

2009.

2

EKONOMSKE TEME

Niš, 2009.



godina XLVII

YU ISSN 0353-8648

EKONOMSKE TEME

Izdaje: Ekonomski fakultet u Nišu

Za izdavača:

Prof. dr Borko Krstić, dekan

Uređivački odbor:

Dr Živorad Gligorijević, Ekonomski fakultet Niš
Dr Nataša Golubović, Ekonomski fakultet Niš
Dr Goran Milovanović, Ekonomski fakultet Niš
Dr Blagoje Novičević, Ekonomski fakultet Niš
Dr Ljiljana Maksimović, Ekonomski fakultet Kragujevac
Dr Dragana Pokrajčić, Ekonomski fakultet Beograd
Dr Robert Gora, University of Information Technology and Management, Rzeszow, Poland
Dr Robert Vodopivec, University of Maribor, Slovenia
Dr Angel Georgiev Angelov, Faculty of Management and Informatics, UNWE, Sofia, Bulgaria
Dr Penka Goranova, Tsenov Academy of Economics - Svishtov, Bulgaria
Dr Dino Martellato, Faculty of Economics, University "Ca' Foscari" Venezia, Italy
Dr Ljubica Kostovska, Faculty of Economics Skopje, Macedonia
Dr Tatiana Orekhova, Donetsk National University, Ukraine
Dr Alexandru Trifu, University „Petre Andrei” of Iasi, Romania
Dr Ümit Gökdeniz, Marmara University, Istanbul, Turkey

Glavni i odgovorni urednik:

Prof. dr Ljiljana Stanković
E-mail: ljiljana.stankovic@eknfak.ni.ac.rs

U finansiranju ovog časopisa učestvuje

MINISTARSTVO ZA NAUKU I TEHNOLOŠKI RAZVOJ REPUBLIKE SRBIJE

Tehnička obrada:

Ivana Randelović

Adresa redakcije i administracije:

Niš, Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja br. 11, tel. 528-606, 528-601
E-mail: institut@eknfak.ni.ac.rs

Žiro račun Ekonomskog fakulteta u Nišu:

840-1683666-17

Štampa: Petrograf - Niš

Tiraž: 300

ISSN 0353-8648 SD 1990; UDC 33; ID 1117795

EKONOMSKI FAKULTET NIŠ

**EKONOMSKE TEME
GODINA XLVII
BROJ 2**

Niš, 2009.

FACULTY OF ECONOMICS NIŠ

**ECONOMIC THEMES
YEAR XLVII
No. 2**

Niš, 2009

EKONOMISKE TEME 2/2009

SADRŽAJ

1. Ljubomir Madžar INSTITUTIONAL ROOTS OF ECONOMIC PERFORMANCE - A Review of the <i>Law, Informal Rules and Economic Performance</i> by Svetozar Pejovich -	1
2. Ljubodrag Savić BRIK ZEMLJE – POTENCIJALI I PERSPEKTIVE	27
3. Sreten Ćuzović, Svetlana Sokolov-Mladenović UNAPREĐENJE KVALITETA ELEKTRONSKE USLUGE U FUNKCIJI SATISFAKCIJE POTROŠAČA	43
4. Bojan Krstić UPRAVLJANJE INTELEKTUALNIM PERFORMANSAMA PREDUZEĆA	59
5. Nebojša Zakić, Milan Stamatović, Slobodan Cvetanović TIPOLOGIJA INOVACIJA U PREDUZEĆIMA	73
6. Tanja Vujović POTROŠAČKI MENTALITET – UZROK OTUĐENJA, SVETSKE EKONOMSKE I EKOLOŠKE KRIZE	99
7. Momčilo Đorđević, Željko Marčičević SISTEM PODRŠKE ZA MARKETING ODLUČIVANJE	113
8. Zoran Stefanović TRŽIŠTE I INSTITUCIJE KAO KOMPLEMENTARNI EKONOMSKI MEHANIZMI – PRISTUP NOVE INSTITUCIONALNE EKONOMIJE.....	127
9. Tatjana Stevanović UTICAJ ORGANIZACIONE KULTURE NA FORMULISANJE STRATEGIJE PREDUZEĆA	143
10. Marija Pavlović ZNAČAJ PRIVREDNIH CIKLUSA U SAVREMENIM TRŽIŠNIM PRIVREDAMA	153
11. Bratislava Žarić NEMAČKI JEZIK EKONOMSKE STRUKE I ANGLICIZMI.....	169

12. Slavica Pejić NEOLOGIZMI U FRANCUSKOM POSLOVNOM JEZIKU KAO SREDSTVO ZA OČUVANJE I OBOGAĆIVANJE FRANCUSKOG JEZIKA	177
13. Zoran Simonović, Branko Mihailović, Dragoljub Simonović KARAKTERISTIKE KRETANJA POLJOPRIVREDNOG STANOVNIŠTVA BEOGRADA PREMA POPISU IZ 2002. GODINE	191
14. Ivan Stefanović, Bojana Radević PRIMENA KONCEPTA UPRAVLJANJA ZNANJEM U VIRTUALNIM ORGANIZACIJAMA	201
15. Sanja Vučković ZAŠTO NASTAJU ŠPEKULATIVNI BALONI?	215
16. Ivan Đekić POLITIKA ZAŠTITE KONKURENCIJE U SRBIJI – STANJE I PERSPEKTIVE	229



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlazenja XLVII, br. 2, 2009., str. 1-25
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

INSTITUTIONAL ROOTS OF ECONOMIC PERFORMANCE
- A Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance*
by Svetozar Pejovich¹ -

Ljubomir Madžar*

1. Introduction

The notion of institutions encompassing not only formally enacted rules but also informal guidelines of acting and behavior is indeed a relatively recent one. Tradition, value systems, collective memories, religious affiliations and most generally conceived of culture...has with significant delay been recognized as a major determinant of social evolution at large and economic development in particular. The culture, analytically articulated by the term *informal institutions*, has of late been accepted as a basic determinant of an impressive range of successful development experiences and, more importantly as a major constraint on economic development in the environments in which it had been slow and inhibited. The acceptance of institutions as a fundamental determinant of development seems to have been recognized with particularly long delays in the societies in which they proved to be the most critical growth impediment. Serbia certainly belongs to that curious circle of countries. Only occasionally and almost marginally have informal institutions been pointed out as a persistent, truly long run obstacle to growth processes, a barrier which is to stay here for an undetermined time. Such remarks have been made in the context of

* An associate of the Institute of Strategic Studies and Development „Petar Karić“ of the Alpha University

UDC 347.195; Originalni naučni rad

Received: April 12, 2009

¹ *Law, Informal Rules and Economic Performance – The Case for Common Law*, with contribution by Enrico Colombatto, published by Edward Elgar, Cheltenham, U.K. and Northampton, MA, USA, 2008.

sceptical references to culture as a hindrance to development and modernization (Sekulović 2004, pp. 47-54, 65-6; Golubović 2007, pp. 119-24). Nevertheless, the wide area of the impact of culture in general and of the separate components of informal institutions in particular remains insufficiently researched and largely misunderstood. This new book by Pejovich fills therefore a disturbingly persistent void and comes as a helpful aid in understanding the dynamics of development and modernization in general and of the growth obstacles in underdeveloped countries in particular.

2. Organic Nature of Institutional Development and the Role of Informal Institutions

Informal institutions are much wider and more encompassing than usually perceived analytically elaborated. They permeate every little crevice of a society and determine in a subtle and mostly invisible way many of its daily functions and important changes. Metaphorically, they can be thought of as a deep seated vegetative nervous system, strongly affecting much of what is being consciously undertaken and officially programmed. One of the frequently asked questions, and one that had only rarely been answered in a fairly complete and satisfactory way, relates to the reasons that had made it impossible to transplant institutions from the developed to the less developed countries and thus enhance the latter's development making for a long sought for convergence of individual economies' development paths. It turned out that informal institutions constrained the formally traced out institutional development in at least two ways that ultimately blended to one. Firstly, informal institutions used to impose constraints on what formal institutions could let roots and survive once they are transplanted from more advanced economic and social environments. Secondly, they acted as a powerful constraint, and thus as a determinant, of the effects the imported formal institutions generated in this new setting. Copying the U.S. constitution in a number of Latin American countries proved futile because a set of much more important, though not clearly visible rules were lacking and centering on written and formally adopted legal acts proved useless and pointless.

This book can be seen as a treatise on unavoidable interdependency between the formal organization of a society and its informal, just partly visible and widely ramified value systems, decision criteria and behavioral standards. The set of formally established norms is just a tip of an iceberg of a much broader multitude of unwritten standards with multifarious interconnections between the two weaving them together into a

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

comprehensive whole. The „tip of the iceberg“ cannot be modified in an arbitrary way, particularly not independently of what is located in its numerous lower layers. Least of all can it be reshaped independently of the deepest, the most fundamental substratum of the magnificent architecture of the entirety of precepts on which a society is made to operate. Among the ways in which this book can be read and understood one seems to be particularly interesting and attractive. It can be comprehended as a persuasive plea for a gradual, evolutionary approach in developing institutions and adjusting them to ever changing external circumstances under which economies and societies at large are made to operate. Big steps in institution building are beyond the reach human understanding and operational capability. We have some cognizance only of what has been experienced and tested through practical operations. We might dare to step cautiously a little outside of what has been practiced in life and understood through the immediate effects of what has been actually undertaken. The hazard of unpredictable and, as a rule, perilous consequences (cf. Lord Dahrendorf *et al.* ed., 2000, *passim*) is a steeply growing function of the distance taken from what has been practically encountered. Making big leaps into the unknown spheres of institutional design is a recipe for disaster.

The second reason for having to stick to steps of (very!) moderate size has to do with social constraints. The bigger the leaps in the institutional engineering, i.e. the bigger the steps into the uncharted territories of the landscape of the regulative and steering machinery, the more likely it is that some overriding interests in the observed society would be adversely affected. As such interests are usually combined with significant power to change and to impede the change, the attempt to transform significantly any segment of the institutional architecture is likely to falter as it confronts itself with such interests. Moreover, the very magnitude of the proposed changes might meet with the resistance of such interests because of the uncertainty surrounding such major shifts: the change could be prevented because of the sheer danger that something unfavorable to such interests could pop up even if no reason for such anticipation can be found in actual constellation of events. This is the way in which the second reason dealing with social constraints merges with the first one connected with cognitive limitations and the uncertainty emanating from it.

Pejovich sees the institutional development of a society as a compound multidimensional and multifaceted process. It does contain some components of conscious design and legal engineering, but its main components are reducible to evolutionary organic growth which nobody

controls and which are tested and selected by the frequently encountered survival tests (p. 10). Survival in fact refers to numerous institutionally differentiated communities whose particular communities enabled them to survive or forced to perish. The processes through which certain institutions survive and assert themselves as viable and efficient is controlled by no one and in fact not even thoroughly understood by anyone. It turns out to be one of those spontaneous processes which produce institutional improvements by adjusting institutions to a steady stream of exogenous changes of technology, resource availability and human preferences and subjecting them to uninterrupted verification of practical exigencies.

A part of building and adjustment of institutions is planned and formalized, but even that visible and officially documented component cannot be successful unless it is harmonized with the vast array of informal institutions. By insisting on gradual, organic and largely unplanned development of institutions Pejovich fits into a powerful, intellectually influential and philosophically refined stream of thought which emphasizes spontaneity of such development and insists on its remarkable survival characteristics. As such, Pejovich fits into an imposing pleiad of great economists and social philosophers. It is hard to read his work and not to think of such towering figures in economic and social thought as Hayek (1998/1960/, glava X, posebno ss. 142-4 i 1990/1988/, pp. 83-8). Equally reminiscent are Pejovich's analyses of the Popper's (1993/1971/, I, ss. 208-10, II, ss. 138-40) mighty idea of piecemeal social engineering and the need for any society to make it certain that, by undertaking small successive steps, it simultaneously adjusts the institutions and *learns*. Any development is at the same time a process of learning and this applies to institutional development perhaps more consistently than to any other aspect of the overall social development. Beside being a powerful means of generating and accumulating knowledge and information, the strategy of change through small, successive steps has one more significant advantage. It involves many people taking small and numerous decisions by taking risks upon themselves, i.e. by risking their own wealth. The magnificent strategy of big leaps and grandiose, epochal steps, on the contrary, involves politicians and state bureaucrats who decide – to paraphrase M. Friedman – on other people's wealth to satisfy, again, other people's needs.

Institutions matter enormously in the process of development in general and of economic development in particular. Pejovich is one of the few to have shown that economic development cannot be explained by the simple fact of expansion or even the availability of resources. An attempt to such an explanation would be tautological, to begin with. For, what else is

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

ultimately economic development but expansion of resource availability to satisfy multifarious human needs. More importantly, a venture to explain social product as a measure of economic performance by the augmentation of resources generating it would open the further question as to what determines the very expansion of resources. To explain growth, one has to step outside the framework of resources and technology and to ask the crucial question: what it is that people do with available resources what are the factors determining the widely differentiated patterns of behavior. This is the point at which the institutions are inevitably brought into the picture. Pejovich puts it concisely and with peculiar clarity: „...institutions create their own behavioral incentives. Different incentives have different effects on transaction costs of exchange. Different transaction costs have different effects on the extent of exchange and the flow of innovation in the economy. And the extent of exchange and the flow of innovation are major determinants of economic performance“. The explanation is consistent and convincing: to explain the movements and events in the world of commodities and resources, one certainly has to step outside it. This distancing from the set of real flows and stocks to be explained is dictated by the abundant empirical evidence: the economies with the highest performance are the ones with clearly recognizable exchange promoting and growth stimulating *institutions*.

Institutions conducive of most rapid development are the ones which provide the greatest freedom under the protection of the law. Economic freedom – and freedom in general without which the narrower economic freedom is inconceivable – provides the largest number of the individuals with possibility to embark upon new ventures, to try out new ideas about the ways and means of creating value and to plunge on their own into the unknown. Freedom means that each is responsible for what he does and the individualized responsibility should imply that each is free and entitled to reap the effects of what he creates by discovering new products/processes/sources of supply/marketing channels and techniques... This amounts to most consistent mechanism of associating contributions and rewards, which is the best way of providing incentives for expanding the set of feasible economic options and generating value. Providing for the largest number of individuals allowed to innovate and incorporating the most powerful incentives for such activities into the social fabric is tantamount to creating the most dynamic system – the system that shifts resources to the most valuable uses and, more importantly, the system that accumulates knowledge, i.e. *learns* more effectively and more quickly than any conceivable alternative at the level of the society as a whole.

3. Definitions, the Use of Words and Precision in Formulations

The area covered by this book – culture, institutions, legal order, alternative judiciary and legal traditions, economic performance... – is very broad one and not easily structured. This is an area replete with multitude of words whose meaning is not precisely determined and which are so frequently taken for granted but understood in the widely diverging ways. Lightheartedly used and without necessary sharpening as to their meaning, the words become dangerous and come to be converted into serious hindrances. Rather than facilitating intellectual intercourse, the carelessly used words obscure and obfuscate the communication; by lacking clarity, the words transform themselves into the opposite of what by their very purpose they should be. Ambiguous and irresponsibly used words come out as triggers of so many fruitless and sterile polemics and misunderstandings deriving therefrom generate large bundles of induced misapprehensions making the discipline less transparent than it otherwise could be. All these complaints should be taken as a background to what should come out as one of the main points of this review. Pejovich is, namely, extremely explicit, unequivocal and straightforward in the terminology he uses. He is unusually, perhaps *uniquely* careful in using the words and, even more so, in exactly explaining their meaning and persisting consistently in adhering to the definitions once introduced. Some of his definitions will be elaborated in the sequel, but here it suffices just to name, by way of illustration, the terms he carefully defines: institutions, transaction costs, the rule of law, democracy, constitution, efficiency, equality, egalitarianism, collectivism, (methodological) individualism, common law, continental law tradition, resources, innovation...Even *capitalism* is defined and its various variants carefully distinguished. The ground is prepared to make the point: by defining precisely all these and many other widely used terms, Pejovich has made a great, though not conspicuous, service to the profession. He ventured to define, and thus brought great clarity into the professional discourse, the terms which others frequently use but gloss over carelessly and irresponsibly expand the twilight zone of partial understanding or direct verbal error. For more careful readers this book might serve as a reference manual, i.e. as a glossary in which the precise definitions of terms will be found. It is a source in which ascertainable are clearly set out meanings of words which others didn't care to define. By bringing clarity to the vocabulary, Pejovich has done a great service to the profession.

His definitions are more than just explaining the meaning of words used in his and other people's writings. They reflect his distinct, at least as compared to the mainstream economic thinking, theoretical reading of

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

economic phenomena. His definitions are reflection of a specific paradigm (to use a fashionable word) which, of course, is not exclusively his but which – together with modern writers of the institutional economics, property rights and public choice school – identifies him as theoretically and analytically remote from what until recently used to be the accepted economic orthodoxy. This particular methodological stand is vividly revealed in his definitions of such basic theoretical concepts as *resource* and *efficiency*. As a preliminary notion he defines *scarcity*, another fundamental notion, as the property of a good consisting in the impossibility of getting some more of it without sacrificing certain quantity of at least one other good. *Economic efficiency* of production and allocation is then „expressed in the process through which voluntary interactions are carried out, **leading into the unknown**“ (underlined by Lj. M., p. 9).

One could wonder whether this is a definition of efficiency and even whether it is a definition at all. It certainly does not convey the meaning of the term; it just says that the thing to be defined is contained or „expressed“ in a particular process. But, despite the absence of the designation of content of the term, this is certainly a very effective, sharply pointed way of bringing out of the most significant, truly determining attribute of efficiency. Such rather indirect characterization of efficiency is also given on p. 105 where it stands that „efficiency...is judged by the openness of the process through which voluntary interactions are carried out“. This again is not a formal definition of the efficiency itself, but it certainly points out its fundamental trait, a feature conveying its essence better than even a complete formal definition would do. Most economists are used to thinking of efficiency as a specific quality of allocation of resources, a number of imperatives that have to be met in order to ascertain a process or result as efficient. Pejovich does not take such an approach. Declining to specify efficiency as a quality or as a feature, he even goes a step further and defines it in an evidently unorthodox way *as a process*. In this context „efficiency is defined as a process through which voluntary interactions are carried out, leading to unknown results“ (pp. 115-6).

The designation *unknown results* is crucial because it better than anything demonstrates the distancing from the conventional notion of efficiency: one certainly cannot define it through some relation between results and inputs if the results are unknown. Indeed they are unknown as a matter of principle because it is the processes and not results that are emphasized and being focussed on in this theoretical paradigm. Yet, one wonders whether it would be possible to define efficiency as a property of a process and not as the process itself. For instance, *Efficiency is a highly*

*desirable **property** of processes of allocation of resources which consists in the unobservable and unknown results being most consistent with the preferences of interacting actors due to the voluntariness of interactions.*

Focussing on processes means abandoning any pretension to making normative statements which would in the traditional way be centered on the results of economic activity. It also means that the notion of *equilibrium* is dispensed with in economic theorizing. This is where Pejovich joins the well known and in so many aspects precious Austrian tradition of observing and studying *changes, movements and adjustments*, i.e. *dynamic tendencies* rather than examining the properties of the system that has reached a state of rest. The state of rest is never achieved. Due to continuous exogenous changes rocking the system the parameters calling for adjustment uninterruptedly change; the speed at which the parameters change exceeds the maximum possible speed of adjustment of the system. The system cannot catch up with rapidly changing parameters and consequently equilibrium remains just an imaginary abstraction; the disequilibrium processes, not the states of rest of the systems constitute economic reality we confront. Such perception of reality has farreaching methodological implications and this is where the Austrian school made its magnificent departure from classical orthodoxy (cf. Menger 2008/1969/, *passim*, particularly pp. 51-7, 185-9, as well as extremely informative and knowledgeably written introduction to Menger's volume – Stojanović 2008, particularly pp. 11-14). One of the most effective ways of showing (at least some aspects of) the superiority of the Austrian approach is revealed again by Stojanović (2007, pp. 178-80) when he elaborates the Austrian views on price analysis. Equilibrium prices are never attained – thus Stojanović interprets the Austrian views – and analysing the „equilibrium prices“ means studying things which never come about in real life instead of investigating actually realized disequilibrium prices which are a conspicuous and inextricable part of living economic reality.

