, profesorima – da nove mlade naraštaje vaspitaju i obrazuju tako da vode računa o sopstvenom životu i u smislu očuvanja životne okoline, za same sebe, za svoju porodicu i za budućnost. Uloga ekološkog obrazovanja u zaštiti i unapređenju životne sredine ogromna je.

Ekološko obrazovanje je danas sastavni dio vaspitno-obrazovnog procesa. Ekološko obrazovanje je relativno skoro postalo dio naše nastave. Izučava se, zavisno od uzrasta, kao zaseban predmet ili nastavni sadržaj u okviru aktivnosti u predškolskim ustanovama, ili predmetima poznavanje prirode i/ili društva, odnosno biologije, hemije, geografije i fizike, odnosno stručnim predmetima u srednjim školama. Status predmeta u srednjim školama kroz koje se izučavaju ekološki sadržaji zavisi prvenstveno od zanimanja za koje se učenici školuju na njima. Gimnazija spada u grupu opšte obrazovnih srednjih škola, tako da se u njima ekologija kao poseban

nastavni predmet ne pojavljuje, ali su ekološki sadržaji zastupljeni kroz nastavne predmete prirodnih nauka: hemije, biologije, fizike, geografije i po prirodi predmeta i predmetu svojih proučavanja na direktan ili indirektan način su veoma vezani za ekološke sadržaje. Nastavni programi predmeta prirodnih nauka u ovoj vrsti škola dobra su osnova za nastavak školovanja na visokoškolskim ustanovama. Srednje stručne škole u našem srednjoškolskom obrazovanju pokrivaju veliki broj područja rada, u svim područjima rada izučavaju se sadržaji iz ekologije. Zastupljenost ekoloških sadržaja u nastavnim planovima i programima zavisi od toga koji obrazovni profil je u pitanju i kolika je njegova bliskost sa prirodnim naukama i ekologijom.

Cilj nam je da u ovom radu uvidimo šta je ekološko obrazovanje i koja je njegova uloga u zaštiti i unapređenju životne okoline.

EKOLOGIJA

Ime *ekologija* potiče od grčkih riječi *oikos* - dom, i *logia* - nauka, izučavanje. Termin *ekologija* prvi put je upotrijebio njemački biolog Ernst Hekel 1866. godine. U laičkoj javnosti se ovaj termin često koristi kao sinonim za pojam zaštite okoline, ali on nije samo to.

„Predmet proučavanja **ekologije** je *odnos živih bića prema životnoj sredini, njihov međusobni odnos u životnoj sredini i uticaj životne sredine na njih.*” [9, str. 17]

U suštini, *ekologija je naučna disciplina koja proučava raspored i rasprostranjenost živih organizama i biološke interakcije između organizama i njihovog okruženja.* [9, str. 17] Ekologija je prirodna i interdisciplinarna nauka, koja gradi svoje temelje u biologiji, geografiji, geologiji, fizici, hemiji i matematici. U zadnje vrijeme, informatika igra veliku ulogu u sintezi i sabiranju ekoloških podataka.

Ekologija pokušava da pronađe odgovor i rješenje brojnim problemima okoline koji nas sve više okružuju. Nažalost, mnogi problemi današnjice su ljudskog porijekla. Dakle, ekologija se suočava sa problemima u okolini. Odgovori nisu uvijek evidentni ni jednostavni.

„Ekologija, koja se obično smatra granom biologije, opšta je nauka koja proučava živa bića (organizme). Organizmi mogu biti proučavani na mnogim različitim nivoima, od proteina i nukleinskih kiselina (u biohemiji i molekularnoj biologiji), do ćelija (u biologiji), jedinki (u botanici), i konačno na nivou populacije, zajednica i ekosistema, do biosfere kao cjeline; zadnje navedeni nivoi su glavni predmeti ekoloških istraživanja.” [9, str. 17]

Ekologija je multidisciplinarna nauka. Zbog usredsređenosti na više nivoe organizacije života i na međuodnos organizama i njihove okoline, ekologija ima snažan uticaj na mnoge druge naučne grane, pogotovo na geologiju i geografiju, zatim meteorologiju, pedologiju, hemiju i fiziku. Zato se za ekologiju kaže da je holistička nauka i da objedinjuje tradicionalne nauke koje, na taj način, postaju njene discipline i sve zajedno omogućavaju dalji razvoj ekologije.

Do sredine 20. vijeka ekologija je bila periferna nauka, međutim danas je postala sinteza svih naučnih disciplina koje proučavaju vezu između živih bića i životne sredine. Postoji veći broj grana ekologije, a neke od njih su: *autoekologija*,

demekologija, sinekologija, humana ekologija, socijalna ekologija, urbana ekologija i dr.

EKOLOŠKO OBRAZOVANJE

Postoji velika međunarodna zainteresovanost da se rješavanju problema čovjekove okoline pristupi ozbiljno. Zato se s pravom smatra da je obrazovanje najveća snaga koja može dovesti do promjena i poboljšanja u ovoj oblasti. Kako je obrazovanje o životnoj okolini na bilo koji od načina namijenjeno za sve i svakoga, veliki broj pojedinaca i ustanova se tokom vremena pridružio ovom procesu. Složenost i komplikovanost učinjenih poduhvata, zahtijevala je prethodno formirane i prihvaćene jasne definicije o tome šta je *ekološko obrazovanje*, odnosno obrazovanje iz oblasti ekologije i zaštite životne sredine.

Sedamdesetih godina prošlog vijeka IUCN izvodi sledeću definiciju: „Ekološko obrazovanje je proces prepoznavanja vrijednosti i tumačenja predstava u pogledu na razvoj sposobnosti i stavova, koji su potrebni da bi se odnos čovjeka prema njegovoj kulturi i prirodnom svijetu razumio i cijenio” [6, str. 6]. Govori se o novim načinima razmišljanja, vrijednosnim orijentacijama, oblicima djelovanja u odnosu prema okolini.

„Obrazovni i vaspitni elementi često se prožimaju u jednakoj mjeri.” [1, str. 56] Stevanović i Radović ističu da „obrazovanje o čovjekovoj sredini, koristi metode i sadržinu naučne discipline ekologije, kao osnovne discipline. Ovaj vid obrazovanja kao proces treba da učini razumljivom dinamičku interakciju ljudskih djelatnosti i prirodnih resursa, da posluži kao osnova za bolje upravljanje tim resursima i bolje planiranje za budućnost.” [7, str. 64] U školskoj terminologiji najčešće se koristi pojam *ekološko obrazovanje*.

Pojam *ekološko obrazovanje* označava personalnu cjelovitost, kao i sve ono što svaka osoba treba da usvoji. Ovim pojmom naglašavaju se procesi koji vode odgovornosti prema okolini koja se shvata kao čovjekov partner, sa tendencijom promjene stavova, samospoznajom i razvojem ekološke svijesti. „Pojam *ekološko vaspitanje* težište stavlja na promjenu spoljašnjeg ponašanja. Ekološko obrazovanje i vaspitanje teže osvešćenju osobe, tj. razvijenijoj formi promjene njene svijesti, uz adekvatno ekološko ponašanje.” [1, str. 88]

U svijetu je zastupljen koncept da obrazovanje o čovjekovoj okolini treba da bude proces koji traje tokom čitavog života. Ono treba da obuhvati školske nastavne planove i programe već od dječjih vrtića u vrijeme kada dijete izuzetno dobro prima tu vrstu materije i to na način da se shvatanje okoline prikazuje logičkim redom. *Program treba da bude kontinualan i progresivan*, tako da se znanje stečeno u jednom razredu, odnosno nivou proširuje u sledećem. *Program takođe treba da bude interdisciplinarnog karaktera* tj. da povezuje one predmete koji su u vezi sa obrazovanjem o čovjekovoj sredini, uključujući i prirodne i društvene nauke, da bi se pravilno razvilo cjelokupno znanje radi shvatanja i rješavanja problema resursa. Potrebno je da program omogući učenicima da prouče neke lokalne resurse u prirodnim uslovima, što će im pružiti iskustvo u radu koje se ne može dovoljno postići radom u učionici. Tokom realizacije školskog programa učenik treba da igra

aktivnu ulogu u procesu učenja u smislu izgrađivanja sopstvenog stava kroz aktiviranje misaonih procesa i lično iskustvo, a ne samo putem predavanja ili unapred obrađenih zaključaka.

Cjelokupan obrazovno-vaspitni proces iz oblasti ekologije i zaštite životne okoline u reformisanoj školi, usmjerava se prema definisanim ciljevima iz ove obrazovne oblasti i ima tendenciju odvijanja u formi interaktivnog učenja koje podrazumijeva aktivnu participaciju učenika u tom procesu. Samopoučavanje i učenje na ekološkom planu shvata se kao proces interakcije učenika sa životnom okolinom, u kojem učenik otkriva posljedice narušavanja životne okoline sa smislom i razumijevanjem.