4. Property Rights, Rule of Law and Other Key Concepts

A number of known and widely accepted things are elucidated in a particularly transparent and educationally efficient way in this book. Such is demonstration of the significance of the assignment of property rights (pp. 13-15). Many will like the Pejovich's very definition of property rights – despite the fact, or perhaps on the account of the fact – that it has a distinct Marxist ring: these are the „rights /that/ define relations among men that arise from the fact of scarcity and pertain to the access to scarce goods“. The

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

sequence of steps in the explanation of the significance of the property rights allocation is carefully selected and thoughtfully carried out. The first step is, as it should be, the concise but complete and exhaustive discussion of the Coase theorem. But the world does not rest on the foundations described by the assumptions incorporated in that theorem. At this happily chosen point Pejovich introduces two enormously important concepts: the *transaction cost* and the *impact of (allocating) the property rights on the value of physical objects*. The Coase theory comes out as just an expositional device while a legal superstructure – the assignment of property rights and all implied elements of their legal formalization – turns out to be a mighty determinant of the value of resources. The analysis here is simple and done by means of a straightforward arithmetical example; yet, it is incisive, deep and illuminating. For those who like getting considerable mileage out of not too big intellectual efforts this workout of interdependencies of legal and economic concepts will be appreciated as almost ideal. Pejovich exposition of these issues is *efficient*. The term here is used not in his but in the traditional sense: the reader gets a lot of understanding (the result!) on the basis of not such a big effort. The exploration here is reminiscent of the brilliant De Soto's (2000, pp. 44-5) deliberations on the role of legal superstructure in converting physical objects into capital. Especially reminiscent it is of his famous metaphor of the lake which, in order to deliver the precious potential power has to be complemented with a power station; the station is the metaphor of legal arrangements in the absence of which the lake (the metaphor of legally not formalized objects) cannot unleash its valuable energy potential.

All of us have definite notions of capitalism. And most of us believe that we could define it fairly accurately and without major difficulties. But should it come down to really defining it, we might discover that the thing is nearly not as simple as anticipated at first thought. Pejovich does it for us, and, indeed, in an unusually clear, precise and intellectually appealing way. He identifies four basic ingredients of capitalism, the components without which it cannot be imagined, not to speak about analytical usefulness of the concept. Here, again, the definition appears to be in a way indirect, not in the way of describing the semantic contents of the notion but by bringing out its key constituents. Though indirect, this manner of determining this frequently used term turns out effective and truly telling. His four ingredients strike one as almost self-evident, but if one were to identify them by himself, one would meet with difficulties to bring them forth in such a persuasive way. The component parts of capitalism, which simultaneously come out as its determining traits, are in Pejovich's conceptualization (1) private property

rights, (2) the law of contract, (3) independent judiciary and (4) constitution (p.41). Classical liberalism did not automatically amount to capitalist order but a number of changes had to be effected. These changes are almost as important as the defining features of capitalism: (1) strong enough formal institutions had to be developed to protect individual liberties (one is tempted to add *human rights*), (2) an institutional machinery had to be erected to protect the private property rights, (3) incentives had to be developed to reduce the transaction costs of exchange, and (4) competitive markets had to be developed and an institutional scaffold built to maintain them competitive for an indefinite time (p. 41).

Not a few readers will be pleased with the Pejovich's definition of the rule of law; the term is widely used but its precise contents are not widely known and the meaning of its components is not generally understood. Based on pathbreaking propositions of Hayek and Leoni, the rule of law is also defined by its components which are (1) the absence of arbitrary power on the part of the ruling elite so that no discriminatory laws are enacted favoring specific groups or even individuals, (2) equality before the law implying that all citizens, including the members of the political directorate, are subject to the same legal provisions, and (3) a well defined and consistently applied procedure for replacing the political directorate once its mandate is out; K. Popper would emphasize the peaceful character of this change of the ruling cluster. Apart from this, the rule of law protects competition, freedom of exchange and individual liberty. The constitution as the legal fulcrum of the rule of law performs itself a number of critically significant and irreplaceable functions. To begin with, (1) it serves as a guideline for all laws and other legal acts which have to be consistent not only with constitutional principles but in more important instances also with the letter of the constitution, (2) it protects the rights of individuals against all imaginable encroachings and, most of all, against infringements by the majority, and (3) the constitution is there „to eliminate or at least substantially contain the discretionary use of power“ (p. 68) by all branches of government and the associated state bureaucracy. This revives the memory of an extremely apt adage launched by late B. Horvat, which he coined based on some widely applauded liberal slogans: citizens are allowed to do whatever is not prohibited by law; the government officials, on the contrary, are permitted to do only what is explicitly provided for by the law.

The treatment of democracy and its relation towards constitutional provisions and basic principles deserves special emphasis. Pejovich is not particularly enthusiastic about democracy. This should come as no surprise in view of the fact that so many thinkers of towering profile and

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

significance, including the pioneering figure of Tocqueville, had a similarly reserved and low profile stance. Reading this book will help one to understand certain fundamental features of social organization and its political superstructure. To begin with, democracy by itself does not and cannot protect individual liberties and human rights. That has to be secured by some other institutional devices. Deep and irremovable constitutional guarantees of these liberties and rights seem to be the only so far discovered and tried out in practice way of safeguarding these indispensable ingredients of a free society. Democracy needs free people whose rights are effectively protected on a lasting basis. People whose liberties are curtailed, who are not free to decide as they see fit and not allowed to participate in public debates cannot be efficient and worthy actors of democratic processes. Constitutional guarantees are also needed to prevent some possible and occasionally quite likely aberrations and abuses of democracy; without such guarantees, *exempli causa*, there is nothing to prevent the majority of citizens to vote *democratically* a set of decrees by means of which the property of the well-to-do citizens would be divided among those less endowed; and that would quite clearly be the beginning of the end of a civilized society. Constitutional guarantees are there to prevent democracy from undermining itself through its own *democratic* means.

Moreover, the democratic rules of the game are far from being uniquely determined. There are many sets of rules and not all of them are equally efficient nor do they fit equally to all, otherwise widely differentiated, social circumstances. There must exist a deeply laid down institutional groundwork, a set of rules which precede democratic processes and are above them, which will define the procedures through which democratic decisions will be made and choices effectuated. Constitutional rules defining democratic procedures are *not* enacted in the usual manner, similar to the enactments through which the ordinary laws are brought to life. Constitutional rules are created in (very) special ways, under unusual circumstances and by very special decision bodies, most frequently by constitutional assemblies called as a consequence of extraordinary needs. Thus there are two clearly distinct levels at which the macropolitical decisions are made. One is the fundamental, deeply placed level at which the rules of the game are shaped; one could hope that an all-encompassing social consensus could be reached on that. The other level is deciding within such constitutionally defined framework, playing the game by the rules formalized through the constitution. The importance of constitutional principles and wisely set rules of game cannot be overemphasized; hence the intellectual weight and practical importance of what has come to be called

constitutional engineering (Sartori 1997/1974/). On playing the game within the set of constitutionally set rules and on adjusting the rules to the changed circumstances and exigencies of time Pejovich had to convey quite a number of interesting thoughts which, however, cannot be recounted here. A review of a book cannot be a substitute for the book itself.

A few additional thoughts can be added nevertheless. Constitution has to reflect the fundamental consensus on how the political game should be played. Consensus is not an easy thing to reach, particularly in the societies markedly divided along certain lines, e.g. by being ethnically heterogeneous. This is why the constitution should not and in fact must not be broad, stuffed with material of little relevancy and extended into areas not having the constitutional weight in the sense of shaping the rules of the game. Encompassing just a few, but truly essential things, the constitution must be strictly and uncompromisingly selective. By not being selective, the constitution runs the risk of bringing in some issues not relevant to the constitutional purposes and yet divisive and imposing themselves as obstacles in reaching greatly needed consensus. But, along with being concise and selective, narrow pointed and sharply differentiated vis-a-vis the rest of the low priority legal material, the constitution has to be exhaustive. Exhaustive in the sense of defining the rules of political competition unequivocally and leaving no doubts as to the pertinent procedures for unfolding of various political processes.

An essential feature of any good constitution is a reliable provision for the division of powers. Political establishment armed with broad and even expanding authority is a grave danger in any society. The governmental machinery that goes with it is incomparably stronger than any other social formation or structure, whatever the number of people assembled around it. Should the political assemblage prove compact and monolithic, there will be no other creation, political or otherwise, in the society having sufficient power to tame the potentially alienable state. The only social force having sufficient power to tame the government is some part (parts!) of the government itself. This is the deep and unquestionable meaning of the division of powers. The explanation of the importance of such division belongs to the great merits of this book. The elaboration of this issue is the more important the less a country has progressed along the path of the division of powers. Having so far been unsuccessful in this rather peculiar political development, Serbia should be a fertile ground for such a doctrine. Disseminating the understanding of the division of powers could therefore produce valuable effects in this environment, of course to the extent that the ideas matter in the formation of the broadly conceived institutional

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

scaffolding. One of the desirable features to be built into constitutional framework are „the high costs of changing the constitution“ (p. 81) to provide for its stability. Stability is an overwhelming issue which deserves to be dealt with in a separate paragraph.

As a core and, in a way, a postament of the legal system, the constitution has to share the basic normatively defined features of the legal order itself. As the most significant role of the legal order is coordinating decisions in a decentralized environment as the corresponding collection of laws can that achieve only by being stable, so the constitution itself has to be stable and, in particular, not be subject to frequent, sudden and unpredictable changes. In a legal order worthy of its name the constitution and the laws apply equally to everyone and the market participants and other agents in a society draw valuable information about decisions taken by others. In a world of interdependent decisions coordination is only possible if the decision makers have (feasible within the socially verified limits) information on the decisions of others; this information comes from the knowledge that all relevant social agents go by the same, generally known and equally applied laws. Pejovich strongly emphasizes the importance of the transparency and the stability of the constitution and rightly concludes that a highly desirable feature of the constitutional order is institutionally built in *difficulty of changing the constitution*. His illustration, taken from the USA constitutional order is startling and awe-inspiring (pp. 67-8): the initiatives for constitutional changes can be undertaken by a broad variety and a large number of actors, but the procedure of corresponding adjustment is so involved and to such a degree multi-tiered that a mere 6% of population can block the action and prevent the change.

Constitution is the central element, a real fulcrum of the rule of law. Pejovich could not have been more energetic and more persuasive – and this author could not have been more firmly convinced – in the passages devoted to the rule of law. As mentioned above he puts it before democracy and treats it as a precondition for sustained and lasting democratic order. Constitution and the rule of law precede democracy both in a logical and a functional sense. His opposition to the claims that democracy should be taken as a precondition of successful growth leaves no doubts regarding this issue and his refutation of such views could be taken as definitive. Rather than democracy, with its not easily predictable whims and idiosyncrasies, particularly if it is not constrained by well structured constitutional framework, he points out the rule of law, which can only lean on constitution and derive from it, as a major stimulus to rapid and sustained economic expansion. Referring to other authors makes his argument additionally

persuasive. Especially important is the rule of law as a source and guaranty of property rights which – as demonstrated to the necessary detail – if stable and well protected predictably channel resources into the highest value uses. As a core component of institutional arrangements in the economic field, property rights – again, if reliable and constitutionally protected – eliminate the otherwise unavoidable bias towards simultaneous exchanges. This is a way in which it enormously expands the range of accessible economic options and impressively raises the growth potential of the economy.

4. Common Law as a Basis of Institutional Framework of the Economy

Common law is deeply immersed into the huge expanse of informal institutions and represents a first natural step in their formalization. It should therefore come as no surprise that much space is devoted to it and that most of the keynote argumentation is developed around it. The author introduces two major, mutually juxtaposed traditions in the development of the modern legal system and describes the difference between the two with great clarity. Only the principal point of this juxtaposition will be brought out here. Common law is made by judges and develops continuously, organically and very gradually through concrete resolutions of the litigated cases. The precedents in the courts decisions have special weight. Legal knowledge and wisdom are systematically accumulated through the precedents. Precedents bind the judges and serve as obligatory guidelines for deciding all analogous future cases. Historically speaking, the common law outcometed its then-existing alternative of law merchant thanks to a number of advantages the principal among which seems to have been a peculiar kind of legal continuity. Rather than having „...in each recurring case...to enter upon its examination and decision as if all were new, without any aid from the experience of the past, or the benefit of any established principle or settled law“, the common law used systematically and in an orderly fashion the accumulated knowledge and experience of the, possibly long, past. In the practice of its rival law merchant „...each case would in turn pass away and be forgotten, leaving behind it no record of principle established, or light to guide, or rule to govern the future“ (from a rather important court verdict cited on p. 31).

The just pointed out differences between the common law and the law merchant illuminate quite well the differences between the two legal traditions, the common law and the continental tradition. The continental tradition is based on legal engineering, on having legislative bodies enacting important, comprehensive and frequently voluminous laws. Continental tradition involves big steps in legal formalizing various areas of economic

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

and social life, it implies massive inroads into the unknown. It is therefore vastly inferior in dealing with uncertainty, it creates and suffers the hazards associated with big steps in social change. It loses the benefits of learning by making small steps and utilizing the information acquired at each step in designing the next one. In short, it loses all benefits of piecemeal engineering whose merits Popper (1883/1871/, Vol. I, pp. 208-10, 375-7; Vol. II, pp. 138-40) described in such a magnificent manner. Common law thus appears to possess two imposing advantages: (1) it draws its matter to be regulated directly from life and follows real events as closely as possible in an area of formal regulation of human relations, and (2) it is a system which learns intensely and continually and which, moreover, remembers what it learns in the course of time. Common law generates impressive quantities of knowledge and preserves it in a systematic way. Systems regulating human affairs are as a rule comparable through the amounts of knowledge and quantities of relevant information which they generate and preserve; on that account common law fares extremely well.

The author demonstrates that common law is efficiency friendly and, moreover, that it predictably tends to increase that precious characteristic in time. The demonstration of this efficiency friendliness and of its rising tendencies through time is simple, easy to understand and yet fascinating. Judges are motivated to augment and preserve their professional standing and not to have their decisions reversed by higher courts. The total set of precedents, along with a multitude of cases decided one way or the other, contains the current legal rules which are still in effect due to the very nature and role of the precedents. Judicially resolved cases are by the logic of the functioning of judiciary contested and relitigated. Inefficient rules are incorporated in not so well decided cases which stands a relatively high chance to be relitigated and reversed. Due to the higher costs, as compared to the costs implied by the efficient rules, the inefficient rules will be more frequently reviewed and face a bigger probability of being discarded. With more efficient rules having a higher probability of survival and with the inefficient ones being gradually eliminated, the system moves in time to higher and higher degrees of efficiency. The growth of efficiency is structurally built into the system. This is what makes the system itself and Pejovich's analysis of its dynamic efficiency friendliness so fascinating.

Yet, it looks that one could discover here little stretches for additional improvements. People don't contest cases because the rules implied by their resolution are inefficient in the sense of imposing „the costs...greater than the costs imposed by inefficient rules“ (p. 145). People contest cases, and thus call into question the inefficient rules implied by

them on account of them serving as precedents, not because of high costs and not because they are particularly obsessed with efficiency, but simply because they hold them as being unjust. When it comes down to courts, people are not after costs and efficiency but after justice. Fortunately, there is a strong and easily demonstrable connection between justice and efficiency. Justice calls for everyone being given what he rightly deserves and what could be more efficient than associating rewards with efforts, giving anyone what he deserves, what he ultimately has created and produced. The connection between justice and merit, i.e. between what is right and what is contributed by any given individual, is contained in the age-long, truly old wisdom. It is clearly expressed in the Latin adage: *Tria sunt iuris praecepta: honeste vivere, alterum non laedere, suum cuique tribuere*. The part underlined here expresses exactly the idea of justice being equivalent with individuals being rewarded in accordance with their productive contributions. Justice is efficient as well as is freedom development promoting. Justice turns out unmistakably efficient, though in a somewhat mediated way.

There remains a big and in a way unpleasant query. The entire book is a strong plea for acknowledging the informal institutions as a strategic, all-important determinant of economic development and social advance. Many propositions expounded in the books could be cited to support the author's insistence on informal institutions and inability of governmental action to realize the ardently desired economic expansion and general social advance. One citation will suffice: „Evidence supports the importance of informal rules. If economic development is merely a function of formal institutions and growth policies why has it been so difficult for so many countries to develop? How does one explain the fact that in multicultural countries some ethnic or religious groups consistently outperform others?“ (p. 155). A powerful source of efficiency is discovered in the process, driven by judiciary, by which the culture and tradition of a community are by means of precedents converted into formal institutions.

But, as strongly emphasized in Ch. 14, not all formal rules are development promoting and efficiency friendly. There are institutions which are utterly conservative, growth inhibiting and in some aspects even inhuman. One should only think of values and customs of some landlocked African countries or some countries in the Middle East. What benefit could have been derived by relying on such backward mores and behavioral attitudes? Would have Kemal Atatürk done better by not having destroyed – as it seems in a drastic way and by using a lot of (a threat of) force and coercion – the old customs and behavioral patterns and by attempting to lean

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

his strategy of social improvements on the ancient ways and means of the ancestors? It looks as if relying on tradition is o.k. if the tradition is human and in a sense of high quality. But what do we do in the societies in which tradition is not a part of and not a way to the solution, but indeed the central *problem* and the key impediment to any kind of social advance? One is almost tempted to infer that there are lucky and (extremely) unlucky societies. In the first ones informal institutions are efficiency friendly and admirable in a number of other ways; in such countries even the formal institutions will tend to be superior as compared to other societies. In the latter countries, the *unlucky ones* neither formal nor informal institutions seem to be likely to demonstrate the needed quality. This sounds like the doing of the finger of destiny: in some countries outcome promises to be satisfactory whatever avenue of institution building is chosen; in other countries nothing works. Is this a fundamental questioning of the Pejovich's analysis?

In all likelihood – *not*. One line of defense would be that how ever gloomy, Professor Pejovich's description might amount to a fairly realistic account of the world and its dynamics. It is indeed true that traditionally trapped countries have remained underdeveloped for a very long run now. It is also true that many have made desperate attempts to extricate themselves from the bondage of backwardness, mainly through the actions of the state, by enlisting powerful bureaucracy and relying on coercive means. That, too, proved unsuccessful despite the fact that it looked for decades (and was believed by decades!) that it could work. Now that the world's socialist system has been swept by the winds of history, that looks quite persuasive. With or without such and such policies, who is underdeveloped will remain poor; and vice versa. The finger of destiny comes back into the picture. Yet, Pejovich opens a narrow, barely visible window of opportunity. By introducing the pathfinders and unconventional entrepreneurs into his conceptual framework he brings in the promoters of change, the actors capable of changing even the system of informal institutions. But one has to make sure that they don't get killed or devoured, just gulped down in the course of this noble undertaking. They need protection in a society in which human rights don't count, the liberties are unknown and the individual is nothing in comparison to collective. Here comes the most questionable point in Professor Pejovich's analysis. He assumes – better said requires – that the rule of law somehow be introduced. To effect this he is – obviously with grave and conspicuous reluctance – obliged to summon the government, i.e. the state. In order to make or allow the community to *chose* capitalism in a voluntary way, i.e. to move to capitalism without the use of force. He would

accomplish this by having the state introduce (somehow!) the rule of law „admittedly from above“ (p. 168). This is a sort of *deus ex machina* which should bridge the gap between growth impeding informal institutions and the principled determination – which most of us share – that no force and no brutality should be applied in the process.

Many will not buy this *deus ex machina*. Indeed, how likely it is to come about? Introducing the rule of law is by itself a major social change which has to be led and driven by equally respectable social forces. How likely are these forces to show up in a society where backward looking and tradition bound large social strata shape the behavioral patterns and decisively influence the perception of the world. What kind of democracy could give birth to the promoters of the rule of law in a society burdened by such heavy tradition? Some recent events are enlightening in that respect. The electoral victory of Hamas is a telling reminder of the fact that democracy might not be able to create its own preconditions, on which Professor Pejovich offered quite a number of very pertinent thoughts in this inspiring book. It looks as if the vicious circle is closed. There are no social forces around to engineer (in whatever way, provided it doesn't involve brute force) the rule of law; consequently the pathfinders will not be able (and will not dare!) to search new dynamic alternatives in a stagnant society; the informal institutions with heavy imprint of tradition will persist and that amounts to perpetuation of an environment in which neither informal nor formal institutions would be able to produce any sort of significant social advance.

But, suppose the *deus ex machina* gets activated in some miraculous way. What would the resulting scenario look like? It could take an awful lot of time for some vigilant minority to show up and to notice the appearance of legal security safeguarding the rights and freedoms. Another long time interval would be needed for them to convince themselves that the change is not temporary, not a fleeting light in otherwise dark surroundings. Some more time would be needed to start acting and a lot of additional time to move the margin of acceptable behavior. That is perhaps not task for just one generation, but is it logistically feasible for several generations to participate and to pass on the message and the operations under way from one set of hands to another? The upshot of these deliberations looks almost as gloomy as in the foregoing scenario in which these agents of change don't show up at all. Too much time has to pass before anything moves, be it by a tiny notch. The horizon of change is not quite infinite, but almost. For analytical purposes the two horizons might with little risk be taken equivalent.

5. Obstacles and Prospects of Societies in Transition

Much of what can be told on this subject is implied by the conclusions arrived at in the preceding section. The transition societies seem to be captured by the merciless grip of the hand of the past. Time dependency seems to work over exceedingly long periods. In a lecture delivered before the Serbian Economic Society professor Vukotich from the University of Donja Gorica said that transition had not been the task for just one generation. Several generations will have to burden the task and it remains to see how the performance will unfold with time. Informal institutions differ significantly among various transition countries. Throughout the book, especially in chapters 14 and 15, that far-reaching proposition is theoretically developed and empirically demonstrated. Informal institutions impose themselves as irremovable constraints upon the formal ones, the entire arrangements differ a lot, the functionings of these economies are set apart significantly and as a consequence their performances are conspicuously at variance. All these discrepancies are narrowly connected with history. The countries having belonged to the Western cultural circle have encouraging institutional developments and superior economic performance and in the countries having belonged to various shadings of the Oriental culture the situation is approximately the opposite with little hope to entertain. The situation of the imprisonment of the past is clearly evidenced: those who had institutionally distorted past are forced to struggle with similar difficulties nowadays. The road to prosperity leads through having had an emancipated, modernization encouraging past. The key to future progress is to be found in a particular history. But since, as the Greeks said, not even the gods could change the past, this finding hardly amounts to prescription for economic policy and institutional change.

Just to start moving towards capitalism, somebody will have to do something about it. It looks as if the system, the way it is structured now, will not set for capitalist values and the resulting institutional paraphernalia all by itself. That would only happen if the sole reason for past institutional stagnation had been a grave obstacle which is now all of the sudden removed. That clearly is *not* the case. Once the question of who is to push the existing anachronistic system towards capitalism pops up, most people think of the state. That in fact was the way in which *all* transition ventures have been initiated: it was through a colossal social engineering undertaking that the system was to be shifted into a state of extraordinarily reduced administrative steering and bureaucratic coordination. The general idea was to revert to the market coordination and thus decisively to reduce the

amount of engineering in the system. This entire enterprise amounts then to arriving at a monumental reduction of engineering (meaning central planning and the things associated to it) by means of an undertaking which is by itself a massive engineering venture! It should have taken a lot of courage to get to believe in feasibility of this oxymoronic business. The things that are logically contradictory have little chance to be well implemented in practice. Pejovich would probably say, and many of us would agree, that the entire grandiose action proved to be unsuccessful as it should have been predicted. More precisely, the mismatch turned out to be an increasing function of the gap between traditional culture with its informal institutions, on the one hand, and the panoply of modern market institutions, on the other.

The building of capitalism by the state, the imposing it „from above“ is a grand policy option which Pejovich decidedly rejects. Capitalism cannot be imposed through governmental interventions because it inevitably gets into a headlong collision with the (traditional) informal rules. The author is not willing to enlist the help of the state because, being a hardhearted liberal, he doesn't like the sound of it and is ready to dispense with it wherever possible. By the way, his position on the role of state is consistent and consistently *minimalist* (it is clearly articulated throughout the book and just by way of a sample pp. 130-1 and 158-9 could be cited). He only goes as far as to admit the „government to be strong enough to protect the rights of the governed...The necessity of transferring some...powers from individuals to...governments opens...to expand...the role of the state and...to wipe out individual rights“ (pp. 41.2). This is the point at which one could safely predict that the number of dissenters with the view just expressed is likely to be the greatest. It is interesting that a stand on the role of the state is taken in the article „Affraid to be free...“ which is happily incorporated into the book as an appendix to chapter 4. Buchanan seems to be a little more lenient towards the state when he says that the state should supply „...a network that functions within a collectively-imposed legal structure that protects persons and property and enforces contracts while at the same time financing those goods and services that are most efficiently shared among many users“ (p. 55). Being, among others, a public finance specialist, Buchanan cannot simply bypass a number of state functions that some of us could easily overlook. The point here could be that, despite difference in shadings, there is certainly no contradiction between the two views.

Being as much devoted as possible to minimizing the functions of the government, Pejovich himself appeared to be unable to bypass it. He had to turn to the government to provide the legal wheelwork of the rule of law, the *deus ex machina* discussed in the precedent section. At this point, it only

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

remains to ask the question to what degree would that be feasible from a public choice theory point of view. All governments *love* interfering directly with resource use, they *adore* controlling all kinds of resources, both real and financial. The more, the better. What kind of noble government it takes to abstain from meddling with resources directly – the meddling which is such an abundant and sweet source of power - and proceed to create the rule of law architectonics which will not only deprive it of power but in many ways tie its hands.

The roadmap proposed by Professor Pejovich is a complex and very extended one: the rule of law, the effective protection of rights and freedoms, the appearance of the pathfinders ready to relinquish the old proven ways of work and life, the shifting of the margin of acceptable behavior, the joining in of other less enterprising members of society...How many decades would all this take? Perhaps Professor Vukotich was right in thinking of it as a job to be performed by several generations. Perhaps all this is true; due to hazards of an overdone engineering the alternative path could, beside being disastrous, take even more time. Especially if on adds in the time needed to amend the damages that are likely to be created by too much engineering which in all likelihood is implied by the alternative to Pejovich's path. Perhaps all that is about to turn out true, but it is too awful to be believed. Some of us will flee from this unpleasant picture without looking back. No matter whether it is true or not.

The upshot of the principal argument of this book is then to some extent disturbing. Some aspect of the main conclusion might appear to be in need of some additional clarification. The conclusion is on p. 168. It says that the rule of law, enacted „admittedly from above“, would produce incentives (and reduce transaction costs) „of freely choosing individuals to determine the direction of institutional changes“. However, that does not mean that they (who – pathfinders, i.e. pioneers, or people at large?) will chose capitalism. To the question of whether they will chose it the author gives an explicit answer: „I think not“. To remove any doubt about the character of the answer, Professor Pejovich adds equally explicitly: „The freedom of choice does not guarantee that individuals will chose capitalism“ (p. 186). But immediately after that, in the very next sentence, the author seem to have transformed himself into an essentially more optimistic observer. Here he says: „I conjecture...that, in an environment that guarantees the freedom of choice and private property rights, capitalism will win in competition with other types of institutional arrangements“. It looks as if we have two Pejovichs: the one that does *not* think that individuals will freely chose capitalism and the other one who believes that capitalism will

win in competition with other systems. Could all this mean that capitalism will prevail despite the disinclination of individuals to accept it and to lie with it? As for the present writer, it is kind of handy to have *two* such opinions: the first one is attractive because it is certainly more pleasant, and the second one has quite a different appeal on account of its being perhaps closer to truth. Of course, these are just assessments and conjectures; when it comes to matters of transition and to the choice of grand organizational alternatives for entire societies, no one can claim to be in the possession of the definitive truth.

6. Conclusion

Should one adopt the degree to which a book inspires thought and gives rise to new ideas as a criterion of its evaluation, then a very high mark would have to be awarded in this case. The inspirativeness of amount and breadth of insights /elucidations/ generated by the book has to do with both the matter dealt with and the author having launched this fascinating study. The subject matter of the book relates to grand issues of how to organize the very base of a contemporary complex society and will never lose its irresistible appeal. The author, on the other hand, is markedly uncompromising, opting for consistent and utterly clear solutions and always unequivocal in expressing his not always shared and not regularly acclaimed views. The price paid for such a stance is meeting with a multitude quite different and frequently opposite views, but the benefit reaped is consistency, clarity and elegance in analysis. The book can be seen as a sort of manifesto of capitalism. It goes most deeply into what is for capitalism most characteristic and could be taken as a set of its irremovable features. His views are firmly grounded in the basic insights on the very foundations of a private-property free-market economy and are articulated through the fundamental notions and truly contemporary results of institutional economics, property rights economics and public choice theory. Clarity seems to be the ideal which he persistently pursues. That is best revealed by his numerous definitions and accompanying elaborations. This is one of the rare books in which the author is well aware of what he is talking about and, more importantly, makes sure that the same goes for his readers. Especially appealing is his practice of defining frequently met and widely used words, the terms which most readers believe to be completely familiar with; the value of such precise and clear-cut definitions becomes evident only after the reader meets them and absorbs their distilled semantic content.

Analytically, this is not a demanding book. Those who are fond of high-brow mathematics and of lengthy and involved logical developments

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

will not *on that account* be less than enamoured with what it offers on methodological and technical plane. However this should be conceived as a compliment rather than a critical remark about the book. Professor Pejovich is among those who have understood that methodology is not an end in itself but just a means, a set of tools for getting cognitive insights, i.e. reaching legitimate ends of scientific inquiry. The fact that a notable number of very deep, truly basic insights have been arrived at by quite simple methodological devices, such as arithmetic examples or analogies with other phenomena is a great virtue of this book and should be pointed out as an example to follow and imitate. The simplicity of presentation and appropriatedness of used analytical tools have made it possible to produce fertile and significant results in relatively straightforward and easily understood ways. The methodologically mature and pragmatic readers will be grateful for having been given the opportunity to learn a lot with less than commensurate effort. As pointed out in the introduction, this could be thought of as a peculiar and more than wellcome *efficiency*: the book makes it possible to obtain quite a number of results on the basis of not such a large effort. Pejovich is so good in instilling precious knowledge while *not* making life as difficult as one would expect.

The book is primarily analytical and argumentative. Yet, it is not reduced to mere logical deriving chains of theoretical expositions. It is nicely illustrated by brief historical sketches. These sketches are carefully selected and offered with outstanding sense of measure and style. They have two precious features: (1) they bring out truly important and interesting, above all relevant historical truths, and (2) they are extremely effective in the function they are destined to serve – they complement in a purposeful way the theoretical argument and brings it closer to the reader making it more understandable. The same can be said for empirical segments of his analysis: the data are carefully selected, expertly ordered and firmly built into his theoretical analysis. The empirical findings distilled from the data quite closely follow the theoretical argument and make it more persuasive. His simple, transparent and firmly grounded demonstration between economic freedom and development performance will be remembered for long by many readers. As will the fine point that it is an *increase in freedoms* rather than their level that accounts most accurately for the growth performance.

Regarding this empirical probing into the complex world of institutions the same can be said what was said for analogies and arithmetic examples as simple and yet effective ways of deriving the results: empirical analysis is simple but so pointed and adjusted to the general objectives of the study that, again, much is obtained on the basis of less than commensurable

effort. Speaking of the relation between abstract, theoretical analysis and, on the other hand, empirical findings, one should turn attention to an important cognitive fact on which Pejovich with such a valid reason insists. Namely, the wide spread fallacy of comparing the bookish models, i.e. theoretical contrivances, with the systems which have been tried out in economic life and practically exploited – should be done over with once and for all. The two belong to different worlds and must not be compared. The thing that exists is not comparable to the thing that has never existed except in the minds of the critics who were so *critical* to actual institutional realities and – in an epistemological sense – equally *uncritical* to themselves.

One last remark should close this review. Professor Pejovich has written an impressive lot on comparative economic systems, institutions, policies and broader social aspects of economic development. He has been active in this field for decades. Having accumulated an impressive mass of research findings and scientific insights he has acquired a deep understanding of the broadest social determinants of economic development. He is one of the few who have devoted their entire academic life to these broad yet crucial issues of economic evolution and social change. It is not an accident that he, being a lawyer by training and an economist by professional vocation, has been able to see more comprehensively and to understand more thoroughly such a broad area of study as the institutional determinants of economic development. His long work in the field quite predictably made him able to present his views and findings in an ever clearer, more orderly and more profoundly argued way. Many of us will eagerly wait for his next writings, convinced and ascertained that each new undertaking of his brings a host of interesting new results, formally presented in more and more polished, almost aesthetically perfected ways.

References

1. Dahrendorf, Lord *et al.*, ed. (2000), *The Paradoxes of Unintended Consequences*, Budapest and New York: Central European University Press.
2. De Soto, Hernando (2000), *The Mystery of Capital*, New York: Basic Books.
3. Golubović, Nataša (2007), *Društveni kapital*, Niš: Ekonomski fakultet u Nišu.
4. Hayek, Friedrich A. (1998/1960/), *Poredak slobode*, Novi Sad: Global Book.
5. _____ (1990/1988/), *The Fatal Conceit – The Errors of Socialism*, London: Routledge.
6. Poper, Karl (1993/1971/), *Otvoreno društvo i njegovi neprijatelji*, I i II tom, Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod, preveo Branimir Gligorić.
7. Sartori, Giovanni (1997/1974/), *Comparative Constitutional Engineering*, New York: New York U.P.
8. Sekulović, Marko (2004), *Ogledi o tranziciji*, Niš: Ekonomski fakultet u Nišu.

Institutional Roots of Economic Performance - a Review of the *Law, Informal Rules and Economic Performance* by Svetozar Pejovich -

9. Stojanović, Božo (2007), „Ludvig fon Mizes“, D. Lakićević, B. Stojanović i I. Vujačić, *Teoretičari liberalizma*, Beograd: Službeni glasnik, 173-201.
10. _____ (2008), „Uvod: Karl Menger i austrijska škola“, Karl Menger, *Istraživanja o metodi društvenih nauka, s posebnim osvrtom na političku ekonomiju*, Beograd: Službeni glasnik, 5-27.

**INSTITUCIONALNI KORENI EKONOMSKIH
PERFORMANSI**

- Pregledni članak o knjizi *Zakon, neformalne institucije i ekonomske performanse* Svetozara Pejovića -

Ovo je pregledni članak posvećen novoobjavljenoj knjizi naznačenoj u podnaslovu. Posebno su naglašeni važnost problemske oblasti kojoj je knjiga posvećena i elegancija i preciznost odgovarajuće obrade. Svesrdno je podržan u knjizi razvijeni opšti stav profesora Pejovića o institucijama kao kategoriji elemenata kojima se ima pribeci ako se na dosledan i netautološki način imaju objasniti determinante i mehanizmi privrednog razvoja. Različiti institucionalni poreci predvidivo generišu vidno izdiferencirane ekonomske performanse. Institucionalni razvoj je dugoročni proces tokom koga dolazi do selikcije institucija na osnovu njihove sposobnosti opstanka u konkurenciji sa drugim aranžmanima. Zdušno je prihvaćeno Pejovićevo insistiranje na neformalnim institucijama. Ove se institucije sastoje od vrednosnih orijentacija, tradicijom osveštanih načina ponašanja, kolektivnih sećanja i drugih elemenata široko shvaćene društvene svesti. Neformalne institucije deluju kao ograničenja na razvoj formalnih institucija koje su svoju pravnu artikulaciju dobile kroz dve velike tradicije u razvitku zakonskog poretka. To su kontinentalna pravna tradicija i sistem običajnog prava (*common law*). Prednosti ovog drugog sistema nađene su u njegovom organskom, postepenom razvitku i u njegovoj većoj sposobnosti da akumulira i čuva informacije i znanje. Ta prednost je stvar njegovog inherentno decentralizovane prirode. Završni deo rada posvećen je ograničenjima koja neformalne institucije nameću u procesu tranzicije.

Ključne reči: institucije, ustav, pravni sistem, svojinska prava, ugovori i obligacioni odnosi, vladavina prava, tranzicija.



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 27-41
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

BRIK ZEMLJE – POTENCIJALI I PERSPEKTIVE

Prof. dr Ljubodrag Savić*

Rezime: *Jim O' Neill, analitičar banke Goldman Saks prvi put je pomenuo 2001. godine akronim BRIK. BRIK okuplja četiri velike svetske zemlje (Brazil, Rusija, Indija i Kina), koje u poslednjih nekoliko decenija beleže impresivan rast. Pre dva milenijuma, Indija i Kina su bile centar svetske civilizacije. Ubrzavanjem razvoja industrije i svetskog kapitalizma, pre 200-250 godina, ove zemlje su izgubile korak. Perjanice globalne moći do Prvog svetskog rata su postale najrazvijenije zemlje Evrope. Savremeni period razvoja, nakon Drugog svetskog rata, a naročito od pada Berlinskog zida 1989. godine, obeležila je dominacija jedine svetske super sile – Sjedinjenih Američkih Država. Globalizacija je značajno promenila svet. Iako je bila od najveće koristi za najrazvijenije zemlje, ona je snažno podstakla i razvoj do tada uspavanih svetskih džinova, među koje se svakako ubrajaju i BRIK zemlje. Ogromni potencijali, kao i ostvareni rezultati u poslednjih nekoliko decenija, po svoj prilici će veoma brzo i značajno promeniti svetsku sliku bogastva i globalne moći. Da li su očekivanja i prognoze u vezi sa BRIK zemaljama zaista realne?*

Ključne reči: *BRIK zemlje, globalizacija, razvoj, prognoze, perspektive*

Uvod

BRIK je nova ekonomsko-politička asocijacija Brazila, Rusije, Indije i Kine, koja je nastala početkom ovog milenijuma. Početne ambicije ovih zemalja su bile da usaglase vlastite nastupe u prilično složenim i često protivrečnim međunarodnim odnosima. Najnovije zaoštavanje ekonomske

* Ekonomski fakultet Beograd
UDK 330.34; Pregledni rad
Primljeno: 17.03.2009.

krize u svetu, ubrzaće afirmaciju ove do skora neobavezne asocijacije zemalja. BRIK je, između ostalog, nastao i zbog toga što su ove četiri zemlje procenile da SAD i EU više nisu u stanju da globalne probleme uspešno rešavaju i usmeravaju u pozitivnim pravcima [13]. Potrebu jedinstvenije i čvršće akcije izvode i iz procene da će kriza u razvijenim zemljama potrajati znatno duže, zbog čega BRIK zemlje ne mogu skrštenih ruku posmatrati difuzno širenje krize po svetu, koje će pre ili kasnije i njih pogoditi. Rastuće ekonomske teškoće će vrlo brzo dovesti do zaoštavanja političkih odnosa, što može voditi suspenziji principa međunarodnog prava i rešavanja žarišta kriza drugim sredstvima. Uvažavajući ove neposredne razloge, sasvim je izvesno da je „dizanje glave“ zemalja BRIK-a motivisano naglašenom potrebom da ove četiri zemlje, saglasno ogromnom ekonomskom, političkom i vojnom potencijalu, ali i respektabilnoj vojnoj, ekonomskoj i političkoj snazi, mnogo aktivnije učestvuju u raspodeli globalne moći i kreiranju strateških pravaca budućeg razvoja planete zemlje.