Pojedini autori razmatraju tri *metodička pristupa* u okviru ekološkog obrazovanja i vaspitanja. „Prvi metodički pristup je vezan za nastavu i ima više obrazovni i informativni karakter. Drugi metodički pristup se odnosi na vannastavne i vanškolske aktivnosti, dok se u okviru trećeg metodičkog pristupa škola posmatra kao kontekst, kao socijalni i ekološki ambijent, gde je naglasak na ekološkoj socijalizaciji, na izgradnji ekoloških umijenja i ponašanja.” [1, str. 88]

Istina je, da je ekološko obrazovanje i vaspitanje moguće i poželjno usvajati i kroz vanškolske aktivnosti učenika. Međutim, u školi kao instituciji, a prije svega u osnovnoj školi, stižu se osnovna, prva, početna, odnosno elementarna znanja, umijenja i navike. „Pedagoška odgovornost osnovne škole je naglašenija, jer je ona svojevrsno predvorje života kroz koje prolaze svi, bez obzira kakvi će im biti kasnije životni putevi.” [1, str. 88]

Dok osnovna škola predstavlja temelj za dalje opšte i profesionalno obrazovanje, u drugim školama na srednjem, višem i visokom nivou, ona kroz nastavu na najsystematičniji i najorganizovaniji način ostvaruje zadatke osnovnog vaspitanja i obrazovanja i u oblasti ekologije i zaštite životne okoline. „Ekološko obrazovanje postaje nastavni princip i ističe se kao vodeća smjernica u nastavi osnovne škole, njenom nastavnom planu i programu. Ova oblast osim biologije obuhvata i ostale nastavne predmete, u kojima se obrađuju specifične teme, sadržajno i metodički.” [1, str. 89]

Dakle, ekološko vaspitanje i obrazovanje za zaštitu okoline mora biti shvaćeno kao grana nauke koja može stimulisati mlade umove oko stvarnih životnih tema. Učenici se moraju suočiti sa rastućim problemima svijeta i njihovo ekološko obrazovanje mora početi u osnovnoj školi i nastaviti se u srednjoj školi. Trebalo bi da i svi studenti, ma šta studirali, steknu određena znanja iz osnovnih načela i principa ekologije, o održivosti u poljoprivredi i šumarstvu i slično. „To bi bila osnova za osposobljavanje mladih naraštaja, kako bi u konkretnim situacijama razlikovali razvoj od rasta, bolesno i zdravo i sl. To bi bila osnova za ono što se može nazvati *ekološki orijentisana inteligencija*.” [6, str. 9]

Obrazovanje je rezultat procesa sticanja znanja, sposobnosti i vještina.

Obrazovanje za zaštitu životne sredine, sa univerzalnim vrijednostima i znanjima, može postati sistem globalnog karaktera. Uključivanje ekološke problematike u osnovne naučne procese današnjice ključan je zahtjev obrazovanja za okolinu. Proces obrazovanja je proces sticanja znanja na institucionalnom i vaninstitucionalnom nivou.

Svijet u kojem živimo zahtijeva i od učenika da veoma rano počnu razmišljati o njemu. Količina znanja, odnosno informacija kojom pojedini učenici trebaju raspolagati znatno se povećala posljednjih sto godina, ali je isto tako dostupnost tih znanja znatno veća nego prije. „Učenicima treba ukazati da je cijeli svemir mreža uzajamno povezanih procesa/energija tako da svaka čovjekova akcija ima reakciju/rezultat u svemiru/ postojanju. Koncentrisanjem na takvo poimanje stvari, od učenika se zahtijeva da shvate da su i oni odgovorni za svijet u kojem žive. Svijest o pripadnosti svijetu/svemiru kao sistemu ima za posljedicu osjećaj odgovornosti i osjećaj pripadnosti istom. Takav pogled na svijet, kod učenika, moguće je ostvariti boljom komunikacijom sa edukatorima, dostupnošću informacijama, te ponudom raznovrsnih programa koji će učenicima omogućavati da sudjeluju u rješavanju ključnih problema kao i da se kreativno izraze, itd.” [6, str. 11]

ULOGA EKOLOŠKOG OBRAZOVANJA U ZAŠTITI I UNAPREĐENJU ŽIVOTNE OKOLINE

Uloga ekološkog obrazovanja u zaštiti i unapređenju životne sredine je višestruka i kompleksna. Na prvom mjestu svakako je sticanje savremenih znanja, vještina i stavova o ekološkim osobenostima, procesima i zakonima u životnoj okolini. Naime, ljudske djelatnosti mijenjaju prirodnu sredinu. Prirodnu okolinu u velikoj mjeri ugrožavaju industrijski otpad, prevozna sredstva, proizvodnja energije i poljoprivreda. Hemijska i metalurška industrija izbacuju dim i gasove. Intenzivni promet automobila i otrovni gasovi koji nastaju usled sagorijevanja goriva zagađuju atmosferu. Dim iz nuklearnih centrala i ugljena uništavaju atmosferu takođe. Upotreba đubriva i otrovnih pesticida u poljoprivredi zagađuje rijeke i podzemne vode. Osim tla, vazduha i vode, čovjekovim djelovanjem biva ugrožen i biljni i životinjski svijet i čovjek.

Saznanja o zagađenju i o načinima da se zagađenje smanji ili izbjegne su predmet ekološkog obrazovanja. Ukoliko se učenici upoznaju sa znanjima, vještinama i stavovima o ekološkim osobenostima, procesima i zakonima u životnoj okolini, o zagađenju i načinima sprječavanja zagađenja - biće sposobni da i sami usvoje principe ekološkog razmišljanja i ponašanja, te da budu ekološki informisani i obučeni da postupaju pravilno. Novi naraštaji moraju biti usmjereni na obnovljivi razvoj - većini stanovništva omogućiti bolji život, a pritom sačuvati planetu od preteranog iskorišćavanja.

Iz toga proizilazi i druga uloga ekološkog (eko-obrazovanja) obrazovanja u zaštiti i unapređenju životne okoline - upoznavanje o djelovanju čovjeka na životnu sredinu u različitim formama i dimenzijama. Dakle, kao što smo istakli, samo sa sviješću i znanjem o uticaju čovjeka na život učenici mogu prihvatiti odgovornost za sopstveni odnos prema živom svijetu.

Zatim slijedi razumijevanje savremenih težnji i mogućnosti nauke, tehnologije, društvenih nauka i umjetnosti za cjelovitu zaštitu i unapređenje životne okoline. Osim toga, ekološko obrazovanje uči i navikava učenika održavanju lične higijene,

higijene i estetskog uređenja škole, kao i navikavanju na pravilan odnos prema cjelokupnoj okolini.

Osnovno načelo eko-obrazovanja i vaspitanja izraženo je u zahtjevu da ekološko obrazovanje ne bude samo informisanje o eko-činjenicama, da znanja koja učenici stiču budu samo na nivou obaviještenosti, već da čitav život u obrazovnim ustanovama bude u vezi sa ekološkim zahtjevima. Znači, zahtijevaju se i aktivnosti ili akcioni programi. Učenici moraju biti uvjereni u ono što uče, i zainteresovani za ono što uče, a to se obezbjeđuje primjenljivošću u praksi. Ukoliko nema emocionalno-voljnih komponenata, znanja bez uvjerenja i praktične djelatnosti ne znače mnogo. To se ne može postići ukoliko se od učenika traži da samo nauče gradivo, usvoje znanja. Vještine i ekološko ponašanje se mogu uvežbavati na različite načine - istraživačkim radom učenika, organizovanjem ekoloških takmičenja u odjeljenju, izvođenjem učenika van učionice - mogućnosti su zaista neograničene. I najbolje je početi što ranije, a same učenike što više uključiti u taj proces.

Kao što smo već istakli, ekološko obrazovanje i formiranje ekološkog načina mišljenja započinje u najranijoj mladosti, pa je, otuda veoma značajna uloga obrazovno-vaspitnih organizacija na svim nivoima sticanja znanja (osnovno-školsko, srednje i visokoškolsko). Zato primarni zadatak vaspitanja i obrazovanja jeste sticanje znanja, kako bi generacijama koje stasavaju i koje su u punoj aktivnosti na rješavanju problema čovjekove sredine imali sistematizovana znanja o savremenim problemima čovjekove okoline, o karakteru i suštini opasnosti ugrožene okoline; o načinu otklanjanja negativnih posledica narušene ekološke ravnoteže i dr. Da bi se moglo od učenika očekivati i zahtijevati ekološko ponašanje, potrebno ga je prethodno obrazovati, što se može jedino uvođenjem ekoloških sadržaja u sve nivoe obrazovnog sistema vaspitanja i obrazovanja. „Stoga ne treba situaciju prepuštati slučaju, već se pitanju organizovane nastave, sa tematikom iz ekologije, mora prići veoma ozbiljno i efikasno, naravno kroz inoviranje postojećih nastavnih planova i programa i uvođenjem regularnih ekoloških sadržaja kao posebnih predmeta i u okviru drugih predmeta.” [6, str. 11]

Veoma je važno kako pojedinac vidi doprinos pojedinih faktora u ostvarivanju ciljeva i zadataka koji se postavljaju kao zahtjevi i potrebe očuvanja zdrave i kvalitetne životne sredine.

Činioci ekološkog vaspitanja mogu biti: [6, str. 11]

- spoljašnji ili sredinski i
- unutrašnji ili činioci ličnosti.

Činioce ličnosti je moguće svrstati u dvije grupe: [6, str. 11]

činioci koji se mogu podvesti pod pojam motivacije (koliko usvajaju ekološku orijentaciju kao vrijednost, koliko su zadovoljni stanjem životne sredine);

činioci koji se mogu podvesti pod pojam kompetencije (šta znaju, o čemu su informisani i kakvo im je iskustvo).

„Posebno su interesantni faktori koji su u vezi sa postignućem u eko-vaspitanju i obrazovanju u formiranju ekološke svijesti i kulture učenika, a to su: porodica, dječji vrtić, škola, fakultet, kasarna, preduzeće, društvene organizacije i dr.” [9, str. 18]

Porodica je značajan faktor vaspitanja mladih, koja u načelu djeluje pozitivno i u smislu razvoja ekoloških vrijednosti svojih članova. U njoj se izgrađuje formalistički

odnos u ostvarivanju brige o neposrednoj okolini. Porodica je najuža socijalna grupa koja ostvaruje opšte stanje o egzistenciji i drugim važnim potrebama ličnosti. Osnovni metod djelovanja u porodici je lični primjer, gdje djeca uče spontano. Takvi uticaji na mlađe članove porodice su trajnijeg karaktera. Stoga je intencija da ekološko obrazovanje bude što masovnije i opravdanije. Naime, ako članovi porodice služe kao primer ostalim članovima svoje porodice (a neosporno je tako), onda se učenici moraju edukovati da budu dobar primjer u budućnosti i sopstvenoj djeci, jer činjenica da je ekološko obrazovanje novijeg datuma i da među starijim ljudima generalno gledavši nivo ekološke svijesti nije na visokom nivou. Samim tim se ekološkim obrazovanjem direktno „ulaže” u budućnost.

Vršnjačka grupa, je uz porodicu, značajan faktor društvene svijesti mladih. Ona u nekim uticajima nadmašuje porodicu i školu, posebno na srednjoškolskom uzrastu. Vršnjaci su potencijalno bliski jedan drugome. Oni imaju istovetne stavove u ocjeni društvenog položaja njihove generacije. Potrebno je sagledati vrijednosti svijeta mladih, njihove potrebe i načine na koje gledaju na probleme ugrožavanja životne sredine, kako bi se oni angažovali na zaštiti i unapređivanju zaštite životne sredine. U tom smislu, neophodno je da se sama nastava eko-obrazovanja osavremeni i učini što interesantnijom učenicima. Budući da učenici često u svojim drugovima i drugaricama vide najviše prijatelje i idole, nastavu treba prilagoditi i osavremeniti njihovim interesovanjima. Tako se na primjer u nastavu eko-obrazovanja može uvesti i internet, budući da većina naših učenika koristi društvene mreže i internet gotovo svakodnevno. Ukoliko je nastavnik inventivan, može napraviti grupu na nekoj od društvenih mreža u okviru koje bi smišljao aktivnosti za svoje učenike, bio u mogućnosti da im prikazuje različite snimke, fotografije i druge internet sadržaje na ovu temu. Takođe, na internetu se može povezati sa velikim organizacijama za zaštitu životne sredine, postoje i video-igrice sa takvim sadržajima i sl. To naravno zahtijeva od nastavnika da i sam bude tehnološki pismen, ali bi se na taj način približio svojim učenicima i njima kao vršnjačkoj grupi ponudio interesantnije izazove.

„Ekološko obrazovanje zahtijeva različite izvore znanja. Koji izvor znanja će biti favorizovan zavisi od nastavnika koji rukovodi vaspitno-obrazovnim procesom.” [9, str. 19]

Izdvajamo sledeće izvore znanja:

Neposredna stvarnost [6, str. 13] – podrazumijeva konkretnu životnu sredinu u kojoj učenik egzistira. To je porodični dom, obdanište, škola, fakultet, kasarna, šira urbana ili ruralna sredina. Ona igra važnu ulogu u formiranju ekološke svijesti, mada je u mnogome prepuna neekološkog, ali su znanja usvojena posredstvom nje najkvalitetnija;

Tekstualni materijali [9, str. 19] – školski udžbenici, beletristička izdanja, pripovjetke, romani i sl. Školski udžbenici su osnovni izvor, ali su u ekološko-vaspitnom pogledu nedovoljno usklađeni sa programima rada, ekološki sadržaji u njima su nedovoljno i nefunkcionalno zastupljeni;

Nastavna sredstva i objekti [9, str. 19] – modeli, preparati, makete, slike, crteži, tabele, grafikoni, fotografije, dijapozitivi, video kasete i dr. Oni zamenjuju neposrednu stvarnost;

Nastavnik se pojavljuje kao bitan činilac u realizaciji ciljeva i zadataka ekološkog obrazovanja: vrši izbor nastavnih sadržaja, procjenjuje ekološke aspekte gradiva, organizuje i vodi proces usvajanja znanja, formiranja stavova i navika učenika, organizuje i izvodi nastavne aktivnosti i neposredno svojim postupcima djeluje na ličnost učenika. Sam nastavnik mora biti primjer onoga o čemu govori učenicima, ukoliko nije tako, njegova priča je uzaludna.

Štampa, televizija, radio i druga sredstva masovnog obavještanja angažuju se na polju informisanja, aktiviranja građana u zaštiti životne sredine. Na taj način ostvaruje se neformalno ekološko obrazovanje i vaspitanje. Pomenuli smo neke od mogućnosti upotrebe kompjutera, interneta i društvenih mreža, ali mogućnosti su zaista neograničene. Isto je i sa televizijom i štampom. Takođe, učenici se mogu motivisati i organizovati da i sami stvaraju iste - na primer časopis o zaštiti životne sredine koji bi bilježio aktivnosti učenika date škole ili grada na tu temu kao i najnovije vijesti iz ovih oblasti - o zagađenju, inovacijama tehnike i tehnologije, novim izumima koji su unaprijeđeni tako da odgovaraju eko-standardima; ili čak snimanje filma o ugroženosti životne sredine. Bilježenje kamerom onoga što se zbiva u neposrednoj životnoj okolini i sl. Može se čak i fotografisati ono što je simbol ljudskog nemara i nebrige ili s druge strane najlepša dvorišta, bašte - kao domaći zadatak.

„Ekološki sadržaji treba da obezbijede da učenici u osnovnoj školi upoznaju: osnovne pojmove (pojam poremećenosti ekološke ravnoteže, pojam degradacije čovjekove sredine i dr.); da steknu znanja o negativnom dejstvu zagađenog vazduha, zemljišta, vode, o načinu sprječavanja i zaštiti od svih negativnih uticaja.” [9, str. 20]

Škola je osnovni faktor vaspitanja i eko-obrazovanja. Sa utvrđenim programskim sadržajima i oblicima škola pruža najveće mogućnosti u izgrađivanju svijesti učenika. Ona pruža značajne mogućnosti za sticanje određenih znanja, ali i za izgrađivanje određenih navika, za razvoj ekološke svijesti razvijanjem ljubavi i odgovornog odnosa prema porodici.

U osnovi, naš obrazovni sistem podrazumijeva kontinuirani vaspitno-obrazovni proces, koji se sprovodi regularno u ustanovama namijenjenih za tu vrstu djelatnosti. Iako vaspitanje i obrazovanje mladih za zaštitu životne sredine ima svoje polazište u porodičnom vaspitanju, škola u tom cilju postaje nezamenljiva.

Kolika će se važnost dati ekološkim sadržajima i da li će se vršiti korelacija između nastavnih predmeta u samom nastavnom procesu i sa iskustvima i znanjima učenika, u značajnoj mjeri zavisi i od afiniteta i obučenosti nastavnika. Zato se velika pažnja mora posvetiti stalnom stručnom osposobljavanju nastavnika kroz dodatne obuke i seminare.

Značajno je koliko i sama škola kao institucija uključuje ozbiljno u aktivnosti koje se organizuju na nivou lokalne sredine i da li postoji takva vrsta saradnje.