Termin BRIK je prvi put 2001. pomenuo Jim O'Neill [4, str. 5] u okviru izveštaja investicione banke Goldman Saks. Prvi neformalni skup ove asocijacije zemalja desio se 2002. godine na godišnjem zasedanju Generalne skupštine Ujedinjenih nacija. Delovanje ove grupe zemalja je bilo konsultativno sve do sastanka koji je održan 15. maja 2008, u ruskom gradu Jekaterinburgu, kada je definitivno odlučeno da ova asocijacija zemalja u narednom periodu znatno čvršće i usaglašenije reaguje povodom svih ključnih ekonomskih i političkih pitanja savremenog sveta. Osnovna platforma delovanja ovih zemalja je reafirmacija vodeće uloge Ujedinjenih nacija, temeljene na principima vladavine međunarodnog prava. Usaglašeno zajedničko delovanje BRIK zemalja u narednom periodu će biti koncentrisano na sledećih nekoliko pitanja:

- redefinisane Saveta bezbednosti Ujedinjenih nacija, gde bi pored sadašnji pet stalnih članica, koje imaju pravo veta (SAD, Rusija, Velika Britanija, Francuska i Kina) taj status dobile i Indija i Brazil, ali i Nemačka i Japan.
- zalaganje preko „Grupe 20“ srednje razvijenih zemalja da se u okviru Svetske trgovinske organizacije uspostave pravedniji odnosi, u kojima ne bi bilo favorizovanja najrazvijenijih zemalja.
- zahtev vodećim međunarodnim finansijskim organizacijama, Svetskoj banci i Međunarodnom monetarnom fondu, da radikalno promene njihovo ponašanje prema zemljama u razvoju.
- uvođenje više rezervnih svetskih valuta, umesto sadašnje jedne (dolar), sa idejom da rezervna valute postane i ruska rublja.

BRIK zemlje – potencijali i perspektive

Očigledno je da BRIK zemlje imaju veoma ozbiljne ambicije da značajnije promene temeljne osnove svetskog globalnog poretka. Da li te njihove ambicije imaju realnu osnovu?

1. Pokazatelji razvoja BRIK zemalja

U poslednjoj deceniji BRIK zemlje su nesumnjivo postale epicentar svetskog ekonomskog rasta. Manje je poznato da je tempo rasta GDP-a ove grupacije, i u poslednje skoro tri decenije (1980-2007) bio dinamičniji od rasta svetskog GDP-a, ali i od GDP-a grupe najrazvijenijih zemalja poznatih pod nazivom G7 (SAD, Kanada, Japan, Velika Britanija, Francuska, Nemačka i Italija). Od 1980-2007. prosečna stopa rasta GDP-a sveta je iznosila 3,6 odsto, SAD 2,9 odsto, zemalja G7 2,3 odsto, dok je GDP zemalja BRIK-a rastao prosečno godišnje po stopi od čak 5,6 odsto [2].

Pri ocenjivanju tempa rasta moraju se imati u vidu ogromne razlike u visini GDP-a BRIK zemalja i najrazvijenijih zemalja sveta. Naravno da je lakše ostvarivati visoke stope rasta na nižem nego na višem nivou GDP-a. Ali ova grupacija zemalja je u skoro svim godinama, u poslednje tri decenije, beležila stope rasta koje su bile i po nekoliko puta više od stopa rasta sveta u celini, kao i grupacije zemalja poznatih pod nazivom G7. Razlike su naročito bile uočljive u drugoj polovini osamdesetih i nakon 2001. godine.

Najdinamičniji rast GDP-a u okviru BRIK zemalja je imala Kina. Prosečna stopa rasta njenog GDP-a u posmatраних 28 godina je iznosila 9,9%, pri čemu je u polovini analiziranog perioda bila daleko iznad 10 odsto. Najvišu stopu rasta GDP-a od 15,2 odsto, Kina je ostvarila 1984. godine. Najduži period visokog i rastućeg tempa rasta GDP-a je zabeležen od 2000. godine [11]. GDP Indije, je u posmatranom periodu rastao prosečno godišnje po 6 odsto, a intenzivniji rast je započeo 2002. godine. Za razliku od ostale tri zemlje BRIK-a, Indija je u 2007. zabeležila nižu stopu rasta nego prethodne godine, pri čemu je stopa rasta (9,3%) i dalje veoma visoka.

Druge dve zemlje, članice BRIK-a, beleže znatno skromnije stope rasta. To se naročito odnosi na Rusiju, koja se, kao zasebna zemlja, prati od 1992. godine, kada je prestao da postoji SSSR. U 5 od 7 posmatраних godina poslednje decenije XX veka, rast ruskog GDP-a je bio negativan, pri čemu je najveći pad (-12,7%) zabeležen u 1994. godini. Nova faza razvoja Rusije je otpočela 1999. godine, od kada Rusija beleži visoke i pozitivne stope rasta GDP-a od 7 odsto godišnje. Rast brazilskog BDP-a je bio znatno ujednačeniji (negativne stope rasta samo u 4 godine) ali je iznosio svega 2,7 odsto, što je na nivou rasta GDP-a Sjedinjenih Američkih Država.

I pored dinamičnijeg rasta, BRIK zemlje još uvek značajno zaostaju u odnosu na najrazvijenije zemlje. U 2007. godini prosek EU-27 je bio preko 32 hiljade dolara. Grupa G7 je bila još bogatija – preko 41 hiljade dolara – dok prosečni GDP po stanovniku u okviru BRIK zemalja nije još uvek dosegao ni 5 hiljada dolara.

Tabela 1. Bruto domaći proizvod po stanovniku, 1980-2007. (US \$)

	1980	1990	2000	2007
EU	8.312	15.424	15.519	32.314
G7	10.533	21.182	26.490	41.139
BRIK	647	1.390	1.729	4.859
Brazil	1.372	3.464	3.762	6.938
Rusija	n/a	576	1.768	9.075
Indija	255	365	442	942
Kina	313	341	946	2.483

Izvor: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, 2008.

U 2007. u odnosu na 1980 godinu, relativna razlika u visini GDP-a po stanovniku prema EU i G7 je značajno smanjena. U 1980. tadašnja EU je imala 13 puta viši GDP po stanovniku u odnosu na grupu BRIK zemalja (bez Rusije). U 2007. ta razlika je prepolovljena i iznosila je 6,6 puta. U 1980. u odnosu na BRIK zemlje (bez Rusije), GDP po stanovniku grupe G7 je bio 16,3 puta viši, dok je u 2007. razlika skoro prepolovljena (8,5 puta). Rezultati bi bili još povoljniji, da je prirodni priraštaj BRIK zemalja umereniji.

Sobzirom na dinamičan rast GDP-a i veliki broj stanovnika, tržišta BRIK zemalja imaju ogroman i rastući potencijal. Stoga i ne čudi što u savremenim uslovima globalizacije dolazi do seljenja kapaciteta iz visoko razvijenih u ove perspektivne zemlje. Sa preseljenjem starih i otvaranjem novih fabrika, ove zemlje ubrzano dobijaju nove tehnologije, upoznaju se savremenim načinima upravljanja, organizacije i marketinga. Sve je to praćeno ubrzanim prilivom stranih direktnih investicija. Novi proizvodi se delom plasiraju na domaćem tržištu, a značajan deo jeftinih i prilično kvalitetnih proizvoda se prodaje na svetskom tržištu. Početno preseljenje prljavih proizvodnji i tehnologija nižih faza prerade, ubrzano ustupa mesto visokim tehnologijama i proizvodima viših faza prerade, što BRIK zemljama pruža mogućnost visokog rasta zaposlenosti, izvoza, industrijskog razvoja i dugogodišnjeg održavanja vrlo visoke stope rasta GDP-a.

U novije vreme, a naročito u uslovima brzo rastuće svetske ekonomske krize, BRIK zemlje će biti najvažniji generator rasta svetskog

BRIK zemlje – potencijali i perspektive

GDP-a. Prve informacije ukazuju da će stope rasta kineskog GDP-a u 2009. biti snižene na 8 odsto, dok će SAD zabeležiti verovatno negativne stope rasta, što će još više smanjiti relativnu razliku u visini GDP-a po glavi stanovnika.

Najdinamičniji rast GDP-a po stanovniku je imala Rusija, tako da je od 2004. godine, među BRIK zemljama izbila na prvo mesto. U 2007. godini, GDP po stanovniku u Rusiji je prešao 9 hiljada dolara (1992. svega 576 dolara), što je povećanje od skoro 16 puta. Nakon početnog rasta, ruska privreda je sredinom 90-ih zapala u duboku krizu, koja je dovela do proglašenja bankrotstva ruskog državnog budžeta, odnosno nemogućnosti vraćanja dospelih stranih dugova. Jelcinova vladavina je obeležena rasprodajom nacionalnih bogastava kroz proces privatizacije, u kome je preko noći izrastao uzak sloj neverovatno bogatih ljudi koji su praktično kontrolisali celokupan život Rusije. Ovo je period slabog sprovođenja zakona, korupcije i neverovatno brutalnog kriminala koji je za kratko vreme od Rusije napravio veoma nesigurnu zemlju. Strani kapital je u Rusiju svraćao na kratko, samo da dobije „poreklo“, odnosno bude „opran“, pošto je uglavnom poticao iz vrlo sumnjivih izvora.

Nova etapa u razvoju Rusije je počela sa dolaskom Putina na vlast. Najpre su, vraćanjem suštinske kontrole države nad strateškim resursima, ispravljene učinjene greške u privatizaciji. Srećna okolnost za Rusiju je bio rast cena sirovina i energije, koji se desio u proteklih nekoliko godina. Ove dve važne činjenice su omogućile Rusiji da uvede red u javne finansije, vrati spoljne dugove i oformi Stabilizacioni fond od 500 milijardi dolara.

Po brzini rasta GDP-a po stanovniku, Kina se među BRIK zemljama, nalazi na drugom mestu. Čvrsta državna kontrola ključnih privrednih procesa i široka sloboda za preduzetništvo, naročiti u malim i srednjim preduzećima, su stvorili vrlo podsticajan ambijent za rast GDP-a. Otvaranje prema svetu, spektakularan rast industrije, veoma dinamičan priliv stranih direktnih investicija su umnogostručili kineski izvoz, tako da su konkurentni kineski proizvodi preplavili svet. Kao rezultat takvog koncepta razvoja, Kina je danas, zahvaljujući najvećim deviznim rezervama na svetu, postala ozbiljan izvoznik kapitala, naročito u zemlje u razvoju.

U 1980. kineski GDP po stanovniku je iznosio svega 313 dolara, odnosno manje od 1 dolara dnevno, što je opšte prihvaćena granica siromaštva. U 1992. godini kineski GDP po stanovniku je iznosio 417 dolara, a 2007. je dostigao 2.483 dolara, što je u odnosu na 1980. više od 8 puta, a prema 1992. godini povećanje od 6 puta. Očigledno je da se tempo rasta kineskog GDP-a u poslednjoj deceniji ubrzava, ali i pored toga, Kina je po visini GDP-a po stanovniku, među BRIK zemljama, na trećem mestu.

Sa 6.938 dolara GDP-a po stanovniku, Brazil se u 2007. godini nalazio na drugom mestu u okviru BRIK zemalja. Slično Rusiji i Brazil je imao teškoća, što se odrazilo na drastično smanjenje GDP-a po stanovniku, koji je 2002. godine (2.867 dolara) bio niži od GDP-a po stanovniku iz 1989. godine (3.403 dolara) Oporavak Brazila je bio spor, zbog čega je tek u 2006. godini, GDP po stanovniku (5.742 dolara) premašio ostvareni u 1998. godini. U odnosu na 1980. godinu, (1.372 dolara), brazilski GDP po stanovniku u 2007. godini je povećan za 5,1 put.

U 2007. godini, po visini GDP-a po stanovniku (942 dolara), Indija je znatno zaostajala u odnosu na ostale tri zemlje BRIK-a. Iako je prosečna stopa rasta njenog GDP-a po stanovniku, u periodu 1980-2007. godina, bila najniža, raduje činjenica da tempo njenog rasta ima pozitivne vrednosti i da se značajno ubrzava u drugom delu perioda. Kao i Kina i Indija je 1980. godine, sa GDP-om po stanovniku od svega 255 dolara, bila ispod apsolutne granice siromaštva. U 2007. u odnosu na 1980 godinu, indijski GDP po stanovniku je povećan za 3,7 puta, dok je povećanje prema 1992. godini bilo za 3 puta.

Učešće GDP-a BRIK zemalja (bez Rusije do 1992.) u GDP-u sveta u periodu 1980-2007. je povećano skoro tri puta. U isto vreme učešće grupe G7 je smanjeno sa 51,5% u 1980. godini, na 43,55 u 2007. godini, a Evropske unije sa 29,2% na 22,7%. Očigledno je da se ubrzano menja struktura svetskog GDP-a u korist grupacije BRIK zemalja.

U okviru BRIK zemalja, najdinamičniji rast učešća u svetskom GDP-u je ostvarila Kina, povećavši svoj udeo sa 2% u 1980. godini na 10,8% u 2007. godini, što predstavlja povećanje od preko 5 puta. Dvostruko povećanje je ostvarila i Indija, sa 2,2% u 1980. na 4,6% u 2007. Učešće ostale dve zemlje BRIK-a, u stvaranju svetskog GDP-a, u 2007. je bilo niže nego u 1980. odnosno 1992. godine. U Brazilu je 1980. stvarano 3,6% svetskog GDP-a, a 2007. godine 2,8%. Učešće Rusije u svetskom GDP-u 1992. je iznosilo 4,2%, a 2007. godine 3,2 %.

U poslednjih 60 godina svetski razvoj je obeležio veoma dinamičan rast spoljne trgovine. U 1948. godini ukupan obim trgovine sveta je bio veoma skroman i iznosio je svega 121 milijardu dolara. Šest decenija kasnije, 2007. godine, ukupan obim spoljne svetske trgovine je dostigao 27.587 milijardi dolara. U isto vreme, odnosno 1948. godine, izvoz sveta je iznosio samo 59 milijardi dolara, a 2007. godine je narastao na neverovatnih 13.619 milijardi dolara, što predstavlja povećanje od 231 put. Očigledno je da je rast međunarodne trgovine, odnosno izvoza, postao ključni faktor svetskog razvoja.

BRIK zemlje – potencijali i perspektive

U proteklih šest decenija značajno se promenilo učešće pojedinih zemalja, odnosno regiona u svetskom uvozu. U 1948. učešće grupe G7 je iznosilo 45,5%, a 2007. iz ove grupacije je poticalo 37,5% ukupnog svetskog izvoza. U isto vreme grupacija BRIK zemalja je povećala sopstveno učešće u svetskom izvozu sa 7,3% u 1948. na 13,7% u 2007 godini. To povećanje je pre svega rezultat neznatnog povećanja udela Rusije, i neverovatnog porasta učešća kineskog izvoza u ukupnom svetskom izvozu. Izvoz Kine je „ekspolodirao“ u poslednje dve decenije. U 1948. on je iznosio svega 0,9% od svetskog izvoza, a u 2007. je dostigao 8,9% svetskog, što je povećanje od skoro 10 puta. Nijedna druga zemlja nije zabeležila takvu ekspanziju izvoza kao Kina.

Tabela 2. Svetski izvoz (milijarde dolara i procenti)

	1948	1973	2003	2007
Izvoz – milijarde dolara	59	579	7.375	13.619
G7 - %	45,5	50,2	43,6	37,5
Nemačka	1,4	11,6	10,2	9,7
SAD	21,7	12,3	9,8	8,5
Japan	0,4	6,4	6,4	5,2
Francuska	3,4	6,3	5,3	4,1
Italija	11,3	5,1	4,1	3,6
Velika Britanija	1,8	3,8	4,1	3,2
Kanada	5,5	4,6	3,7	3,1
BRIK - %	7,3	6,3	10,1	13,7
Brazil	2,0	1,1	1,0	1,2
SSSR, Rusija	2,2	3,7	2,4	2,5
Indija	2,2	0,5	0,8	1,1
Kina	0,9	1,0	5,9	8,9

Izvor: World Trade Organization, International trade statistics 2008.

U 2007. godini, lider svetske trgovine su bile SAD, sa 11,3% učešća. Na drugom mestu je bila Nemačka, sa 8,5%, dok je Kina bila na visokom trećem mestu sa 7,7% učešća. Učešće 15 vodećih zemalja u svetskoj trgovini u 2007. godini je iznosilo 69,4%, dok je učešće ostalih zemalja sveta, među njima i ostale tri zemlje BRIK-a jedva prelazilo 30%.

Ukoliko se posmatra izvoz, poredak vodećih zemalja se menja. U 2007. Nemačka je bila na prvom mestu, sa 1.326 milijardi dolara izvoza, učešćem od 9,5% u svetskom izvozu i ostvarenom vrlo visokom stopom rasta od 20%. Kina je bila na drugom mestu, sa 1.218 milijardi dolara izvoza, učešćem od 8,7% u svetskom izvozu i zabeleženom neverovatno visokom stopom rasta od čak 26%. SAD su bile na trećem mestu sa 1.162

Ljubodrag Savić

milijarde dolara izvoza, što je činilo 8,3% ukupnog svetskog izvoza. Po visini izvoza u 2007. godini, Rusija je bila na 12 mestu, sa 355 milijardi dolara izvoza i 2,5% učešća u svetskom izvozu, Brazil na 24 mestu, sa 161 milijardom dolara izvoza i 1,2% svetskog izvoza, a Indija na 26 mestu, sa 145 milijardi izvoza i učešćem od 1% u ukupnom svetskom izvozu. Što je još važnije, stope rasta izvoza ove tri zemlje od 17%,17%, i 20% su bile vrlo visoke, što znači da će relativno učešće izvoza ovih zemalja u svetskom izvozu i u narednom periodu nastaviti tendenciju rasta.

Tabela 3. Lideri izvoza, 2007. godina - (milijarde dolara i procenti)

zemlja	rang	vrednost	učešće	godišnja stopa rasta
Nemačka	1	1.326	9,5	20
Kina	2	1.218	8,7	26
SAD	3	1.162	8,3	12
Japan	4	713	5,1	10
Francuska	5	553	4,0	12
Italija	7	492	3,5	18
Velika Britanija	8	438	3,1	-2
Kanada	10	419	3,0	8
Rusija	12	355	2,5	17
Brazil	24	161	1,2	17
India	26	145	1,0	20
Svet - ukupno		13.950	100,0	15

Izvor: World Trade Organization, International trade statistics 2008.

U 2007. Kina je bila apsolutni svetski lider u izvozu odeće (33,4% svetskog izvoza), tekstila (23,5% svetskog izvoza), kancelarijske i telekomunikacione opreme (22,9% svetskog izvoza, prosečna godišnja stopa rasta od 2001-2007 od 35%), kao i gvožđa i čelika (10,9 odsto svetskog izvoza), pri čemu je prosečna godišnja stopa rasta od 2001-2007. bila neverovatnih 42 odsto, a 2006. čak 69 odsto. Stope rasta izvoza navedenih proizvoda su bile drastično više u odnosu na zemlje, koje se nalaze na drugom i trećem mestu, što znači da treba očekivati da će Kina, bez obzira na svetsku ekonomsku kruznu i dalje ostati lider svetskog izvoza u navedenim proizvodnjama.

2. Potencijal BRIK zemalja

Nema sumnje da će globalni uticaj BRIK zemalja rasti, pošto ove četiri zemlje raspolažu sa petinom svetske teritorije i u njima živi 43 % svetskog stanovništva. S obzirom na snagu i naglašenu dinamiku razvoja BRIK zemalja, skoro je izvesno da će uskoro doći do neizbežne izmene

BRIK zemlje – potencijali i perspektive

redosleda vodećih zemalja. Naravno niko danas, naročito u vreme žestoke ekonomske krize, koja je pogodila svet, sa sigurnošću ne može prognozirati kada će se to desiti. Neki autori otvoreno sumnjaju u dugotrajnost ove moguće promene, naglašavajući da ove zemlje tek treba da se suoče sa brojnim i teškim problemima, što će znatno usporiti dinamiku njihovog razvoja.