Savremena ekološka situacija je pokazala da fond znanja iz ekologije nije na potrebnom nivou. Ta znanja sama po sebi ne znače ništa, ali zato imaju ogroman obrazovno-vaspitni potencijal.

„Promjene u dinamici znanja tokom vremena dovode do sve bržih promjena i razvoja različitih koncepcija naučno-tehnološkog progressa. U dosadašnjem razvoju društva i naučno-tehnološkog progressa, primjena znanja na različita područja ljudske

djelatnosti dovela su do revolucionarnih promjena. Razlikuju se četiri koncepcije u razvoju društva, počev od poljoprivrednog, preko industrijskog do informatičkog i društva znanja. Znanje, kreativnost i vještina predstavljaju “trojstvo” jedne profesije. Ako struka nije elementarno zasnovana na rezultatima nauke, ne uvažava potrebe njenog postojanja i potrebe primjene rezultata naučno-istraživačkog rada u praksi, ona će stagnirati i uvijek biti struka prošlosti.” [9, str. 21]

Otuda svaka država treba da afirmiše naučnu misao i vrednuje je kao najviše nacionalno dobro, a naša zemlja za to posjeduje kreativne predispozicije, naučni potencijal, materijalnu bazu i ostale naučno-stručne osnove.

Polazeći od činjenice da oblast zaštite životne sredine, sa pozicije savremenog poimanja te pojave, predstavlja jedan od osnovnih postulata nacionalnog interesa zemlje, upućuje, da jedino temeljna promjena odnosa čovjeka prema okolini obezbjeđuje dalji napredak ljudskog društva. U tom smislu ključnu ulogu ima vaspitanje i obrazovanje za zaštitu životne sredine. Strategija vaspitanja i obrazovanja za zaštitu okoline treba da obezbijedi: shvatanje da obrazovanje za zaštitu životne sredine traje cijeli život stvori osjećaj odgovornosti za stanje okoline počev od lokalne samouprave do samog vrha, da preduzme odgovarajuće pravne mjere, osigura svima tačne i potpune informacije, ističe načela održivog razvoja, razvija partnerstvo svih relevantnih učesnika i koristi sve raspoložive resurse i istražuje najoptimalnije metode u vaspitanju i obrazovanju za zaštitu životne sredine i primjenjuje ih. To je naša odgovornost, kao ljudi i kao nastavnika.

Možemo konstatovati da i pored toga što ekologija kao poseban nastavni predmet nije zastupljen u sistemu obaveznog obrazovanja, postoji kontinuitet u izučavanju ekoloških sadržaja od predškolskog uzrasta do kraja osnovnog obrazovanja i vaspitanja. Koliko će ekološki sadržaji biti zastupljeni u izbornim, slobodnim i fakultativnim aktivnostima zavisi dosta i od afiniteta i zainteresovanosti pojedinih nastavnika, kao i škole u cjelini. Stoga svi moramo biti odgovorni pred sobom i pred mladim naraštajima kojima trebamo da smo uzor.

ZAKLJUČAK

Uloga ekološkog vaspitanja u zaštiti i unapređenju životne okoline je ogromna. Naime, bez ekološkog vaspitanja nemoguće je štititi i unapređivati životnu sredinu. Svijest o potrebi zaštite i unapređenja životne okoline se stiče najviše u školi, ili makar bi tako trebalo da bude. Porodica takođe utiče na individuu, ali se u porodici ponašanje, znanja i stavovi uče nesvesno, kroz primjer. U porodici se mogu steći neke navike, ali se sistematična znanja o ekologiji i potrebi zaštite i unapređenja životne sredine ne mogu naučiti. Isto tako je sa vršnjačkim grupama. Činjenica je da se mladi rado ugledaju jedni na druge, a tu je zatim i tzv. psihologija mase - no tim mladim ljudima prvo treba usaditi znanja i vještine - na način njima prihvatljiv i interesantan, tako da oni sami među sobom popularišu pozitivne ideje i adekvatan odnos prema životnoj okolini. Znači, najveća je odgovornost na školi odnosno na ekološkom obrazovanju.

Ekološko obrazovanje treba da učenicima ponudi znanja o ekologiji, o zagađenju, o neophodnosti zaštite i unapređenja životne sredine. Osim toga, ekološko

obrazovanje treba učenike da privoli odnosno i misaono i emotivno angažuje njihovu svijest o trenutnom stanju, o tome šta pojedinac može i treba da uradi da bi životnu okolinu unaprijedio i zaštitio. To može tek kad izađe iz okvira tradicionalne predavačke nastave. Moraju se smišljati aktivnosti koje će na najbolji način motivisati učenike da ostvare zadate ciljeve.

No, to se može postići samo ukoliko je i sam nastavnik motivisan da u okviru svog predmeta (ukoliko nije nastavnik Ekologije) na najbolji način edukuje svoje učenike i naravno, ukoliko on sam nije pozitivan model svojim učenicima.

Na ostvarivanju uloga ekološkog vaspitanja treba raditi i sama Škola, svaka institucija i cjelokupno društvo, jer jedino na taj način, dugoročno gledano, naša planeta ima šanse

BIBLIOGRAFIJA

1. Andevski, M. (2001): *Ekološko vaspitanje – Ekološko obrazovanje – Pedagogija partnerstva sa prirodom*, Zbornik katedre za pedagogiju, Filozofski fakultet, Novi Sad.
2. Andevski, M., Kundačina, M. (2004): *Ekološko obrazovanje*, Učiteljski fakultet, Užice.
3. Blum, B. (1970): *Taksonomija ili klasifikacija obrazovnih i odgojnih ciljeva*, knjiga I, Kognitivno područje, Jugoslovenski zavod za proučavanje školskih i prosvetnih pitanja, Beograd.
4. Miljanović, T. (2001): *Efikasnost aktivnog učenja biologije u odnosu na tradicionalnu nastavu*, *Nastava i vaspitanje*, 3–4: 347–355.
5. Miljanović, T. (2002): *Odnos učenika prema aktivnoj nastavi biologije*, *Nastava i vaspitanje*, 3: 155–165.
6. Mrmak I. (1979): *Uticaj škole na razvoj životne sredine*, *Prosvetni pregled* 40, Beograd.
7. Stevanović, B., Radović, I. (2003): *Suština i značaj ekoloških postavki kao polazišta u vaspitanju i ukupnom obrazovanju – tradicija i perspektive*. U: *Obrazovanje o životnoj sredini u reformisanoj školi i društvu – Zbornik sa nacionalnog savetovanja*, str. 44–54, Ekolibri, Beograd.
8. Cvetković, D., Lakušić, D., Matić, G., Korać, A., Jovanović, S. (2005): *Biologija za IV razred gimnazije prirodno-matematičkog smera*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd.
9. Žderić M. (1983): *Škola i životna sredina*; Misao, Novi Sad.
10. <http://sr.wikipedia.org/wiki/Srbija>.

RESUME

Environment education is an essential part of the educational process nowadays. The contemporary society has been facing a crisis for over a period of years, and the near future does not show much chance of ending it. The issue of ecological crisis is mentioned along with economic crisis, which the contemporary society faces, or is very close to facing it. Environment education has become incorporated into our teaching process just recently.

The role of environmental education in the protection and improvement of the environment is enormous. In fact, without environmental education it is impossible to protect and improve the environment. Awareness of the need to protect and improve the environment is acquired mostly in school. Family also affects the individual, where an individual learns unconsciously by example of other family members. Through the family someone can acquire a habit, but systematic knowledge of the ecology and the need for protection and improvement of the environment cannot be taught there. The same applies to individuals of the same age. The fact is that young people try to imitate each other, therefore it is necessary to give them knowledge about the environment in order to popularise the idea of positive and appropriate attitude towards the environment. This is the biggest responsibility of the school to offer adequate environmental education.

ANALIZA MAŠINSKOG PREVOĐENJA

Marija Vuković, MSc

Fakultet za saobraćaj, komunikacije i logistiku
Berane, Crna Gora
mariavukov@gmail.com

Jelena Lekić, doc. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
jelenaklekic@gmail.com

Apstrakt

U doba informacionih tehnologija, kada je svet zakoračio krupnim koracima u elektronske komunikacije, kada se svakodnevni razgovori zamenjuju elektronskom poštom i životne navike postaju nezamislive bez kompjutera, tada se menja i način obavljanja svih poslova pa i način na koji se prevode tekstovi. U novo doba svi su postali prevodioci i svi se smatraju dovoljno stručnim da se bave procesom prevođenja. Laka dostupnost mašinskog (kompjuterskog) prevođenja je svela ovaj proces na nivo kopi-pejst. U ovom radu bavićemo se analizom mašinskog prevođenja Andrićeve pripovedke „Deca“. Koristićemo Gugl prevodilac program za mašinsko prevođenje teksta koji je najdostupniji i najčešće se koristi jer je besplatan. Zbog ograničenosti dužine rada analiziraćemo samo jedan od velikog broja nedostataka koji se javljaju kod ovakvog prevođenja, a sve to u cilju da pokažemo da ipak neke stvari još uvek ne možemo prepustiti mašinama, da je čovek taj koji na kvalitetniji način uspeva da se uhvati u koštac sa ne baš lakim izazovom prevođenja jednog književnog dela.