Prema procenama banke Goldman Saks, BRIK zemlje će do 2032. godine prevazići grupaciju zemalja poznatih po nazivom G 7, a 2050. godine redosled najrazvijenijih zemalja će biti sledeći: Kina, SAD, Indija, Brazil, Rusija. Dakle, među pet vodećih zemalja, četiri bi trebalo da budu iz grupacije BRIK zemalja. Džim O' Nil, poznat kao kreator kovanice BRIK i dugogodišnji zastupnik ideje o dinamičnom napretku ove grupacije zemalja, upitan da li i dalje ostaje pri istim prognozama je odgovorio: „Nikada nisam bio siguran oko toga i zato sam uvek govorio da bi taj scenario mogao da se dogodi, a ne da će se zasigurno i dogoditi. Međutim i pored svega, ironija je da bi se ekonomski uspon pomenutih zemalja iz BRIK-a mogao desiti i brže nego što se predviđalo“ [9].

Sa kakvim potencijalom raspolažu i kakve rezultate, u odnosu na svet, ostvaruju BRIK zemlje? [12] Rusija je teritorijalno najprostranija zemlja na svetu, dok se Kina (3), Brazil (5) i Indija (7) nalaze među sedam po površini najvećih zemalja sveta. Sa preko 2,5 milijarde stanovnika, Kina i Indija su najmnogoljudnije zemlje sveta, dok su Brazil i Rusija zemlje sa najvećim prirodnim resursima na planeti. Dobra kombinacija brzo rastućih tržišta, relevantnih svetskih zaliha sirovina (Brazil) i energije (Rusija), kao i ogromne vojne moći (Rusija), obezbeđuju sasvim izvesnu perspektivu uspešnog razvoja grupacije BRIK zemalja i u narednom periodu. Prirodno je očekivati inteziviranje saradnje unutar grupacije BRIK zemalja. Naročito, kada se zna da su sve vodeće svetske institucije (MMF, Svetska banka, Svetska trgovinska organizacija) skrojene po meri najrazvijenijih zemalja, i da su najčešće u funkciji zaštite interesa bogatih i moćnih. Većina zemalja sveta, naročito nedovoljno razvijenih, se odavno zalaže za uspostavljanje pravednijih odnosa na relaciji bogati sever-siromašni jug. Ali, doskora iza snažne političke inicijative, nije stajala moćna ekonomska snaga, zbog čega su na svetskoj sceni uspostavljeni i već duže vreme funkcionišu vrlo nepravedni odnosi, temeljeni na prostom odnosu snaga bogatih i siromašnih. Uspostavljanje grupacije BRIK zemalja, po prvi put ozbiljno pretilo da dovede u pitanje dugogodišnju dominaciju najrazvijenijih zemalja, odnosno Sjedinjenih Američkih Država.

Po visini nominalnog bruto domaćeg proizvoda, Kina se nalazi na trećem mestu u svetu, dok Brazil, Rusija i Indija zauzimaju visoko 10, 11 i

12 mesto. GDP BRIK zemalja meren visinom kupovne moći je znatno viši, zbog čega je i relativna pozicija ovih zemalja u svetu povoljnija. Kina se po ovom pokazatelju svrstala na drugo mesto, dok se ostale tri BRIK zemlje nalaze među deset vodećih zemalja. Od 2001-2007. godine, tržišni potencijal Rusije je povećan za neverovatnih 630 odsto, Indije za 499 odsto, Brazila za 369 odsto i Kine za 201 odsto [4, str. 5]. Očigledno je da su tržišta ovih zemalja postala veoma važna za posustajuće privrede najrazvijenijih zemalja sveta. Kina je danas motor svetskog privrednog razvoja i izvor narastajućeg bogastva, što je između ostalog i rezultat dinamičnog rasta investicija (9 odsto godišnje), kao i vrlo visokog učešća investicija u bruto domaćem proizvodu (42 odsto).

Po nivou izvoza, Kina se nalazi na drugom mestu u svetu, Rusija na 12, Indija na 24 a Brazil na 26 mestu u svetu. Iako zbog svoje veličine i ogromnog tržišta najveći deo svojih proizvoda mogu plasirati na domaće tržište, zemlje BRIK-a, posebnu pažnju posvećuju izvozu proizvoda, što potvrđuju i podaci da Rusija izvozi trećinu vlastite proizvodnje, Kina 27 odsto, a Indija i Brazil oko 11 odsto.

Po visini suficita u tekućem bilansu plaćanja od 261,9 milijardi dolara u 2007. godini, Kina se ubedljivo nalazila na prvom mestu u svetu, što je pre svega rezultat izvanredno dobrih izvoznih performansi kineske privrede. Zahvaljujući velikim izvoznim prihodima, kao i vrlo dobrom prilivu stranih direktnih investicija (5 mesto u svetu), Kina ima najveće devizne rezerve na svetu, koje su u 2007. godini iznosile 1.492,6 milijardi dolara [11] Ove činjenice su veoma značajne, jer će u narednom, prilično neizvesnom periodu razvoja, u uslovima veoma nepredvidiveog delovanja aktuelne ekonomske krize, Kini obezbediti neophodnu stabilnost i omogućiti efikasnije suočavanje sa svim predstojećim izazovima. Poverenje u vitalnost kineske privrede je ovih dana iskazala i američka državna sekretarka, apelujući na kinesko rukovodstvo, da pomognu Americi i svetu, da lakše prebrodi tekuću ekonomsku krizu, otvorenim pozivom da još više ulažu u privredu SAD.

Zbog znatnog skoka cena sirovina i energije, Rusija je po visini suficita tekućeg bilansa plaćanja, bila na petom mestu u svetu. Dobro procenjući da visoke cene neće trajati večno, Rusija je pre izvesnog vremena formirala Stabilizacioni fond, čija je namena da obezbedi kontinuiran razvoj Rusije, i kada cene sirovina, nafte i gasa padnu. Danas, ovaj fond raspolaže sa 500 milijardi dolara, koji će znatno pomoći Rusiji da ublaži i savlada razorne efekte tekuće ekonomske krize.

Iako ostale tri BRIK zemlje nisu toliko atraktivne za priliv SDI kao Kina, po visini deviznih rezervi se svrstavaju među prvih sedam zemalja u

BRIK zemlje – potencijali i perspektive

svetu. Zaduženost pojedinih BRIK zemalja, merena odnosom javnog duga i GDP-a je veoma različita. Brazil i Indija pripadaju krugu umereno zaduženih zemalja, dok je učešće javnog duga Kine i Rusije u GDP-u vrlo nisko. U 2005. učešće javnog duga u GDP-u Brazila je iznosilo 74,9%, Indije 67%, Kine 17,9% i Rusije svega 12,8% [4, str. 78]. Po visini spoljnog duga BRIK zemlje se nalaze između 22 i 29 mesta u svetu. U 2005. godini [4, str. 77], najvišu stopu inflacije je imala Rusija, 10,9%, najnižu Kina, svega 1,6%, dok je stopa inflacije u Brazilu bila 5,7 % , a u Indiji 4 odsto.

Po potrošnji energije ove zemlje se nalaze među prvih pet zemalja u svetu. Iako karakter njihovih privreda, kao i nivo tehničko-tehnološke opremljenosti, ima za posledicu relativno visoku potrošnju energije i sirovina po jedinici proizvoda, ipak količina potrošene energije svedoči o snazi i naglašenoj dinamici razvoja ovih zemalja. U 2006. godini BRIK zemlje su trošile 18,8% ukupne svetske potrošnje nafte, pri čemu je Kina skoro udvostručila potrošnju (8,4%) u odnosu na 1995. godinu. Potrošnja nafte u Rusiji 2006. godine je iznosila skoro 5% svetske potrošnje, dok je učešće Indije bilo oko 3% a Brazila 2,5 odsto.

Po potrošnji osnovnih metala, najdinamičniji rast je zabeležen u Kini. U 2005. godini, Kina je trošila blizu 30% svetske potrošnje cinka, i više od 25% svetske potrošnje olova. Kina je takođe trošila i blizu 22% svetske potrošnje primarnog aluminijuma, oko 21% rafinisanog bakra, kao i preko 15% svetske potrošnje nikla. Rast kineske tražnje za ovim bazičnim metalima je ponovo obnovio proizvodnju u ovim tradicionalnim industrijskim granama, koje su se godinama suočavale sa brojnim teškoćama. Znatan deo njihovih kapaciteta, naročito u visoko razvijenim zemljama, je u proteklom periodu bio zatvoren. Rast tražnje i posebno cena (nekoliko puta) je doveo do talasa reindustrijalizacije i otvaranja ovih industrijskih kapaciteta širom sveta. Za razliku od visoko razvijenih zemalja, u kojima se razvoj industrije zasniva na savremenim tehnologijama i novim materijalima (optički kablovi), kineska industrijalizacija, pored novih materijala i tehnologija, značajno koristi i klasične materijale (bakarni i aluminijumski provodnici), usled čega je kineska tražnja za bazičnim materijalima u odnosu na 2000. godinu skoro duplirana.

BRIK zemlje troše preko 36% ukupne svetske potrošnje poljoprivrednih proizvoda, a Kina apsorbuje 40% svetske potrošnje pamuka. Da je reč o impresivnom razvoju svedoče i podaci o broju mobilnih telefona i internet korisnika, po čemu je Kina na prvom, a ostale BRIK zemlje na jednom od prvih 11 mesta u svetu.

3. Perspektive BRIK zemalja

Imajući u vidu ogroman napredak ostvaren u poslednjih nekoliko decenija, respektabilne potencijale za dinamičan razvoj, kao i očiglednu rešenost i spremnost da postanu uticajniji deo razvijenog sveta, Jim O'Neill je procenio da će BRIK zemlje u periodu 2006-2050. godine beležiti visoke prosečne stope rasta GDP-a. Najdinamičniji rast je prognozirano za Indiju (6,0%), zatim Kinu (4,8%), dok se za Brazil (3,7%) i naročito Rusiju (3,0%) predviđaju skromnije stope rasta. [4, str. 37] Sudeći po ovim prognozama, svet će 2050. godine prilično ličiti na onaj od pre 200-300 godina.

Pre dve hiljade godina [1, str. 49] trećina svetskog GDP-a je stvarana u Indiji, više od četvrtine u Kini, a oko 14% u Evropi, dok je učešće SAD, odnosno američkih domorodaca, bilo vrlo simbolično. Posustajanje Indije je započelo pre jednog milenijuma, a Kine od pre 200 godina. Uspon Evrope je počeo pre deset vekova, a SAD od sticanja nezavisnosti. Učvršćivanjem kapitalizma i nastankom prve industrijske revolucije, nastupio je veoma dinamičan razvoj Evrope i SAD, odnosno strmoglav pad Indije, od 1700. godine, u kojoj je stvarana četvrtina tadašnjeg svetskog GDP-a, i Kine, od 1820.godine, čiji je GDP činio skoro trećinu ondašnjeg svetskog GDP-a. Evropa je sopstveni zenit razvoja, dostigla uoči I svetskog rata, a SAD nakon završetka Drugog svetskog rata. Oporavak Kine je započeo 50-ih godina prošlog veka (pobeda socijalističke revolucije), a Indije od 1973 godine. U poslednjih pedeset godina, ubrzano se smanjuje učešće Evrope i SAD, a raste učešće Kine i Indije u svetskom GDP-u.

Tabela 4. GDP zemalja sveta - 2007. i 2050. godine (milijarde dolara)

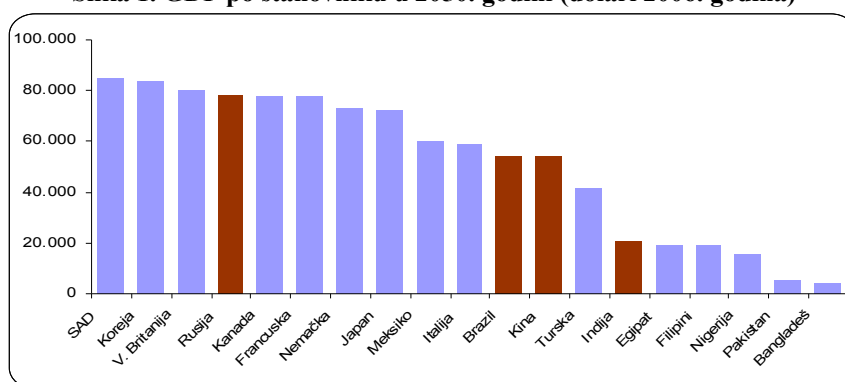
rang	GDP	zemlje	rang	GDP
2007			2050	
1	13.808	SAD	2	38.514
2	4.382	Japan	8	6.677
3	3.321	Nemačka	10	5.024
4	3.280	Kina	1	70.710
5	2.804	Velika Britanija	9	5.133
6	2.594	Francuska	12	4.592
7	2.105	Italija	18	2.950
8	1.440	Španija
9	1.436	Kanada
10	1.314	Brazil	4	11.366
11	1.290	Rusija	6	8.580
12	1.101	Indija	3	37.668
13	1.023	Meksiko	5	9.340

Izvor: www.en.wikipedia.org

BRIK zemlje – potencijali i perspektive

Ako se ostvare predviđene prognoze, redosled zemalja prema visini GDP-a, 2050. godine, značajno će se izmeniti. Kina će izbiti na prvo mesto (preko 70.000 milijardi dolara), na drugom i trećem mestu će biti SAD i Indija, (ispod 40.000 milijardi dolara), Brazil će biti na četvrtom (preko 11.000 milijardi dolara), a Rusija na šestom mestu u svetu, (iznad 8.500 milijardi dolara). Značajno će se promeniti i redosled ostalih zemalja, jer će neke razvijene zemlje, ustupiti mesto zemljama, koje danas pripadaju grupi zemalja u razvoju.

Slika 1. GDP po stanovniku u 2050. godini (dolari 2006. godina)



Izvor: BRICs and Beyond, Goldman Sachs, strana 37

I pored dinamičnog razvoja BRIK zemalja, 2050. godine, prognozira se, da će po visini GDP-a po stanovniku, samo Rusija (4 mesto) biti u klubu „bogatih“ (preko 65 hiljada dolara). Brazil i Kina će pripadati drugoj grupi (između 40-65 hiljada dolara), dok će se Indija svrstati u treću kategoriju svetskih zemalja (između 20-40 hiljada dolara).

Sobzirom na ogromne ljudske i materijalne resurse, većina analitičara budućnosti predviđa neverovatno visok rast ukupnog tržišnog potencijala u BRIK zemljama. Snažan proces urbanizacije, koji će obuhvatiti više milijardi ljudi, stvoriće ogromnu tražnju za skoro svim vrstama proizvoda, tako da se može očekivati da će ove četiri zemlje postati najvažniji generatori svetskog rasta. I što je još važnije, ogroman napredak Indije u sofisticiranim tehnologijama i Kine u hiper produkciji jeftinijih proizvoda, otvara mogućnost ozbiljne saradnje u osvajanju savremenih, moćnih i prilično jeftinih tehnologija, namenjenih pre svega trećem svetu. Već danas Indija je vrlo konkurentna u računarskom softveru, a Kina u računarskom hardveru. Indija proizvodi najjeftiniji automobil na svetu („Tata“), a Kina je nedavno lansirala satelit sa ljudskom posadom i namerno oborila svoj satelit u vasioni, demonstrirajući snagu i nivo tehničko-

tehnološkog razvoja (slično američkom „ratu zvezda“). Kina je nedavno lansirala i automobil sa najsavremenijim turbo dizel motorom, koji je znatno jeftiniji od zapadnih automobila iste klase.

Da li će se predviđene prognoze ostvariti, ostaje da se vidi, ali danas ima puno zagovornika, naročito na Zapadu, koji upozoravaju, da su prognoze o budućem razvoju BRIK zemalja, na staklenim nogama, ističući da je BRIK samo akronim za četiri najveća razvojna tržišta, a da među ovim zemljama ne postoji čvrsta ekonomska ili politička veza. Oni, takođe alarmantno ukazuju i na nepoštovanje ljudskih prava i sloboda u Kini i Rusiji, kao i na ogromno siromaštvo u Indiji, Kini i delom u Brazilu, što će pre ili kasnije dovesti do socijalnih nemira, čije su krajnje posledice u ovom trenutku nesagledive. Brazil i Indija su liberalne ekonomije, Rusija je suverena demokratija a Kina zemlja sa jedno partijskim sistemom. Indija ima dugogodišnje nerešene probleme sa Pakistanom i Sikima, Kina sa Tajvanom i Tibetom, Rusija sa nekim državama nastalim raspadom SSSR-a i Čečenijom.

Indija i naročito Kina, su veliki svetski proizvođači robe široke potrošnje, a Brazil i Rusija su veliki izvoznici prirodnih resursa. Tekuća ekonomska kriza će neminovno pogoditi i jedne i druge. Prirodni resursi su ograničeni, a cena nafte može pasti i ispod 50 dolara za barel, što kod futurista, rađa izvesnu sumnju, da je u narednom periodu moguće ostvariti prognozirani tempo razvoja BRIK zemalja.

Zaključak

Pored očiglednih teškoća, sa kojima će se u narednom periodu, neminovno suočavati BRIK zemlje, sasvim je izvesno da na svetsku scenu ubrzano stupaju dva nova ekonomska, a najverovatnije i politička diva. Kina i Indija su nekoliko hiljada godina bile civilizacijski centar sveta. Izgleda da se istorija ponavlja. Ako se stvarnost bude odijala u skladu sa predviđenim prognozama, grupacija BRIK zemalja će vrlo brzo postati nezaobilazan faktor globalne svetske moći. To rađa potencijalnu opasnost novih svetskih sukoba, jer se niko dobrovoljno i lako ne odriče stečenih pozicija (SAD odnosno G7), ali istovremeno nudi realnu osnovu da se monopolarni svet ubrzo pretvara u bipolarni, ili čak u višepolarni, u kome će se dugoročno stvoriti veoma potrebna ravnoteža među vodećim svetskim silama. Čak i ako se u potpunosti i ne ostvari predviđeni scenario svetskog razvoja u narednih nekoliko decenija, nema sumnje da će neminovno doći do ozbiljne redistribucije svetskog bogastva i globalne moći, između sadašnjih(e) i budućih svetskih sila.

Literatura

1. Angus Maddison, The World Economy, OECD, 2003.
2. International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, 2008. www.imf.org
3. Jim O'Neill, Global Economics Paper „Building Better Global Economic BRICs“, Goldman Sachs, 2001.
4. Goldman Sachs „BRICs and Beyond“, 2007.
5. World Trade Organization, International trade statistics 2008. www.wto.org
6. Istorija i perspektive BRIK-a, www.srpskadijaspora.info
7. (Naj)noviji svetski poredak, www.novosti.rs
8. Milan Purić, BRIK u 2009. www.nspm.rs
9. Svi su krivi za globalnu krizu, www.biznisscg.info
10. Zlatna rublja, www.srpskapolitika.com
11. <http://chinadataonline.org>
12. www.en.wikipedia.org
13. www.srpskadijaspora.info
14. www.wikipedia.org

BRIC COUNTRIES – POTENTIAL AND PROSPECTS

Abstract: An acronym BRIC was first mentioned in 2001 by Jim O'Neil, an analyst of the Goldman Sachs Bank. BRIC refers to four large world countries (Brazil, Russia, India and China), which have achieved an impressive growth in the last few decades. Two millennia ago, India and China were the centres of the world civilization. These countries failed to keep pace with industrial and world capitalism rapid development two hundred or two hundred and fifty years ago. Till the First World War, the countries leading in their global power became the most developed in Europe. After the Second World War and especially since the fall of the Berlin Wall in 1989, the modern period of development has been marked by the dominance of an only world super power – the United States of America. Globalization has significantly changed the world. Although it served the most developed countries best, it strongly stimulated the development of the formerly inactive world giants, among which are certainly the BRIC countries. Enormous potential and results achieved in the past few decades will probably very rapidly and considerably change the world image of wealth and global power. Are the predictions and expectations concerning the BRIC countries actually realistic?