Ključne riječi: prevod, načini prevođenja, analiza, proces prevođenja

ANALYSING MACHINE TRANSLATION

Abstract

In the era of information technology, when the world has been striving towards electronic communication, when everyday conversations are replaced by e-mail, and habits become unthinkable without the computer, then the manner of performing all the tasks changes and the way in which texts are translated. In the new age all are translators, and think they are professional enough to deal with the process of translation. The easy availability of machine (computer) translation has reduced it to the level of "copy-paste". This paper will analyse machine translation of Andric's short story "Kids". We will use Google translate software for machine translation of texts, because it is the most accessible and most commonly used as it is free. Due to the limited length of this paper, we will only analyse one of a large number of disadvantages that can occur in such a translation, in order to show that though some things still cannot be left to machines, and that man is better able to tackle the not so easy challenge of translating a literary work.

Keywords: translation, types of translations, analysis, translation process

JEL codes: Z10

UVODNA RAZMATRANJA

Ljudi međusobno komuniciraju na razne načine i raznim sredstvima. Jedno od najvažnijih sredstava komunikacije među ljudima je jezik. Da bi komunikacija bila uspešna, učesnici se moraju međusobno razumeti, to jest treba da na isti način interpretiraju ono što žele reći. U tom smislu možemo reći da je prevođenje oblik komunikacije među ljudima, jer je glavna svrha prevođenja razumevanje poruke.

Prevođenje je termin koji se koristi da izrazi oblik delatnosti pretvaranja neke poruke sa jednog jezika na drugi. Kada kažemo *poruka*, mislimo na sve ono što ta poruka sa sobom nosi: misli, osećanja, emocije, želje. Suština prevođenja je da poruka u oba jezika mora ostati ista, što bi značilo da sadržaj prevedene poruke primaoci moraju razumeti na isti način na koji su je razumeli i primaoci izvorne poruke.

Kroz istoriju, u procesu prevođenja glavnu ulogu je igrao čovek, dakle, prevođenje je bio isključivo ljudska delatnost. Međutim, pojavom računara, šezdesetih godina HH veka, pojavljuje se i novi oblik prevođenja pod nazivom *mašinsko* ili *automatsko prevođenje*, kada se za prevođenje koriste posebni računarski programi. Naravno, i u ovom procesu čovek ima važnu ulogu, jer kompjuter mora da se programira za dekodiranje poruke na jednom jeziku i za ponovno kodiranje na drugom jeziku, a to sve obavlja čovek. Veliki napor i finansijska sredstva se ulažu u usavršavanje programa koji se bave prevođenjem. Međutim, praksa je pokazala da čovek uspešno obavlja mnoge operacije prevođenja za koje kompjuter teško može biti programiran. (Ograničavam se u ovoj izjavi i namerno ne kažem kategorično da kompjuter uopšte ne može biti programiran iz razloga što tehnika napreduje iz dana u dan velikom brzinom, tako da ono što danas izgleda nemoguće sutra može biti deo svakodnevnice.)

Najveći problem kod mašinskog prevođenja se javlja kod višestrukih značenja reči i kod reda reči u rečenici koji se veoma često ne poklapa u različitim jezicima. Veoma je važno naglasiti problem kod prevođenja književnih tekstova, gde se u većini slučajeva dobija bukvalan prevod u kojem često ne možemo pronaći čak ni istu poruku i smisao kao u delu na izvornom jeziku, o čemu će opširnije biti reči dalje u tekstu i pri analizi korpusa.

U ovom radu bavićemo se analizom mašinskog prevoda pripovedke „Deca“ Ive Andrića. U analizi smo koristili **Google prevodilac**-program za mašinsko prevođenje tekstova koji je najdostupniji i najčešće se koristi jer je besplatan. Zbog ograničenosti dužinom rada, bavićemo se analizom samo jednog segmenta i to onim rečima koje su ostale neprevedene u mašinskom prevodu. Međutim, uvid u sam prevod i njegovo poređenje sa originalom pokazuje brojna odstupanja i grešaka, koji dovode do toga da su delovi rečenica i čitave rečenice prevoda ne samo semantički neprozirne nego i besmislene.

ANALIZA KORPUSA

Najveću prepreku za automatsko prevođenje predstavlja činjenica da nije moguće prevoditi rečenice sa jednog jezika na drugi „reč za reč“, tj. tako što bi se svaka reč

iz rečenice polaznog jezika redom zamenila odgovarajućom rečju ciljnog jezika. Nepoklapanja između jezika mogu da budu različita, čak i kada se radi o sličnim ili srodnim jezicima.

Kao što je već pomenuto u uvodu, javlja se veliki problem kod mašinskog prevođenja književnih dela. Pored već navedenih problema javlja se i problem koji se ogleda u nemogućnosti da se prenese emocija koju književno delo ima, kao ni stil kojim je autor pisao na izvornom jeziku.

Ono po čemu se Andrić naročito ističe u srpskoj savremenoj književnosti, to su vanredne analize i psihološka sagledavanja onih čovekovih stanja koja su u srpskoj književnosti bila izvan značajnih literarnih interesovanja. Njega najviše zanima onaj tamni i nejasni impuls u čoveku, koji je izvan domašaja njegove svesti i volje. Polazeći od nekih savremenih postavki psihološke nauke. Zbog toga Andrić se prvenstveno pokazuje kao moderni psihoanalitičar u našoj savremenoj književnosti. U sudbini svake ličnosti ovog našeg pripovedača je i neka opštija ideja, izvesna misao o životu, čoveku i njegovoj sreći. Zato se za njegovu prozu s pravom kaže da nosi u sebi obeležja takozvanog filozofskog realizma.

Andrić je i majstor i reči i stila. Njegova proza je sačuvala apsolutnu, kristalnu jasnost izraza. On ne traži stilski efekat u neobičnoj metafori ili u naglašenom izrazu. Sve se kod njega izražava mirnim i prirodnim kazivanjem i njegov stil zaista ima „nepomućenost kristala“. Skladna i jednostavna rečenica, uverljivost i sugestivna estetska i misaona funkcionalnost pripovedačkih slika čine da Andrićevo delo predstavlja najsuptilniju umetničku vrednost koju srpska književnost poseduje. Postavlja se pitanje na koji način se to može preneti u ljudskom prevodu, pa utoliko pre i u mašinskom prevodu na drugi jezik.

Kao što je pomenuto zbog ograničene dužine rada u ovoj analizi bavićemo se samo analizom onih reči koje je kompjuter ostavio neprevedene.

U mašinskom prevodu Andrićeve pripovetke „Deca“ na engleski jezik pripovetke nalazimo niz reči u izvornom obliku.

Ukupno 72 reči su ostale neprevedene od toga vlastita imena *Mile* i *Palika* se ponavljaju 48 puta, ime u spoju sa nadimkom *Stjepo Ćoro* pominje se jednom, *Čifučad* i *Čifuče*¹ takođe po jednom, *Jevrejče*, demunativ od *Jevrej* se pojavljuje jednom. Osim toga uočavamo i 12 neprevedenih glagola, četiri prideva i dve imenice, koje se u mašinskom prevodu na engleski jezik pojavljuju na srpskom jeziku.

U tabeli koja sledi daćemo pregled reči - imenica i prideva i glagola, koji su ostali neprevedeni, iako se ove reči i njihovi prevodi na engleski jezik mogu naći u standardnim srpsko-engleskim rečnicima², a pokušaćemo da iznesemo i mogući razlog zbog koga je došlo do „neprepoznavanja“ reči.

¹ *Čifut, Čifutin (Čivut, Čivutin)* m (jevr.) 1. *Jevrej*. - /...../.../. 2. *škrtac*. (Škaljić, 1989, str. 175) i *Čivut, Čivutin*, v. *Čifut, Čifutin (isto)*, str. 178).

² O ovom radu srpsko-engleski rečnik Morton Benson, *Srpskohrvatsko- engleski rečnik*, Prosveta, Beograd, 1990.

Tabela 1. Prikaz neprevedenih glagola, imenica i prideva

IZVORNI OBLIK	VRSTA REČI	ENGLESKI PREVOD ³	MOGUĆI RAZLOG
budalaš⁴	imenica	Foolish	Neprepoznavanje lokalnog izraza
Žioka (letva)	imenica	Bar	Neprepoznavanje reči
četvorougaonu	pridev	Quadrangle	Neprepoznavanje prideva
nijedanput	Prilog	Never	Neprepoznavanje priloga
kovrčastoj	pridev	Curly	Neprepoznavanje lokalnog izraza
detinjski	pridev	Childlike	Neprepoznavanje lokalnog izraza
zašiljio	glagol	Sharpen/ sharpened	Neprepoznavanje glagol. vremena
Napunino (napunio)	glagol	Fill / filled	Transkripciona greška
odeljao	glagol	Trim/ trimmed	Neprepoznavanje glagol. vremena
sačekuju	glagol	Wait for	Neprepoznavanje glagol. vremena
izverajući	glagol	gape	Neprepoznavanje glagol. vremena
razbežase	glagol	Run off/ ran off	Neprepoznavanje glagol. vremena
spustismo	glagol	Drop/ dropped	Neprepoznavanje glagol. vremena
prišapnu	glagol	Whisper/ whisperd	Neprepoznavanje glagol. vremena
natrčavao	glagol	Come across/ came across	Neprepoznavanje glagol. vremena
pribirao	glagol	Gather/ gathered	Neprepoznavanje glagol. vremena
zaustih	glagol	To open one's mouth	Neprepoznavanje glagol. vremena
preturilo	glagol	Knock over/ knocked over	Neprepoznavanje glagol. vremena

U prethodnoj tabeli smo mogli videti da postoji adekvatan prevod za sve reči koje su ostale neprevedene. Kao jedan od mogućih razloga za neprevođenje naveli smo da kompjuter nije uspeo da prepozna datu reč, bilo da je to glagolski oblik ili lokalizam ili pak oblik reči u padežu, takve reči su ostale neprevedene. Kada u jeziku prevoda

³ Prevod reči na engleski jezik koristićemo iz srpsko-engleskog rečnika Morton Benson, *Srpskohrvatsko- engleski rečnik*, Prosveta, Beograd, 1990.

⁴ Up: *budáluk; budalásati i budalésati; budàlast; budalášтина; budàlina; budàliti* (Škaljić, 1989, str. 151)

nema formalnog korespondenta, prevodilac traži značenjski ekvivalent, tj. reč koja može približno preneti odgovarajuće značenje reči upotrebljene u tekstu originala. Moglo bi se čak reći i ovako: sve dok postoji formalni korespondent u jeziku prevoda, proces prevođenja mogao bi se prepustiti mašini. Mašinsko prevođenje se razvija uporedo sa razvojem kompjuterske tehnike i veštačke inteligencije, ali ljudsko stvaralaštvo u oblasti prevođenja dolazi do izražaja upravo u situacijama kada formalnog korespondenta nema, nego treba tražiti značenjski ekvivalenta što se može i uočiti iz prethodnih primera.

Postoji pravilo da se vlastita imena ne prevode, ali ona moraju biti prenesena u nominativu što ovde nije slučaj. Kao što je pomenuto vlastita imena *Mile* i *Palika* ponavljaju se 48 puta, od toga samo su 19 puta preneti na ispravan način i na pravom mestu u rečenici, u ostalim slučajevima (29 puta) javljaju se greške u padežu to jest preneti su imena u izvornom obliku, zatim kod prisvojnih prideva čak kada se oni nalaze jedan pored drugog prevedena su kao jedna celina. Naravno ovakve greške se ne mogu desiti kada živi prevodilac radi prevod, ali kompjuter ne prepoznaje vlastita imena u tekstu. Nadimci se u većini slučajeva prevode ali je ovde nadimak *Stjepo Ćoro* ostao nepreveden. Takođe pogrdni nazivi *Čifučad* i *Čifuče* nisu prevedeni jer kompjuter nije prepoznao značenje ovih reči, dok bi prevodilac i ako ne zna ove izraze pokušao u literaturi da pronade njihovo značenje i naravno pronašao bi odgovarajući prevod, npr. *selfish*. Deminativ *Jevrejče* je takođe ostao nepreveden, naravno da nacionalnosti ne mogu biti izražene u deminativu osim kada je autorska sloboda u pitanju kao u ovom slučaju, kada se ovaj oblik upotrebljava u pogrdnom smislu, prevodi se *Jew* (little Jew).

Na osnovu analize ovog mašinskog prevoda zaključci se sami nameću. Uprkos sve više razvijenoj računarskoj tehnologiji, mašinsko prevođenje, međutim, pokazuje brojna ograničenja.

Prevođenje s jednog prirodnog jezika na drugi često se svodi na prostu zamenu reč-za-reč. Međutim, *traduktologija*, nauka o veštini prevođenja, ovu zamenu priznaje kao najniži nivo procesa prenošenja poruka jednog prirodnog jezika na drugi, iznad kog se nalaze bukvalno prevođenje (lišeno specifičnosti pojedinog jezika, poput idiomatskih konstrukcija) i prevođenje smisla, „pravo prevođenje”. Upravo su prevodi koje su proizveli računari dokazali apsurdnost predstave o prevođenju kao procesu proste supstitucije reč-za-reč, jer su prvi modeli automata upravo počivali na ovom principu, pri čemu su reči jednog, izvornog jezika zamenjivane rečima drugog, ciljnog jezika pomoću odgovarajućih opštih rečnika, odnosno specijalizovanih glosara. Iako su pojedini sporadični modeli davali gotovo impresivne rezultate, ovaj princip je mašinsko prevođenje izveo na zao glas i izazivao podsmeh profesionalnih prevodilaca.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Prevodilačka profesija, je izrazito složena i zahtevna delatnost, pored nerazumevanja sredine, kroz svoju dugu istoriju nailazila je na još jednu, jednako nepremostivu prepreku: brzinu, tačnije na hronični nedostatak vremena. Naime, prevodilac je u toku određenog vremenskog intervala u stanju da prevede ograničen broj reči, s

obzirom na to da se prevođenje kao mentalna aktivnost, za razliku od fizičkih, ne može ubrzavati po želji. Tu na scenu stupa mašinsko ili automatsko prevođenje. Ideja da bi mašina mogla umesto čoveka da prevodi s jednog jezika na drugi stara je gotovo koliko i sam računar. Eksplozivni razvoj Interneta doveo je ogroman broj ljudi u dodir sa stranim jezicima, a time izazvao i potrebu za prevođenjem tekstova. Priroda medijuma komunikacije nameće ljudima potrebu da umesto jeftinog i brzog, humanog, kompetentnog, ali nedovoljno dostupnog potraže mašinskog prevodioca, tj. odgovarajući softver/servis na Internetu koji bi taj zadatak mogao da obavi sa zadovoljavajućim stepenom kvaliteta. Ipak, rezultati prevođenja uz pomoć programske rutine donedavno nisu bili dovoljno dobri ili pak dovoljno pristupačni da bi pobudili adekvatan stepen zanimanja javnosti. Pojava kvalitetnih i sveobuhvatnih automata za mašinsko prevođenje kao što je *Google Translator*, dovela je ovaj računarsko-lingvistički, simbiotski mehanizam u žižu interesovanja kako tzv. širokih masa tako i stručnjaka tih dveju disciplina u čija polja zadire.

Iako su sposobni da određene operacije izvedu neuporedivo brže od čoveka, računari ne poseduju ljudski intelekt, a samim tim ni potencijal za izvođenje formalnih operacija višeg reda. Brojne fleksibilne, a uz to i neizostavne prevodilačke tehnike (poput adaptacije, dodavanja, oduzimanja, permutacije), koje prevod čine, paradoksalno, ujedno i tačnim i jedinstvenim, naprosto prevazilaze mogućnosti računara. Polovična je istina da nijedan prevod nije isti kada su njegovi autori humani prevodioci, a na osnovu ograničenog uzorka automata za mašinsko prevođenja možemo konstatovati isti slučaj. Ono što je bitno i kod jednog i kod drugog jeste kvalitet, a on je u slučaju dobrih prevodilaca nedvosmisleno na strani ljudi. Međutim, nameće se pitanje iskoristivosti ponuđenih automata na Internetu. Bilo da se radi o pojedincima ili kompanijama, postoji jasna upotrebnost koju oni mogu izvući iz ovakvih servisa, ali samo ukoliko ne smetnu s uma da se radi isključivo o vrednosti informativnog karaktera i da se prevodi takvog tipa nikako ne mogu koristiti u bilo kom ozbiljnijem kontekstu.