Key words: BRIC countries, globalization, development, predictions, prospects

Ljubodrag Savić



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 43-58
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

UNAPREĐENJE KVALITETA ELEKTRONSKE USLUGE U FUNKCIJI SATISFAKCIJE POTROŠAČA

Prof. dr Sreten Ćuzović*
Mr Svetlana Sokolov-Mladenović*

Rezime: Sa povećanjem obima prodaje u elektronskoj trgovini i njenim osnovnim oblicima kompanije postaju svesnije značaja kvaliteta elektronske usluge. Ono što potrošači na prvom mestu traže jeste upravo superioran kvalitet usluga koje im se nude putem web-a. Isporuka visokokvalitetne elektronske usluge postaje suštinska komponenta strategije uspeha kompanije. S druge strane, visok kvalitet elektronske usluge vodi satisfakciji i lojalnosti potrošača. Kako bi se to postiglo neophodno je konstantno raditi na održavanju i unapređenju kvaliteta elektronskih usluga. Upravo je i cilj ovog rada da ukaže na međuzavisnost kvaliteta elektronskih usluga i satisfakcije potrošača, uz razvoj adekvatnih matematičko-statističkih metoda koje kompanijama mogu da posluže u kreiranju strategije uspeha na elektronskom tržištu.

Ključne reči: elektronska usluga, kvalitet, merenje kvaliteta, SERVQUAL, satisfakcija potrošača.

Uvod

Kvalitet elektronske usluge ima centralnu ulogu u procesu donošenja odluka o kupovini putem web-a. Niska cena i kvalitet asortimana proizvoda i dalje ostaju važna komponenta uspeha elektronske trgovine posebno elektronske maloprodaje, dok je kvalitet elektronske usluge tačka oko koje se okreću prethodne komponente. Polazeći od ove činjenice za jednu

* Ekonomski fakultet Niš

Rad je realizovan u okviru projekta 149052, Ministarstva nauke Republike Srbije.

UDK 004.738:339; Pregledni rad

Primljeno: 06.04.2009.

kompaniju je od izuzetnog značaja da poznaje sve faktore odnosno dimenzije kvaliteta elektronske usluge, kao i metode merenja kvaliteta. U ovom kontekstu, razvile su se brojne istraživačke studije koje su opisivale vezu između kvaliteta elektronske usluge i donošenje odluke potrošača o kupovini, samim tim satisfakcije i lojalnosti potrošača. Na bazi mnogih studija, u ovom radu učinimo pokušaj da ukažemo na međuzavisnost kvaliteta elektronske usluge i satisfakcije potrošača s aspekta značaja unapređenja ovog segmenta „paketa ponude“ trgovinskog preduzeća. Iz tog razloga, rad je struktuiran u tri dela. U prvom delu ukazaćemo na razumevanje kvaliteta elektronske usluge jedne kompanije. Poseban akcent biće stavljen na model kvaliteta elektronske usluge kao i njihove konsekvence na dalji razvoj elektronske trgovine. U drugom delu rada ukazaćemo na metodologiju merenja kvaliteta elektronske usluge, s posebnim akcentom na SERVQUAL metod. Poslednji deo ovog rada nastoji da ukaže na vezu između kvaliteta elektronske usluge i elektronske satisfakcije. U tom smislu polazi se od tri grupe faktora: tehnoloških, faktora kupovine i faktora proizvoda, koji su u direktnom proporcionalnom odnosu sa e-satisfakcijom. Cilj nam je da analizom ovih faktora pokažemo da su neki od njih u stvari dimenzije kvaliteta elektronske usluge. U kojoj meri će ove dimenzije doprineti e-satisfakciji, pokazuju brojne metode razvijene od strane različitih istraživača, pri čemu značajno mesto zauzima tzv. CONJOINT analiza. U konačnom, ovaj rad ima za cilj da ukaže na značaj primene ovih modela u praksi domaćih kompanija, a sve u cilju unapređenja elektronske trgovine i usluga koje pružaju na ovaj način.

1. Razumevanje kvaliteta elektronske usluge

Sredinom devedesetih godina prošlog veka u tržišno razvijenim zemljama afirmiše se koncept elektronske trgovine, koji postaje „zaštitni znak“ mnogih kompanija.[4, str. 44] Ubrzani razvoj elektronske trgovine otvara pitanje kvaliteta elektronske usluge (e-service quality), odnosno usluge koja se pruža elektronskim putem. Kvalitet elektronske usluge u literaturi se najčešće definiše kao obim do koga elektronska trgovina omogućava efikasno i efektivno komuniciranje sa potrošačima, uključujući tom prilikom mogućnost pretraživanja, kupovine, poručivanja i ispunjena porudžbina potrošača. [14, str. 101] Pri tome, kvalitetu elektronske usluge imanentna su svojstva koje su identična kvalitetu tradicionalne usluge, koje trgovina pruža potrošačima, a to su: pouzdanost, pristupačnost i empatija prema potrošačima. Pored toga, kvalitet elektronske usluge uključuje i sledeće dimenzije: laka navigacija, fleksibilnost, efikasnost, estetika sajta, informacije o cenama i personalizacija.

Unapređenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji satisfakcije potrošača

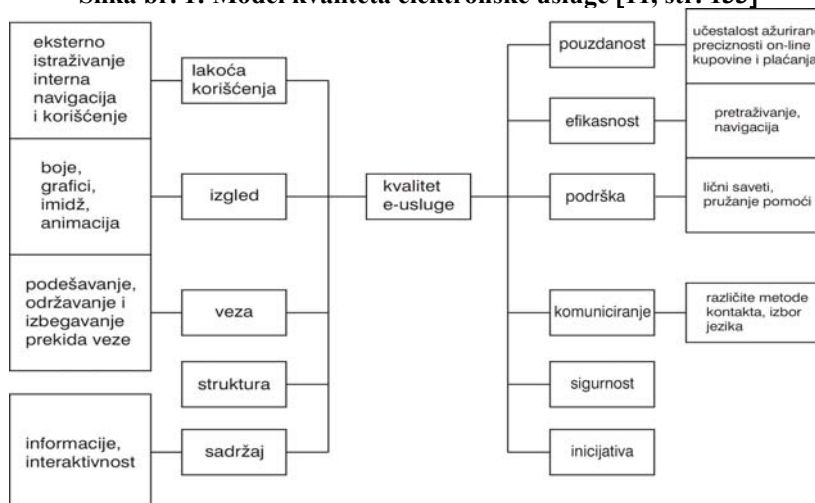
Pružanje kvalitetne elektronske usluge zahteva razmatranje njenih komponenti, a to su: [1, str. 362]

- *Sušтина usluge* reprezentuje »razlog postojanja« i dizajniranja, koja odgovara potrebama ciljnog tržišta. Na primer, kod elektronskog prodavca knjiga to je prikazivanje informacija o novim proizvodima.
- *Olakšavajuće usluge* omogućavaju korišćenje suštine usluge. Kod elektronskog prodavca knjiga to bi mogla da bude mogućnost arhiviranja i pretraživanja.
- *Podržavajuće usluge* dodaju vrednost suštini usluge. Na primer, to može biti mogućnost pristupa raznim linkovima sa sajta elektronskog prodavca.
- *Komplementarne usluge* prate suštinu usluge. Kao primer mogu se navesti prikazi knjiga ili mogućnosti otpreme.
- *Interfejs* je sredstvo komuniciranja pružaoca elektronske usluge sa potencijalnim potrošačima. Ono što definiše interfejs odnosi se na informacije koje se pojavljuju na ekranu, način njihovog organizovanja i način na koji korisnici pristupaju tim informacijama. Ograničen meni, loše dizajniran sistem navigacije i teškoća komparacije većeg broja proizvoda imaju negativne efekte na elektronsku kupovinu.

Visok nivo kvaliteta elektronske usluge za cilj ima izgradnju dugoročnih i profitabilnih odnosa sa potrošačima.

Kako bi se ostvarili prethodno navedeni ciljevi, u literaturi je razvijen model kvaliteta elektronske usluge, što se može videti sa slike broj 1.

Slika br. 1: Model kvaliteta elektronske usluge [11, str. 133]



Primena ovog modela elektronske usluge podrazumeva i da se jedna kompanija pridržava sledećih principa:

- *Pristupačnost* – podrazumeva da korisnici lako pristupaju određenom sajtu;
- *Personalizacija* – podrazumeva izražavanje zahvalnosti prema onim potrošačima koji su pokazali interesovanje za uspostavljanje kontakta, kao i pružanje detaljnih informacija u vezi sa načinom poručivanja, otpremanja i plaćanja;
- *Pouzdanost* – podrazumeva brz odgovor na sva pitanja potrošača, kao i davanje svih neophodnih informacija;
- *Navigacija* – podrazumeva lako pristupanje naslovnoj strani, kao i lak prelazak sa jedne na drugu stranu;
- *Bezbednost* – podrazumeva da potrošači imaju poverenje u pružaoca elektronske usluge;
- *Jasnoća cena* – podrazumeva da cene budu jasno istaknute pored robe koja se prodaje elektronskim putem.

Primena prethodnog modela uz uvažavanje navedenih principa pokazuje da je reč o kompaniji koja brine o svojim potrošačima, ali i o sticanju i održavanju konkurentske prednosti na elektronskom tržištu. Međutim, ovaj model dobija na značaju sa istovremenim merenjem kvaliteta elektronske usluge, s obzirom da na taj način kompanija može steći uvid u zadovoljstvo potrošača kvalitetom pružene usluge. U tom smislu, postavlja se pitanje kako meriti kvalitet elektronske usluge. U cilju odgovora na ovo pitanje razvijeni su brojni metodi, o kojima će biti reči u narednom izlaganju.

2. Merenje kvaliteta elektronske usluge

Na području razvoja metodologije merenja kvaliteta elektronske usluge radio je veliki broj istraživača. Zajednički imenitelj ovih istraživanja jeste činjenica da su u razvoju metodologije polazili od pretpostavke da je elektronska usluga neopipljivog karaktera, a njen kvalitet sinteza različitih svojstava. U okviru tih istraživanja posebno mesto zauzima teorija očekivanja [9, str. 460] prema kojoj se za merenje kvaliteta usluga predlaže SERVQUAL model. Kasnije je ovaj model prilagođen području elektronske trgovine i danas se koristi u cilju merenja kvaliteta elektronskih usluga. Nastao kao kombinacija teorijskih i praktičnih istraživanja SERVQUAL model posmatra kvalitet usluge kao sadržaj sledećih dimenzija: opipljivost, pouzdanost, osećajnost, sigurnost i empatija. Kao takav predstavlja funkciju razlike između percepcija i očekivanja ($Q=P-E$) i široko je prihvaćen za

Unapređenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji satisfakcije potrošača

merenje kvaliteta usluga u tradicionalnim prodajnim objektima, javnom sektoru, visokom obrazovanju, nekretninama, bolnicama, sudstvu i sl. [7, str. 685] Imajući u vidu naš predmet interesovanja, ovaj model ima široku primenu za merenje kvaliteta usluga u elektronskoj maloprodaji, elektronskom bankarstvu, elektronskoj prodaji turističkih aranžmana i drugih usluga koje se pružaju elektronskim putem. Dodatno, poslužio je kao osnova razvoja kasnijih studija i istraživanja koja su za predmet imala kvalitet i merenje kvaliteta elektronskih usluga. U nastavku daljih izlaganja daćemo kratak pregled ovih teorijsko-praktičnih istraživanja, a sve u cilju boljeg razumevanja metodologije merenja kvaliteta elektronske usluge.

Naime, na bazi SERVQUAL modela razvijene su teorije koje su ukazale na uzročnu vezu između kvaliteta usluga i ponašanja potrošača. U dokazivanju te uzročne veze svaka teorija je razvijala drugačiju sintezu dimenzija elektronskih usluga i drugačije indikatore ponašanja potrošača. Tako je razvijena teorija promišljene akcije (TRA) [15, str. 31] koja polazi od pretpostavke postojanja lojalnosti potrošača na bazi identifikovanja uzročne veze između stavova, intencija i ponašanja potrošača u odnosu na kvalitet elektronske usluge. Ova teorija predstavlja napredak u istraživanjima u smislu da pronalazi direktnu vezu između dimenzija kvaliteta elektronske usluge i lojalnosti potrošača, kao zavisne varijable koju deli u tri kategorije: preferencijalnu lojalnost, lojalnost prema cenama i žalbe potrošača.

Slično ovoj teoriji, teoretičar Loiacono razvio je model WebQualTM u kome dimenzije kvaliteta elektronske usluge proširuje na: informacionu pogodnost, interaktivnost, poverenje, lakoću razumevanja, intuitivnost, vizuelnu pojavu, inovativnost, sadržaj imidža, on-line potpunost i sl. [8, str. 51] i dovodi ih u vezu sa lojalnošću potrošača prema elektronskoj usluzi. U odnosu na prethodne pristupe, najširi je za sada dao Parasuraman, koji je svoj početni model iz 1988. godine znatno proširio 2005. godine, razvijajući na taj način model merenja kvaliteta elektronske usluge na dva nivoa. Prvi je E-S-QUAL, koji se koristi za merenje kvaliteta osnovne elektronske usluge. Drugi je E-RecS-QUAL koji se koristi za merenje kvaliteta proširene elektronske usluge. [10, str. 5] E-S-QUAL uključuje sledeće dimenzije kvaliteta: efikasnost, raspoloživost, ispunjenost i privatnost, dok E-RecS-QUAL ove dimenzije proširuje sledećim: odgovornost, kompenzacija i kontakt. I jedan i drugi nivo merenja kvaliteta elektronske usluge pomenute dimenzije dovode u vezu sa lojalnošću potrošača.

Pregled dimenzija kvaliteta elektronskih usluga i njihovih konsekvenci, identifikovanih od strane različitih istraživača, dat je u tabeli broj 1.

Tabela br. 1: Dimenzije kvaliteta e-usluge i njihove konsekvence

Istraživači	Nezavisne varijable	Zavisne varijable			Ostale varijable
		Preferencijalna lojalnost	Lojalnost		
Dimenzije kvaliteta e-usluge	Lojalnost prema cenama		Žalbe potrošača		
Collier i Bienstock (2006)	Kvalitet procesa, kvalitet rezultata, ponovno korišćenje usluge	Intencija ka ponovnoj kupovini, ponovna poseta i davanje preporuke	- -	- -	Promena satisfakcije potrošača
Lee i Lin (2005)	Web dizajn, pouzdanost, osećajnost, poverenje, personalizacija	Intencije ka kupovini i preporukama	- -	- -	Ukupan kvalitet usluga i satisfakcija potrošača
Parasurman (2005)	Efikasnost, popunjenost, raspoloživost, privatnost, osećajnost, kompenzacija i kontakt	Intencije lojalnosti	- -	- -	Ukupan kvalitet usluga i opažena vrednost
Wolfenbarger i Gilly (2003)	Dizajn web-sajta, ispunjenost, privatnost i osećajnost	Intencije lojalnosti	- -	- -	Globalni kvalitet, satisfakcija potrošača i stavovi ka web-sajtu
Barnes i Vidgen (2002)	Korisnost, dizajn, informacija, poverenje i empatija	- -	- -	- -	- -
Gafen (2002)	Opipljivost, osećajnost, pouzdanost, sigurnost i empatija	Intencije lojalnosti	- -	- -	Satisfakcija potrošača
Van Riel (2001)	Osnovna usluga, podržavajuće usluge i interfejs	Intencije ka ponovnoj kupovini	- -	- -	- -

Unapređenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji satisfakcije potrošača

Na osnovu prethodnog, uočavamo da je SERVQUAL model predstavljao startnu tačku za sve istraživačke studije merenja kvaliteta elektronske usluge i da one u svojoj osnovi imaju ovaj model. Iz tog razloga, u nastavku daljih izlaganja ukazaćemo na karakteristike ovog modela i njegovu ulogu u merenju kvaliteta elektronske usluge.

Kao što smo već istakli, SERVQUAL model uključuje pet dimenzija kvaliteta usluge, a to su: opipljivost, pouzdanost, osećajnost, sigurnost i empatija. Ovaj model prvi je razvio teoretičar Parasuram još 1988. godine za merenje kvaliteta usluga. Sa razvojem elektronske trgovine otvorilo se pitanje merenja kvaliteta elektronske usluge, tako da je došlo do modifikacije ovog modela i njegovog prilagođavanja području elektronske trgovine. Ova modifikacija se, pre svega, odnosi na proširenje dimenzija kvaliteta usluga, koje pored prethodnih, uključuju i kvalitet informacija i integraciju komunikacija u elektronskoj trgovini. Razlika između dimenzija kvaliteta usluge i kvaliteta elektronske usluge, može se videti iz tabele br. 2.

Tabela br. 2: Dimenzije kvaliteta usluge i elektronske usluge u SERVQUAL modelu

Dimenzije kvaliteta	Značenje dimenzija kvaliteta usluge	Značenje dimenzija kvaliteta elektronske usluge
Opipljivost	Prisustvo opreme, osoblja i raznih komunikacionih materijala	Prisustvo infrastrukture hardvera i softvera
Pouzdanost	Sposobnost pouzdanog i tačnog izvršenja usluge	Sposobnost web-sajta da pruži pouzdanu informaciju i izvrši obećanu uslugu
Osećajnost	Spremnost da se pomogne potrošačima i pruži brza usluga	Sposobnost web-baziranog uslužnog sistema da da konzistentno i tačno pruži on-line uslugu
Sigurnost	Znanje i ljubaznost zaposlenih i njihova sposobnost da uliju poverenje kod potrošača	Sposobnost web-sajta da ulije poverenje kod potrošača
Empatija	Briga o svakom potrošaču pojedinačno	Sposobnost web-sajta da pruži pažnju svakom potrošaču pojedinačno
Kvalitet informacije		Atributi informacije sadržani na web-sajtu
Integracija komunikacije		Komplementarnost funkcija tradicionalnih komunikacionih i digitalnih medija

Polazeći od činjenice da je u SERVQUAL modelu kvalitet usluga funkcija gega odnosno razlike između očekivanja i percepcije potrošača u vezi sa uslugom koja im se pruža, kod merenja kvaliteta elektronske usluge akcentat se stavlja isključivo na percepciju potrošača, i to iz dva razloga: 1) web-korisnici imaju teškoća u preciznom definisanju očekivanja koje se odnose na elektronsku uslugu, 2) postoji rizik od neuspeha merenja očekivanja potrošača usled međusobnog uticaja očekivanja i percepcije.

Imajući u vidu prethodno izložene karakteristike SERVQUAL modela, pokušaćemo da na jednom primeru objasnimo način merenja kvaliteta elektronske usluge. Poćićemo od pretpostavke da je formiran novi web-sajt koji pruža različite informacije iz oblasti obrazovanja, zapošljavanja, razlićitih privrednih sektora u svetu, putovanja, turistićkih aranžmana, sporta, mogućnosti razlićitih pretraživanja i sl. Sa ovog sajta poslata je poruka grupi od 202 ispitanika, iz razlićitih zemalja sveta, razlićite polne i starosne strukture, zanimanja, obrazovanja i interesovanja za korišćenje web-usluga. Tako, najveći procenat ispitanika ćine oni iz SAD-a i Kanade (24,8%) i Velike Britanije (17,3%). Zatim, oko dve trećine ispitanika su muškog pola (63,9%), 70,8% ćine oni između 21 i 40 godina. Sa aspekta zanimanja, 37,6% ćine studenti, 31,7% ćine menadžeri i 10,4% ćini administrativno osoblje. Osim toga, 31,2% ispitanika su srednjeg obrazovanja, dok je 60,9% visokog obrazovanja. Sa aspekta korišćenja internata za razlićite svrhe, 41,6% ispitanika koristi Internet za potrebe obrazovanja, dok 39,1% koristi Internet u cilju dnevnog informisanja. [7, str. 685-700]

Ovoj grupi od 202 ispitanika poslata je poruka da ocene kvalitet usluga novokreiranog web-sajta, s aspekta dimenzija: opipljivosti, pouzdanosti, osećajnosti, sigurnosti, empatije, kvaliteta informacija i integriteta komunikacija. Ispitanici su ove dimenzije ocenjivali na skali od 1 do 5, što znaći isključivo na bazi svojih percepcija. Sumiranjem rezultata, došlo se do prosećnih ocena svake od ovih dimenzija, i to: 1) opipljivost=4,10; 2) pouzdanost=4,32; 3) osećajnost=4,18; 4) sigurnost=4,32; 5) empatija=3,70; 6) kvalitet informacija=4,05; 7) integritet komunikacija=3,99.