BIBLIOGRAFIJA

1. Arnold, D., Balkan, L., Lee Humphreys, R., Meijer, S., Sadler, L., *Machine Translation: An Introductory Guide*, NCC Blackwell, Oxford 1994.
2. Morton, Benson, *Srpskohrvatsko- engleski rečnik*, Prosveta, Beograd, 1990
3. Sabinović, *Novi original: Uvod u prevođenje*, Naučna knjiga, Beograd, 1999.
4. Andrić, Ivo, „Deca“, Jevrejske priče, Narodna knjiga, Beograd, 1991, str. 82-89.
5. Škaljić, Abdulah, *Turcizmi u srpskohrvatskom jeziku*, Svjetlost, Sarajevo, 1989, 6. izdanje

PRILOG: "KIDS", MAŠINSKI PREVOD ANDRIĆEVE PRIPOVETKE "DECA" NA ENGLISKI JEZIK

Ivo Andric: "KIDS"

Our friend, graying engineer, told us one evening this memory from my childhood: "It was a great Sunday. Children do not like that before spring time when the country is desolate and bare branches, when there is no snow, no flowers or fruits, or

winter games or swimming. On such days, shaking the neighborhood of hash and squinting at the March the sun, these little people invent new, often strange and cruel games. Kids leaders in our alleys were a mile and Palika. Mile baker son was pale, sharp, with a face too developed for his age. Palika was chubby and ruddy ? Hungarian on his father, and although he was born in the same street where we stayed, had a protracted and difficult pronunciation, as if his mouth is full of test: the two fought a fierce battle with the leader of the boys from the adjacent neighborhoods. it was one of our peer, Stjepo Coro, who had already arrived to lose one eye. We stayed, we were soldiers, undisciplined, and fickle, but the heads of the fighting. As in any struggle, and there was a commitment and courage, fluctuations and infidelity, tears, blood, betrayal and oaths. Almost every evening, while sitting around a stone fountain redeemed, were approached by some of our leaders, took him aside, and serious, muffled voice asked him a question:

- Are you my friend?

One of those spring days, it was Holy Thursday, in one such evening they called me and Palika Mile tomorrow afternoon to go with them and beat up Jews. On that expedition went to the Jewish neighborhoods are only a few times over the years about our regular or Jewish holidays. For me, that I had never previously taken part in such struggles, it was a great honor by the two leaders. I think I had lunch the next day with the speed and excitement. We left right after lunch. Before we descended down the hill and crossed the river, we stopped at an intersection. We sat on a large polished stone slab, and there were with Palika Mile and a lot of attention and understanding look around our arms. Palika had a strange hunting rod, which he pokovao zašiljio kids and at the top. Mile had a particular tool that I made. It was a tube of rubber, which is on the bottom napunino lead on the other end of a rope tied around your wrist. Proud of his team a slender rod of rubber and lead, and called him "budalaš". He is now, as cold and sharp, was leaning over his arms and straightened it a small knife.

I gave a kinked rail, severed just some hash, for it is at the lower end is sticking out a kid that was nailed to the žioku. I was ashamed of his arms, which seemed to me crude and inadequate. Mile we took rail, odeljao is ably at the end where he holds his hand and swung it around several times, with a zing. I immediately did the same to him, but the whistle was not the same as Mila. We descended to the street where he usually sačekuju Jewish children to fight.

- Their holiday. They now go around the water - Palika spoke with experience as a hunter izverajući cautiously.

But the Jews were. Angry and imperious, Mile suggested that we go into the market. In the first street Palika stopped and yelled muffled:

- There Čifučadi!

Indeed, at the end of the street, around the stone fountain played, four boys in holiday attire. Mile it just looked reproachfully and gave the signal for him to go and do what he did. He hid his pipe behind his back tire and went slowly, pretending to look like houses and shops. So we neared the fountain. But, whether we gave away our appearance, whether Jewish children already accustomed to such visits, it is alarmed, as the deer in a forest clearing, and a haven for the fountain. My heart is beating rapidly. I watched intently Paliki in the head. To deceive opponents, Mile

pretended to go across the street, and when it is shared by all of them a few steps, he called unexpectedly strong and sharp, and rushed at them. At first it seemed as if the boys are determined to defend themselves, but when he hits his awesome pipes first by hand and when we saw that we ran, there was a wild flight on all sides.

Razbežaje the boys, but I watched them so much as a sudden movement that sprung out of the Mile that the detention of peace and suddenly turned into something new and unknown. Completely separate from him, I saw and heard his back and his cry. I felt them as things for themselves, as the first appearance of the unfamiliar, big, exciting, terrible world in which wearing leather on the market in which to give and receive blows, and exults hates, falls and wins - a world in which I only unknown risks and sensed a great, great moments. For the boys gave the trk Mile and Palika, and I followed them. The three boys went up to get into the gates of their or others' houses, from which it immediately to us dry screams and curses of Jewish women. Fourth, the biggest, as the blind, fled from one street to another, until it disappears behind a white wall. When I arrived, and Mile Palika he was already looking at very humid courtyard, as kerovi. We were in a deserted, dilapidated mektebu. Pass through the middle passage and spustismo down a few steps; diseased in a small, četvorouganu yard. With all four sides of the high wall. Beside the door on which we entered, otherwise just wall a back door, as the postern, apparently closed or nailed long ago. In one corner of a green board, the rest of a roof, leaning against the wall and raised the lower end of a beam. The area that remained of the beams to the ground, about one inch of good, I saw someone's two-shoes, stationary and clinging desperately to each other. Carried away by this unlikely a hunt, have called Mila sign and he proudly pointed his finger at my discovery. Not seeing me, but in view of stiff ones shoes, prišapnu me to stay there at the door and not allow the boy to the door. He had come down from the Palika last steps; the courtyard. Palika, again at Milo's wordless command, refer to those small sealed door and stood there with her legs spread and raised club. Immediately zauzehn and that kind of attitude.

A Mile approaching that of a pile of boards to some warrior walking, without taking his eyes from the goal. It's noiseless step and sharply pointed glance looked scarier and more exciting to me from every race and fight. But before he had time to come near, its flitting, like a Jewish boy from the shelter as a bird from the grain and began to run the yard. Palika, that would have the back door and saw that is closed, also went down into the yard. Microbending and began a chase, in which the boy natrčavao Hour Palikinu the club, then to the Mill of rubber tube. But nijedanput failed to strike him on the head or the back. Have invaded it only from the end, the arms or legs. Palika ran over. Mile stood as a farmer in the grain store and saw that the stroke victim's Eve when he Palika force. In the rush to move are all closer to me.

It is about a boy caught tightened the triangle of bars, clubs and rubber tubes. Now I could see him up close. It was a cheap suit in the new, wet and muddy under the shelter of planks, corpulent and short, with no caps on kovrčastoj hair. Contrary to the Milovih, his movements had nothing for me either terrible or exciting. He moved with his whole body at once, thoughtlessly, and flew as a cast. At one point, when he arrived Palika and when he had to hit him in the midst of the head, a Jewish boy is unexpectedly and somewhat comical bent down and threw his weight Paliki in the

chest. So avoid the blow. Mile ran. There was a crowd. While Palika pribirao, boy, take a moment to crush-them, were injected into it a few steps; and suddenly found himself face to face with me. For a blink of an eye I saw him before me, with arms raised, one of his bream all levels, with head thrown back as in decrepitude. At this point the first time I saw his face. His mouth half open, lips white, his eyes without sight, spilled like water, without any longer term, and long distraught. There was supposed to hit. What happened then? - How many times have I asked myself that question in those days and years after its termination. I could never give answers. How much later I could remember and judge, the boy bent down a bit (it was the same movement for the defense just as the Paliki), pushed me gently touching me one uninjured hand in the loin, remove me as the easiest curtains, and ran from the earthquake through a narrow hallway, with me still and raised next to my rack, which is contrasted with the sharp end and a great kid. I had just recovered when ran by me, pushing me roughly and contemptuously, Mile and Palika. I stood still in the same place, and listened as in a dream that beneath their feet even more resounding flooring in the hallway. Then I went out slowly, dragging his rail as a burden. At the bottom of the street I saw Mila and Palika to run. Encouraged Jevrežce be missed. They ran some more, then stopped short, first one then another. Some have talked for a while, then went through what we had come, without paying attention to me. Followed him. Before they reached the bridge, I got them. So I went after them, but they made me take notice. This troubled me the position. Zaustih something to say. - Shut up! - Palika breaks me.

And in all my attempts to justify, say anything, he responded angrily to their cold and Cush! Worse than swearing and worried me, and Mill's troubled silence. So we crossed the bridge and approached our neighborhood. I walked two steps behind them, and seeing how I'm stupid and ridiculous. I was constantly devising what would be said and how to explain it. I might be thinking this out loud and said a word. Then Mile abruptly stopped, turned and before I could have anything to say or do in your defense, spy on me, stoned me just spit. That hit me with his pipe made of rubber, probably would be less confused and maybe know how to defend or to kick back. Thus, I stood in the street and wiped the sleeve, while the two of them went by, as it seemed to me incredibly fast. It seemed that they were flying, and that time is. Little People, which we call "children" have their own great pain and long suffering, after which, as a wise and adults forget. Precisely, they lose sight of. And when we could descend back into childhood, as a primary school in a bench from which we have long since gone out, we saw them again. Down there, at that angle, your pain and suffering, and I still live there and like all true.