Na osnovu ovih rezultata uoćavamo da je najmanja prosećna ocena vezana za dimenzije empatije i integriteta komunikacija. Najveći rezultat vezan je za **pouzdanost** i **sigurnost**. Pri tome, opipljivost je ocenjena na osnovu percepcije ispitanika o postojećem softveru novokreiranog web-sajta. Druga dimenzija, pouzdanost i ćetvrta, sigurnost, imaju istu prosećnu ocenu. Ove dimenzije kvaliteta elektronske usluge ocenjene su na osnovu percepcije potrošaća o sigurnosti ćuvanja lićnih podataka, sigurnosti plaćanja, isporuke

Unapređenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji satisfakcije potrošača

određenih usluga (npr. prodaja turističkih aranžmana), sigurnosti plaćanja putem platnih kartica i sl.

Dimenzija osećajnosti, takođe, ima visoku prosečnu ocenu (4,18). Ova dimenzija ocenjena je na osnovu percepcije potrošača o lakoći korišćenja web-sajta, mogućnosti da se odgovori na njihove zahteve, raspoloživosti informacija, mogućnosti rešavanja žalbi potrošača i sl.

Dimenzije kvaliteta informacija, u odnosu na ostale, ima najveću prosečnu ocenu (4,32). Kod ove dimenzije, ispitanici su ocenjivali tačnost, pouzdanost, blagovremenost, relevantnost, lakoću pronalazjenja i personalizaciju informacija koje pruža web-sajt.

Dimenzije empatije i konzistentnosti komunikacije imaju najmanju prosečnu ocenu (3,70 i 3,99). Ocenjene su na bazi percepcije potrošača o sposobnosti web-sajta da pruži pažnju svakom potrošaču ponaosob, kao i na osnovu njegove koordinacije sa tradicionalnim sistemima komuniciranja (pošta, štampa, televizija i sl.). Jedan od razloga najniže prosečne ocene ovih dimenzija jeste i stav ispitanika da su ove dimenzije najmanje važne u oceni kvaliteta elektronske usluge.

Prethodan hipotetički primer predstavlja opis implementacije SERVQUAL modela u merenju kvaliteta elektronske usluge. Mišljenja smo da može naći svoju primenu i u oceni kvaliteta usluga koje pružaju domaće elektronske prezentacije, ali i elektronske prodavnice. Značaj ovog modela posebno dolazi do izražaja zbog činjenice o postojanju uzročne veze između kvaliteta elektronske usluge i satisfakcije potrošača, o čemu će dalje biti reči.

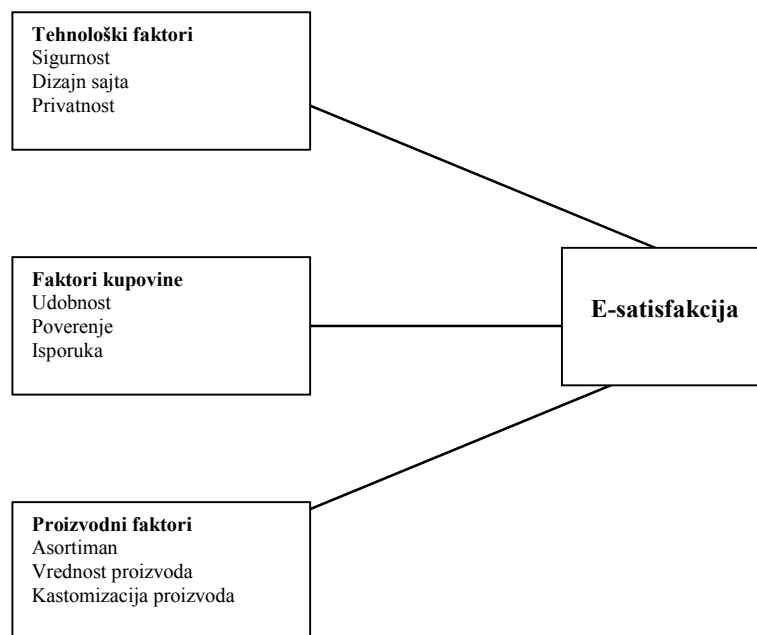
3. Međuzavisnost kvaliteta elektronske usluge i satisfakcije potrošača

Na osnovu prethodnih izlaganja možemo uočiti da je kvalitet elektronske usluge jedan od suštinskih elemenata uspeha elektronske trgovine, posebno elektronske maloprodaje. S druge strane, uspeh elektronske trgovine sagledava se na osnovu različitih indikatora, pri čemu značajno mesto zauzima satisfakcija potrošača. To nam govori da postoji direktna veza između kvaliteta elektronske usluge i satisfakcije potrošača, koja je krucijalni element izgradnje dugoročnih odnosa sa potrošačima i ostvarenja profitabilnosti. U tom kontekstu, značajno je razumevanje faktora koji utiču na satisfakciju potrošača. Polazeći od stavova Kotlera, doajena iz oblasti marketinga, satisfakcija potrošača posledica je iskustva u toku različitih faza kupovine: [6, str. 453] 1) sagledavanje potreba, 2) prikupljanje informacija, 3) ocena alternativa kupovine, 4) donošenje odluke o kupovini, 5) ponašanje posle kupovine. Posmatrano s aspekta elektronske trgovine, za

satisfakciju potrošača posebno je bitna faza prikupljanja informacija, s obzirom da Internet pruža brojne prednosti potrošačima, kao što su smanjenje troškova pretraživanja, povećanje udobnosti, širok izbor prodavaca i asortimana proizvoda. Kao rezultat toga, potrošači će donositi zaključke o atraktivnosti elektronskih prodavaca na bazi: 1) informacija koje dobijaju, i 2) elemenata dizajna web-sajta, kao što su lakoća i brzina navigacije.

U cilju sagledavanja faktora satisfakcije potrošača u elektronskoj trgovini, u literaturi je razvijen konceptualni model tzv. e-satisfakcije potrošača, što se može videti sa slike broj 2.

Slika br. 2: Konceptualni model e-satisfakcije potrošača [12, str. 97]



Na osnovu prethodne slike uočavamo da je satisfakcija potrošača u elektronskoj trgovini zavisna od tri grupe faktora: 1) tehnoloških, 2) faktora kupovine, i 3) proizvodnih faktora.

Pri tome, svaki od ovih faktora uključuje određeni broj varijabli. U izlaganju koje sledi pokušaćemo da ukažemo na sve varijable prethodno definisane grupe faktora, kako bismo dokazali da su neke od njih, u stvari, dimenzije kvaliteta elektronske usluge, što u krajnjoj instanci vodi donošenju

Unapređenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji satisfakcije potrošača

zaključka o međuzavisnosti kvaliteta elektronske usluge i satisfakcije potrošača.

Prvu grupu faktora čine **tehnološki faktori**. Oni se odnose na kvalitet web-sajta koji osigurava njegovu funkcionalnost, pri čemu uključuju: sigurnost, privatnost i dizajn web-sajta.

Sigurnost je važan segment tehnoloških faktora. Kalakota i Whinston definišu sigurnost kao okolnosti, uslove ili događaje koji mogu da budu pretnja funkcionalnosti jednog web-sajta, a time i elektronske trgovine, u formi destrukcije, obelodanjivanja podataka, neizvršenja usluga, prevara i zloupotreba. [5, str. 205] Sigurnost predstavlja značajan faktor atraktivnosti web-sajta, a time i elektronske prodavnice. Generalno postoji strah potrošača od zloupotrebe njihovih platnih kartica, usled čega se mnoge kompanije odlučuju za alternativne načine plaćanja, kao što je plaćanje pouzecom.¹ Osim toga, u cilju smanjenja bojazni potrošača i obezbeđenja visokog stepena sigurnosti mnoge kompanije koriste softver koji štiti podatke potrošača (prvenstveno broj kreditne kartice) i cele transakcije putem šifrovanja javnim ključem. [3, str. 228-230] Tako će u zavisnosti od toga da li postoje sistemi zaštite u e-trgovini, potrošači ocenjivati atraktivnost određenog web-sajta, a time i elektronske prodavnice.

Pored sigurnosti, privatnost je značajna varijabla tehnoloških faktora. Predstavlja čuvanje ličnih podataka potrošača koje jedan web-sajt (elektronska prodavnica) prikuplja na različite načine, a u cilju donošenja odluka iz oblasti marketinga, reklame i asortimana proizvoda. Međutim, brojna istraživanja ukazuju na bojazan potrošača od zloupotrebe njihovih ličnih podataka putem Interneta.² Kako bi obezbedile visok stepen privatnosti, mnoge kompanije uvode politiku privatnosti koju nezavisne kompanije mogu da proveravaju, verifikuju i sertifikuju. Postojanje ovakve politike pozitivno utiče na atraktivnost web-sajta odnosno elektronske prodavnice, a time i na satisfakciju potrošača.

Treću varijablu tehnoloških faktora čini dizajn sata, koji zajedno sa lakoćom navigacije i informacijama o proizvodu predstavlja determinantu satisfakcije potrošača. Tako uspeh jedne elektronske prodavnice zavisi od

¹ Ovakav način plaćanja još uvek dominira kod domaćih elektronskih prodavnica. Mišljenja smo da će situacija na ovom planu dobiti pozitivne pomake sa primenom Zakona o elektronskoj trgovini koji je usvojen 28. maja 2009. godine, čime je oblast e-trgovine u našoj zemlji konačno dobila svoj pravni okvir.

² Primera radi, istraživanje koje je 2007. godine sproveo časopis *Business Week* pokazalo je da 80% ispitanika strahuje od zloupotrebe ličnih podataka koje su dostavili elektronskim prodavcima. Istraživanje je, takođe, pokazalo da je 40% ispitanika odustalo od kupovine putem Interneta, upravo zbog straha od zloupotrebe ličnih podataka.

njene sposobnosti da izgradi interaktivne odnose sa potrošačima. Brzina, interaktivnost, nepretrpanost, lakoća navigacije ostaju ključne varijable u oceni atraktivnosti elektronske prodavnice od strane potrošača.

Faktori kupovine odnose se na ukupnu percepciju potrošača u toku i nakon kupovine putem Interneta. Determinisani su određenim varijablama, koje se odnose na: udobnost prilikom kupovine, poverenje i vreme isporuke. Ove varijable su značajne zbog same činjenice da tipičan kupac putem Interneta očekuje da na ovaj način uštedi vreme i veoma lako pronađe proizvode koji ga interesuju.

Udobnost, ili pogodnost, je veoma važna determinanta kupovine putem Interneta. Pre svega, odnosi se na mogućnost uštede vremena, kao i lakoću pronalaženja elektronskih prodavnica, proizvoda i jednostavnost poručivanja. Mnogi istraživači identifikuju udobnost kao fundamentalni cilj elektronske trgovine, koja generalno uključuje lakoću pronalaženja proizvoda, postprodajne usluge, pružanje kompletnih informacija o proizvodima i uslugama, kao i minimiziranje ukupnih napora prilikom kupovine. [13, str. 190] O svim ovim atributima kompanije moraju voditi računa kako bi povećale satisfakciju potrošača.

Poverenje, kao varijabla faktora kupovine, odnosi se na percepciju potrošača o pouzdanosti i integritetu kompanije. Donošenje odluke o kupovini u velikoj meri se bazira na poverenju u proizvode, kompaniju i njen sistem prodaje putem Interneta. Iz tog razloga, kompanije moraju voditi računa o preciznoj isporuci traženih proizvoda i usluga, kao i o minimiziranju reklamacija potrošača na najmanju moguću meru.

Vreme isporuke, kao varijabla faktora kupovine, predstavlja vreme koje protekne od trenutka poručivanja do trenutka isporuke proizvoda na adresu potrošača. Uključuje: otpremanje, špediciju i isporuku. Otpremanje je vremenski interval koji protekne od trenutka poručivanja do trenutka predaje proizvoda špediterkoj kompaniji. Špedicija je vreme koje proizvod provede tokom transporta, dok je isporuke vremenski interval koji protekne od napuštanja robe iz distributivnog centra do potrošača. Svako minimiziranje vremena isporuke vodi većoj satisfakciji potrošača.³

³ Kod vremena isporuke posebno dolazi do izražaja specifičnost kanala distribucije kao elementa marketing miksa u prodaji putem Interneta. Naime, u cilju minimiziranja vremena isporuke mnoge kompanije koje prodaju putem Interneta imaju svoje distributivne centre, kao i centre poručivanja na velikom broju lokacija, čime se skraćuje put kretanja robe do krajnjih potrošača.

Unapređenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji satisfakcije potrošača

Proizvodni faktori odnose se na kvalitet proizvoda i usluga koji se prodaju putem Interneta. Determinisani su varijablama, kao što su: asortiman proizvoda, vrednost proizvoda i mogućnost kastomizacije proizvoda.

Asortiman proizvoda, kao varijabla proizvodnih faktora, ima veliki značaj za satisfakciju potrošača koji kupuju robu putem Interneta. Širok asortiman je instrument kreiranja konkurentske prednosti, pa se tako u praksi možemo sresti sa mnogim primerima elektronskih prodavnica u kojima je asortiman znatno širi u odnosu na onaj koji se može sresti u njihovim klasičnim prodajnim objektima.⁴

Vrednost proizvoda, kao varijabla proizvodnih troškova, predstavlja razliku između kvaliteta proizvoda koji se nude putem Interneta i ukupnih troškova. Ukupni troškovi uključuju troškove proizvoda, poreze i troškove isporuke, dok je kvalitet definisan odgovarajućim standardima. Što je razlika između kvaliteta i ukupnih troškova veća, to je veća i vrednost proizvoda, što se pozitivno odražava na satisfakciju potrošača.

Kastomizacija proizvoda, kao varijabla proizvodnih troškova, je sposobnost kompanije koja prodaje proizvode putem Interneta, da ih prilagodi zahtevima i preferencijama svakog potrošača pojedinačno. Naime, svaki potrošač je jedinstven i zahteva specifične proizvode. Zadovoljenjem ovih zahteva pozitivno se utiče na percepciju potrošača o kompaniji i proizvodima i uslugama koje nudi.

Na osnovu ovih izlaganja, ali i pažljive analize konceptualnog modela satisfakcije potrošača u elektronskoj trgovini (tzv. e- satisfakcije) uočavamo da su pojedine varijable istovremeno i dimenzije kvaliteta elektronske usluge koje smo obradili u tački 2. ovog rada. Reč je o sigurnosti, poverenju i dizajnu sajta, što nas upućuje na zaključak o uticaju kvaliteta elektronske usluge na satisfakciju potrošača, odnosno na tendenciju kompanija da rade na unapređenju kvaliteta svojih usluga kako bi u krajnjoj instanci došlo do povećanja satisfakcije potrošača, a time i konkurentske prednosti.

U cilju praktične verifikacije prethodne teze, poslužićemo se matematičko-statističkim modelom, koga je razvio Bajaj 1998. godine. [2, str. 50] Reč je o modelu tzv. povezane analize ili CONJOINT analizi, odnosno o istraživačkoj tehnici koja se koristi kako bi ocenila kako potrošači

⁴ Jedan od primera je i kompanija *Dell* koja se bavi prodajom kompjuterske opreme. U svojoj elektronskoj prodavnici nudi asortiman od preko 27.000 različitih hardverskih i softverskih sistema, uz mogućnost da svaki potrošač izabere konfiguraciju u skladu sa svojim potrebama. Kada je reč o klasičnim prodajnim objektima ove kompanije, u njima se nudi znatno uži asortiman proizvoda u odnosu na elektronsku trgovinu.

razvijaju preferencije prema proizvodima ili uslugama i mere koristi od donošenja odluka o kupovini. Model se bazira na pretpostavci da potrošači ocenjuju proizvode ili usluge na bazi kombinovanja različitih varijabli, u ovom slučaju faktore e-satisfakcije. Ocenjuje se uticaj nezavisnih varijabli na jednu zavisnu.

Osnovni model CONJOINT analize može se prikazati sledećim obrascem: [2, str. 50]

$$Y=b_1+b_2+b_3+\dots+b_n$$

gde je:

Y – preferencije potrošača prema proizvodima i uslugama (e-satisfakcija)

b – učešće zavisne varijable

n – broj varijabli.

Ukoliko ovaj model prilagodimo elektronskoj satisfakciji, koja zavisi od tehnoloških, faktora kupovine i proizvodnih faktora, dobićemo učešće od devet varijabli (sigurnost, dizajn sajta, privatnost, udobnost, poverenje, vreme isporuke, asortiman, vrednost proizvoda i personalizacija proizvoda). Zbir ovih varijabli za rezultat ima satisfakciju potrošača u elektronskoj trgovini. Rezultat je prihvatljiv ukoliko je vrednost koeficijenta Y veća od nule, što znači svako povećanje prethodnih varijabli, od kojih su neke i dimenzije kvaliteta elektronske usluge, vodi povećanju satisfakcije potrošača.

Zaključak

Kvalitet elektronske usluge predstavlja važan aspekt elektronske trgovine. Naime, kupujući proizvode elektronskim putem potrošači, pored kvaliteta proizvoda, očekuju i kvalitet usluživanja. Sam kvalitet elektronske usluge predstavlja obim do koga elektronska trgovina omogućava efikasno i efektivno komuniciranje sa potrošačima, uključujući tom prilikom mogućnost pretraživanja, kupovine, poručivanja i ispunjena porudžbina potrošača. Elektronska usluga ima dimenzije slične uslugama koje se pružaju u tradicionalnim prodajnim objektima. Pružanje elektronske usluge visokog kvaliteta vodi većem zadovoljstvu potrošača. Kako bi se ovo u praksi i realizovalo, razvijene su brojne matematičko-statističke metode merenja kvaliteta elektronske usluge. Polaznu osnovu svih tih metoda čini tzv. SERVQUAL model, koji se najpre koristio za merenje kvaliteta usluga u tradicionalnim prodajnim objektima. Svoje mesto našao je i u oblasti elektronske trgovine, s tim što se dimenzije kvaliteta elektronske usluge

Unapređenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji satisfakcije potrošača

ovde posmatraju sa šireg aspekta, uključujući: opipljivost, pouzdanost, osećajnost, sigurnost, empatiju, kvalitet informacija i integritet komunikacija. Pozitivna percepcija ovih dimenzija od strane potrošača upućuje na činjenicu da je reč o elektronskim uslugama visokog kvaliteta. Međutim, kako je cilj jedne kompanije koja prodaje elektronskim putem da zadovolji potrošače i kreira dugoročne odnose sa njima, neophodno je napraviti vezu između kvaliteta elektronske usluge i satisfakcije potrošača. U tom kontekstu, u literaturi je razvijen konceptualni model tzv. elektronske satisfakcije potrošača, kao i model tzv. CONJOINT analize, koji opisuje vezu između dimenzija kvaliteta elektronske usluge i e-satisfakcije. Primenom ovog modela, kompanije koje razvijaju koncept elektronske trgovine mogu da sagledaju doprinos kvaliteta elektronske usluge povećanju satisfakcije potrošača. Što je koeficijent e-satisfakcije veći, veći je i učešće pojedinih dimenzija kvaliteta e-usluge. Mišljenja smo da ovaj model svoje mesto može naći i u našoj praksi, posebno nakon donošenja Zakona o elektronskoj trgovini, čime je ova oblast u našoj zemlji dobila svoj širi pravni okvir.