Today, after so many years and events, it is difficult, impossible is the measure of our current experiences and expressions of feelings present to say what were the first of insomnia in their lives, such pain and doubt the leader of contempt and Mila Palika, ridicule before the whole company of the children's neighborhoods. Any attempt to beautify or improve a matter of the Falls Out of my damage and pushed me in even worse humiliation and greater loneliness. Palika told all my infamy and, caricaturing me, the middle lanes show how stupid I missed Čifuče, while the kids around him laughed uproariously and making joke at my expense. Mile was just silent, and did not want to see me to hear about me. Showed me the finger to

children from other quarters. And I look-breaking in front of everyone, hiding in the school during the Sea to the bathroom, and went in side streets, as condemned. At home I could not say anything to anyone, not even to ask for protection or comfort. It seems to me. I had already guessed what I'm going to see after clear: to help us in our deepest mental torment our parents can help a little, little or nothing. So the days passed, and I lost, I think, at no time aware of his humiliation. My whole world collapsed detinjski and broken in pieces, lay at my feet.

I stood over him, helpless, not understanding anything, and knowing only one thing to suffer.

I stood there and did not know where to Deneme under this sky, so humiliated, subjected to ridicule, and I am. How do I set my relationship with Milo, Paliki and other friends that I want your soul to be an equal partner, but I fail, and that the Jewish boys to be, it seems, attacked and beaten, and I can not and do not know how? Finally, and this somehow preturilo, although I never managed to find an answer to these questions. I settled a little bit with my friends. He seemed to have forgiven me. Or are they just forgotten? Now I no longer remember. But I have never been led to similar feats. And I remember a long time the whole event, and sometimes he dreamed. In the dream I saw almost always the same: a Jewish boy with a face martyrdom run to my side, easy and irrepressible as an angel, and I still miss him and without a blow, though I know in advance what awaits me why. Or stand in the street, and I spit upon, under the merciless light of afternoon, when the time is motionless and the other is rapidly moving away. Only later, in youthful years were completely obliterated the memory of my memories and squeeze the image of my dreams. But it was already forgotten, the death of childhood. "

RESUME

In the era of information technology, when the world has been striving towards electronic communication, when everyday conversations are replaced by e-mail, and habits become unthinkable without the computer, then the manner of performing all the tasks changes and the way in which texts are translated. In the new age all are translators, and think they are professional enough to deal with the process of translation. However, the profession of being a translator, is extremely complex and a demanding activity, which, beside the lack of understanding of the environment, through its long history has met with another, equally insurmountable obstacle: speed, namely the chronic lack of time. Specifically, a translator is only able to translate a limited number of words for a specific time interval, given the fact that translation is a mental activity, which in contrast to physical, cannot be accelerated when desired. This is the situation where machine or automatic translation sees its share. The idea that a machine is able to substitute men for translation purposes is almost as old as the computer itself. The explosive growth of the internet has been increasing contact with foreign languages, and thus increased the need for the translation of texts. Instead of asking for services of quick, cheap and competent human translators, people prefer simple, often free of charge, and available mechanical translators, i.e. an appropriate software / service on the internet that is

able to carry out this task at a satisfactory level of quality. However, the results of translation with the help of these services have not been good enough until recently. But, the emergence of high-quality and comprehensive software such as "Google Translate" has increased interest towards this type of translation.

Comparing human and machine translation, the most important indicator is quality, which is in the case of good translators unequivocally on the side of humans. So, the question of usability of translation software arises. Whether it be individuals or companies, there is a clear use-value that can be derived from such services, but only if they do not forget that this value is only of informational character, but this type of translation cannot be used in any serious context.

TEHNIČKO UPUTSTVO ZA FORMATIRANJE RADOVA

NAZIV RADA

[Times New Roman 13 point, bold, centred, upper case]

Ime Autora [Times New Roman, 10 point, bold, centred and Upper and lower case]

Institucija u kojoj je autor zaposlen [10 point, normal, centred and upper and lower case]

Grad /Zemlja [10 point, normal, centred and upper and lower case]

E-mail [10 point, italic, centred and upper and lower case]

Apstrakt

[Times New Roman 10-point, justified]

Apstrakt treba biti od 100 do 200 riječi.

Ključne riječi: [Times New Roman, 10-point, bold, alignment left]

NASLOVI [Times New Roman, 12- point, bold, upper case and justified]

Rad treba biti u formatu B5 (17,6 x 25.1cm). Margine: top – 2.5 cm; bottom – 2.5 cm; left – 2.5 cm; right – 2.5 cm. Tekst treba biti jediničnog proreda u jednoj koloni pisan fontom Times New Roman veličine 11-point. Rad treba biti obima od 7 do 14 stranica.

PODNASLOVI [TIMES NEW ROMAN, 12-POINT, NORMAL, LIJEVO PORAVNANJE]

SLIKE I TABELE

Slike, tabele i grafici trebaju biti poravnati po sredini, oznčeni odgovarajućim brojem i naslovom kao u sljedećim primjerima:

Slika 1. BET index

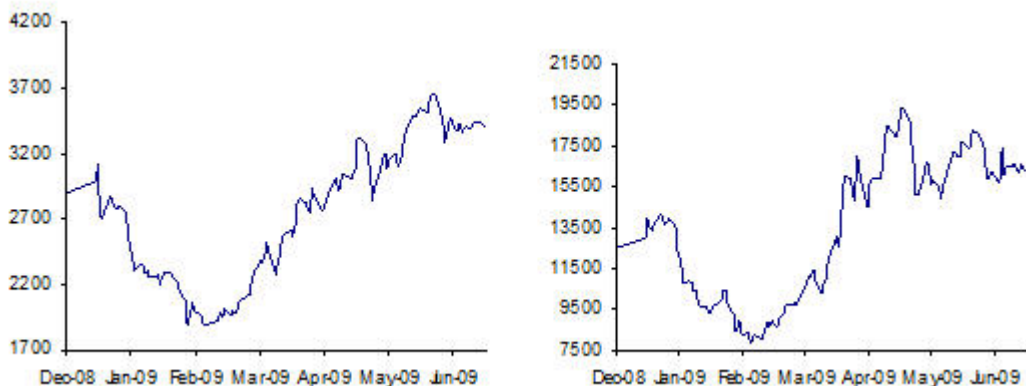


Tabela 1. Deskriptivna statistika prihoda na hartije od vrijednosti

	Austrija	Francuska	Njemačka	Mađarska	Poljska
Srednja vrijednost	-0.002%	-0.006%	-0.009%	0.008%	0.012%
Medijan	0.011%	0.013%	0.039%	0.025%	0.010%
Maksimum	12.759%	13.149%	11.125%	17.410%	10.870%
Minimum	-11.164%	-11.301%	-8.666%	-19.110%	-11.850%

BIBLIOGRAFIJA

Citiranje bibliografskih izvora u tekstu je obavezno. Citati u tekstu trebaju biti obilježeni velikim zagradama na primjer: [1, str. 125].

Molimo Vas ne koristite fusnote ili endnote za citiranje izvora. Numerisana lista izvora i literature treba biti data na kraju rada na način kao u sledećem primjeru:

1. Porter, M.E. (1998) *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
2. Larrain, F., Tavares, J. (2003) Regional currencies versus dollarization: options for Asia and the Americas, *Journal of Policy Reform*, 6 (1), str. 35-49
3. Shachmurove, Y. (2001) Optimal portfolio analysis for the Czech Republic, Hungary and Poland during 1994-1995 period, *CARESS Working Paper No. 00-12*
4. Gwin, C.R. (2001) *A Guide for Industry Study and the Analysis of Firms and Competitive Strategy*. Preuzeto sa sajta: <http://faculty.babson.edu/gwin/indstudy/index.htm>.
5. IMF (2010) Global Financial Stability Report, *IMF World Economic and Financial Surveys*

Lista treba biti pisana fontom Times New Roman, veličine 10-point, normal, justified, upper and lower case.

BROJEVI STRANICA I ZAGLAVLJA

Molimo Vas nemojte koristiti brojeve stranica ili zaglavlja.

RESUME

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

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

33

EKONOMSKI izazovi: časopis Departmana za
ekonomske nauke Internacionalnog Univerziteta
u Novom Pazaru / glavni i odgovorni urednik
Bećir Kalač. - God. 1, br. 1 (mart 2012)-
. - Novi Pazar (Dimitrija Tucovića b.b.) :
Univerzitet u Novom Pazaru, 2012- (Kraljevo :
GraficColour). - 25 cm

Polugodišnje
ISSN 2217-8821 = Ekonomski izazovi
COBISS.SR-ID 189878796