Literatura

1. Allard, C.R., Van Riel, A., Liljander V., Jurriens, P., "Exploring consumer evaluations of e-services: a portal site", *International Journal of Service and Industrial Management*, Volume 12(4), 2001.
2. Bajaj, A., „Technology Factors Influencing Senior Information System Managers’ Decisions to Adopt New Computing Architectures“, Pittsburgh: The Heinz School, Carnegie Mellon University, 1998.
3. Ćuzović, S., Ivanović, P. „Inovacije u trgovinskom menadžmentu“, Ekonomski fakultet, Niš-Podgorica, 2002.
4. Ćuzović, S., „E-trade – Prerequisite of Integration in Modern World Market of Transition Country“, *Economic Themes* N° 6, 2004, p. 11-18
5. Kalakota, R., Whinston, A.B., „Frontiers of Electronic Commerce“, Addison-Wesley, New York, 1996.
6. Kotler, P., „Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control“, Prentice Hall, New York, 1997.
7. Li, Y., Tan, K., Xie, M., „Measuring Web-based Service Quality“, *Total Quality Management*, Vol. 13, No. 5, 2002.
8. Loiacono, E., Watson, R., Goodhue, D., „WebQual: An Instrument for Consumer Evaluation of Web Sites“, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 11, No. 3, 2007.
9. Oliver, R., „A Cognitive Model for the Antecedents and Consequences of Satisfaction“, *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, No. 4, 1980.

10. Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L., „SERVQUAL: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality“, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 2005.
11. Santos, J., “Managing Service Quality”, Emerald Publishing, 2000.
12. Schaupp, L.C., Belanger, F., „Aconjoint analysis of online consumer satisfaction“, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 6, No. 2, 2005.
13. Torkzadeh, G., Dhillon, G., „Measuring factors that influence the success of Internet commerce“, *Information Systems Research*, Vol. 13, No. 2, 2002.
14. Weinstein, A., Johnson, W.C., “Superior Customer Value in New Economy”, St.Lucie Press, New York, 2004.
15. Zeithaml, V., Parasuram, A., Berry, L., „The Behavioral Consequences of Service Quality“, *Journal of Marketing*, No. 60, 1996.

ADVANCEMENT OF QUALITY ELECTRONIC SERVICE IN FUNCTION OF CUSTOMER SATISFACTION

Abstract: Companies are aware of the important of quality electronic service with increasing sale in electronic commerce and their primary forms. Customers demand superior quality service through web. Delivery high-quality e-service becomes essential component of company’s strategy of success. On the other side, high quality e-service conducts to customer satisfaction and loyalty. In that aim, it necessary constantly working on maintenance and advancement quality e-service. The aim of this paper is to show causality connection between quality e-service and customer satisfaction, with development mathematics-statistics methods which can be used in creating strategy of success on electronic market.

Key words: electronic service, quality, measuring of quality, SERVQUAL, customer satisfaction.



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 59-72
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

UPRAVLJANJE INTELEKTUALNIM PERFORMANSAMA PREDUZEĆA

Doc. dr Bojan Krstić*

***Rezime:** U eri ekonomije znanja, intelektualni resursi se označavaju jednom od ključnih determinanti stvaranja i unapređenja konkurentnosti preduzeća. Imajući ovo u vidu, potencira se značaj efektivnog upravljanja intelektualnim performansama preduzeća. U tom pogledu, nužno je, najpre, postavljanje konceptualnog okvira intelektualnih performansi. Naime, dve su osnovne dimenzije intelektualnih performansi preduzeća: performanse intelektualnih resursa i performanse upotrebe intelektualnih resursa. Ostvarivanje punog doprinosa intelektualnih resursa preduzeća stvaranju vrednosti pretpostavlja efektivno upravljanje intelektualnim performansama. U tom smislu razvija se i konceptualni okvir upravljanja intelektualnim performansama. Efektivno upravljanje intelektualnim performansama podrazumeva i adekvatno, precizno i sveobuhvatno merenje intelektualnih performansi.*

***Ključne reči:** intelektualni resursi, intelektualne performanse, menadžment.*

Uvod

Intelektualne performanse preduzeća, intelektualni resursi, odnosno intelektualni kapital, predmet su interesovanja teoretičara različitih oblasti. Stoga se javlja i terminološka raznolikost kada se proučava literatura koja se bavi intelektualnim resursima - nematerijalna imovina, neopipljiva imovina, resursi znanja, intelektualni kapital, kapital znanja i drugi. Terminološko

* Ekonomski fakultet Niš

Rad je realizovan u okviru projekta 149052, Ministarstva nauke Republike Srbije.

UDK 005.96; Pregledni rad

Primljeno: 06.04.2009.

diferenciranje, kao i diferenciranje pristupa vrednovanja intelektualnih resursa preduzeća, vrši se polazeći od nekoliko momenata. U segmentu akademske zajednice i praktičara koji se bave intelektualnim kapitalom, ističe se koncept intelektualnog kapitala. Istraživači u oblasti merenja performansi ne usredsređuju se isključivo na neopipljive (nematerijalne) resurse, već o njima promišljaju u kontekstu traženja načina za efektivnije merenje performansi preduzeća. Istraživači u oblasti vrednovanja preduzeća ispituju načine za vrednovanje različitih segmenata nematerijalne imovine (intelektualne imovine). Autori u oblasti ljudskih resursa usredsređuju se na neopipljivu imovinu baziranu na ljudskim resursima i potenciraju njihov rastući značaj u savremenim preduzećima, kao i funkcije upravljanja ljudskim resursima. U segmentu računovodstvene akademske zajednice, u središtu su pitanja vezana za eksterno finansijsko-računovodstveno izveštavanje. Pored toga, računovodstvena teorija i praksa u uslovima „nove ekonomije” suočila se je sa potrebom da se u finansijskim izveštajima adekvatno prikaže neopipljiva (nematerijalna) imovina. Računovođe, stoga, u najvećoj meri ističu termine intelektualna ili nematerijalna aktiva, a znatno ređe intelektualni kapital.

1. Koncept intelektualnog kapitala

Većina autora, koji po vokaciji nisu računovođe, ipak koristi termin intelektualni kapital. *Steward* ga definiše kao „upakovano korisno znanje” [1, str. 10]. *Sullivan* ga određuje kao „znanje koje se može konvertovati u profit” [2]. Neki pak istraživači termin intelektualni kapital proširuju drugim elementima. *Roos G.* i njegovi saradnici determinišu intelektualni kapital organizacije kao „sumu znanja njenih članova i praktično prevođenje tog znanja u brendove, trgovinske znakove i procese [3, str. 37]. *Edvinsson i Malone* posmatraju intelektualni kapital kao posedovanje znanja, primenjeno iskustvo, organizacionu tehnologiju, odnose sa potrošačima i profesionalne veštine koje obezbeđuju kompaniji „konkurentsku oštricu na tržištu” [4, str. 44]. *Brooking* ističe da je intelektualni kapital kombinacija nematerijalne imovine koja jednom preduzeću omogućava da funkcioniše [5, str. 23]. *Viedma* poistovećuje intelektualni kapital sa suštinskim kompetencijama preduzeća [6]. *Sveiby* uglavnom koristi izraze neopipljiva sredstva ili neopipljiva imovina, pod kojima podrazumeva „kompetencije zaposlenih, internu i eksternu strukturu [7, str. 11].“

Thomas A. Steward daje trodimenzionalni model intelektualnih resursa. Smatra da intelektualne resurse, odnosno kapital preduzeća čini: *humani*, *strukturni* i *kapital* odnosa sa *stejkholderima*. Kao *humani kapital* izdvaja talente, veštine i znanje zaposlenih. U *strukturni kapital* ubraja

intelektualnu svojinu, metodologije, procese, baze podataka, informacionu mrežu i dr. *Kapital odnosa*, po njemu, čini kapital sadržan u odnosima sa potrošačima i dobavljačima. *Roos* ističe humani kapital - resurse, relacije resurse i organizacione resurse sadržajem intelektualnog kapitala. U suštini se *Steward-ov* i *Roos-ov* koncept suštinski ne razlikuju. Diferenciranja su samo terminološke prirode. Što je kod *Steward-a* strukturni to je za *Roos-a* organizacioni kapital. Takođe, kapital sadržan u odnosima sa stejkholderima je zapravo relacioni kapital.

Sušтина intelektualnog kapitala je u procesu kreiranja vrednosti. Vrednost se može stvarati kombinacijom navedenih komponenti intelektualnog kapitala. Preduzeća se razvijaju, uvećavaju svoj profit, vrednost i konkurentnost na osnovu uspešne kombinacije različitih komponenti intelektualnog kapitala. Naime, kombinacijom između njih ostvaruje se sinergija i jedinstvenost. Prihvaćenom klasifikacijom se upravo jasno identifikuju kombinacije, te njihovi efekti - sinergija u stvaranju vrednosti. Naime, termin vrednost ovde treba shvatiti i kao vrednost za potrošača, vrednost proizvoda/usluge, vrednost za dobavljače, profit, vrednost za vlasnike tj. vrednost preduzeća.

2. Intelektualne performanse preduzeća

Koncept intelektualnih performansi podrazumeva dve osnovne dimenzije performansi: *a) performanse intelektualnih resursa* i *b) performanse upotrebe intelektualnih resursa*. Naime, s razlogom se diferenciraju ove dve grupe performansi. Performanse intelektualnih resursa su njihove karakteristike, bilo strategijskog ili operativnog karaktera. Performanse upotrebe intelektualnih resursa su efekti - rezultati njihove upotrebe, efektivnost i efikasnost. Za preduzeće je, na primer, važno koliko stručnih kadrova, posebno profesionalaca, ima i kakvog su profila znanja i kompetentnosti, ali je mnogo relevantnije kakve efekte ostvaruju u radu. U istraživanju i razvoju preduzeća važan je portfolio kompetentnosti zaposlenih, ali još značajniji učinak - inovativan output i produktivnost. Kod intelektualne svojine, pak, vredan je broj registrovanih patenata kao performansa ovih resursa, ali je mnogo važnija performansa upotrebe, kao što je broj novih proizvoda na bazi patentiranih tehnologija ili prihodi ostvareni od datih licenci za patentirane tehnologije.

Konkurentsku prednost preduzeća, između ostalog, determinišu i performanse njegovih intelektualnih resursa (kapitala) [8, str. 58]. U literaturi iz oblasti strategijskog menadžmenta, kao kriterijumi za ocenu

Upravljanje intelektualnim performansama preduzeća

performansi resursa ističu se: *trajnost, imitiranost, prenosivost*. Pored njih, relevantne performanse resursa su *unikatnost i fleksibilnost*.

Trajnost je značajan kriterijum u oceni intelektualnih resursa, odnosno potencijala preduzeća da stvara i održava konkurentsku prednost. Na *trajnost intelektualnih resursa* u današnjim uslovima od izuzetnog su uticaja dinamične tehnološke promene. U nekim oblastima, patenti zastarevaju pre nego što im istekne vreme zakonske zaštite. Reputacija preduzeća je, takođe, primer nematerijalnog resursa koji može pokazivati značajnu promenljivost tokom vremena. *Imitiranost* je odlika većine resursa. Imitiranost se odnosi na teškoće i vreme koje je konkurentima potrebno da imitiraju. Intelektualni resursi se međusobno diferenciraju prema mogućnosti da budu kopirani. Imajući u vidu ovu karakteristiku, u preduzeću treba da postoji težnja da se stvaraju jedinstveni intelektualni resursi koji su teški za imitiranje, kao što su na primer patentirane tehnologije.

Prenosivost, odnosno raspoloživost intelektualnih resursa podrazumeva sagledavanje potrebnog vremena i napora da se oni pribave ili kreiraju. Intelektualni resursi koji se mogu lako i brzo nabaviti / kupiti, ne obezbeđuju relativno dugo održavanje konkurentске prednosti. Po pravilu, takvi resursi se brzo kopiraju, jer ih preduzeće relativno lako obezbeđuje. Neki intelektualni resursi nisu lako pribavljivi, odnosno prenosivi između subjekata. Sposobnost preduzeća da održi konkurentsku prednost u određenom periodu, između ostalog zavisi od brzine kojom konkurenti uspevaju da obezbede određene intelektualne resurse, koji su potrebni da se preduzeće imitira. Nemobilnost resursa koji nisu relativno lako pribavljivi, odnosno prenosivi može poticati od nesavršenosti informacija o kvalitetu i produktivnosti resursa, posebno ljudskih, ali i nekih drugih intelektualnih resursa. Na primer, slična je situacija sa vrlo specifičnim intelektualnim resursom kao što je marka. Ona se obično vezuje za preduzeće, pa promena vlasništva može da erodira njenu vrednost. U slučaju da se određeni intelektualni resurs ne može pribaviti kupovinom, potrebno je njegovo kreiranje, tj. izgrađivanje. Takav input po pravilu ima veći strategijski značaj u odnosu na resurse koji se nabavljaju na tržištu.

Unikatnost pojedinih intelektualnih resursa treba da se štiti. Najbolji su pravni okviri zaštite putem patentiranja. Borba za održavanje unikatnosti resursa vodi se i kontinuiranim ulaganjima u projekte istraživanja i razvoja. Neki unikatni resursi preduzeća su teški za imitiranje. Takvo je, naročito, "prećutno" znanje jednog broja zaposlenih ili radnih grupa (timova) manifestovano u ličnim kompetentnostima, koje nisu formalno vlasništvo preduzeća. U organizacijama intenzivnim po znanju, posebno gde je tehnologija dinamična i životni ciklus proizvoda kratak, to implicitno znanje

je prilično jedinstven resurs. Zadržavanje ovakvog resursa u preduzeću je posebno značajno za njegov poslovni uspeh u budućem periodu. Pored ovoga, konkurentska prednost preduzeća determinisana je *fleksibilnošću* njegovih intelektualnih resursa. Inovativna sposobnost ljudskog resursa u preduzeću utiče na njegovu uspešnost. Inovacija je važna zbog ostvarivanja i isporučivanja superiornije vrednosti za potrošača koja će omogućiti konkurentsku prednost. Takođe, uz strategiju kontinuiranog inoviranja, konkurentska preduzeća imaju u jednom dužem vremenskom periodu problem da se prilagode.

Intelektualni resursi se moraju kontinuirano unapređivati, razvijati i uvećavati, jer od napred navedenih i drugih njihovih karakteristika (performansi) zavisi konkurentska prednost. Naime, od posebnosti ovih resursa i sposobnosti koje su na osnovu njih razvijene, te njihove diferenciranosti od intelektualnih resursa i sposobnosti konkurenata, zavisi kolike barijere jedno preduzeće može da stvori rivalima u smislu benefita tj. ukupnog paketa koristi koje pruža klijentima. Konkurentska prednost, ovdje, izvodi se direktno iz performansi intelektualnih resursa i performansi njihove produktivne upotrebe, što se odražava kroz rast proizvodno-uslužnog potencijala i razvoj preduzeća. Intelektualni resursi, znanje u širem smislu, sadržano je u novim proizvodima/uslugama koje pružaju željene koristi za potrošače. Preduzeća konkurišu na bazi diferenciranosti proizvoda i usluga - kvaliteta, pouzdanosti, efikasnosti, jednostavnosti upotrebe, estetskog osećaja, troškova i dr. Kombinacija ovih i drugih karakteristika proizvoda, koje ga čine vrednijim i superiornijim od konkurentskih, stvara relativnu prednost u odnosu na rivalska preduzeća. Ta prednost se, u konačnom, efektuira u boljoj strategijskoj poziciji a onda i u većoj tržišnoj vrednosti.

3. Upravljanje intelektualnim performansama

Intelektualni kapital je u savremenim uslovima poslovanja jedan od najvažnijih izvora konkurentske prednosti. Iz ove činjenice i proizilazi obaveza menadžmenta da se intenzivnije posveti upravljanju intelektualnim performansama preduzeća. Inače, u teoriji intelektualnih resursa, koja se naročito razvila u poslednjoj deceniji, sreće se više upravljačkih modela. Upravljanje performansama intelektualnih resursa i njihove upotrebe obuhvata tri faze:

- *upravljanja znanjem,*
- *upravljanje inovacijama i*
- *upravljanje intelektualnom svojinom.*

Upravljanje intelektualnim performansama preduzeća

Imajući u vidu *Steward-ovu* i *Roos-ovu* klasifikaciju kategorija intelektualnih resursa, u tabeli 1 su razvrstani elementi intelektualnog kapitala po fazama upravljanja.

Tabela 1. Kategorije i faze upravljanja [9, str. 64]

<i>Faza</i>	<i>Ljudski kapital</i>	<i>Relacioni kapital</i>	<i>Strukturni kapital</i>
<i>Faza upravljanja znanjem</i>	Prečutno znanje, iskustvo, pamet, vizija	Iskustvo, znanje, odnosi, mreže	Baze podataka IT, baze znanja, najbolje prakse, kultura
<i>Faza upravljanja inovacijama</i>	Ideje, koncepti proizvoda, veštine	Ideje, koncepti proizvoda, feedback, odnosi	Sistemi rada, poslovni procesi
<i>Faza upravljanja intelektualnom svojinom</i>	Know-how	Identitet marke, reputacija, strategijske alijanse	Patenti, marke, autorsko pravo, poslovna tajna

U tabeli 2 prikazani su upravljački ciljevi i svrha svake grupe ovih resursa. Na ovaj način identifikuje se predmet, odnosno područje upravljačkih aktivnosti u domenu intelektualnih resursa.

Tabela 2. Ciljevi i svrhe upravljanja [9, str. 66]

<i>Faza upravljanja</i>	<i>Područje upravljanja</i>	<i>Svrha</i>	<i>Upravljački ciljevi</i>
Upravljanje znanjem	Znanje kao resurs	Kreiranje vrednosti	Spoznati znanje kao resurs i obezbediti njegovo najbolje moguće korišćenje radi što boljeg odvijanja procesa u organizaciji
Upravljanje inovacijama	Inovacioni procesi i resursi	Izvlačenje vrednosti	Osloboditi i rekonfigurirati resurse inovacija za brže kreiranje novih načina obavljanja posla i novih proizvoda
Upravljanje intelektualnom svojinom	Intelektualna svojina	Maksimiranje vrednosti	Omogućiti takvo korišćenje intelektualne svojine koje će poboljšati konkurentsko pozicioniranje i sticanje prihoda preduzeća

Proces upravljanja intelektualnim resursima podrazumeva određene aktivnosti obezbeđivanja jedinstvenog toka informacija, procesa i aktivnosti. Preduzeća treba da ga efektivno obezbeđuju i usmeravaju na osnovu sistematske procene performansi upotrebe intelektualnih resursa i kvantifikovanja intelektualnog kapitala. Na osnovu ovih merenja, procena i analiza, potrebno je napraviti i izveštaj o evaluaciji intelektualnih performansi [10, 11]. On će biti od velike važnosti za opredeljivanje buduće strategije, odnosno za definisanje područja budućih aktivnosti u pogledu razvoja intelektualnih resursa. Preduzeća koja su intenzivna intelektualnim resursima (tzv. „organizacije znanja”) su posebno specifične, pa je i njihov proces upravljanja intelektualnim kapitalom kompleksan. Ovo, stoga, što je intelektualni kapital preduzeća rezultat interakcije različitih segmenata intelektualnih resursa. Imajući u vidu napred izloženo, konceptualni okvir upravljanja intelektualnim performansama čini sledeće faze:

- *Planiranje intelektualnih performansi,*
- *Merenje intelektualnih performansi,*
- *Analiza i izveštavanje o intelektualnim performansama,*
- *Unapređenje intelektualnih performansi u funkciji konkurentnosti preduzeća.*

Problem efikasnog i efektivnog upravljanja intelektualnim kapitalom, odnosno intelektualnim performansama se potencira zbog toga što su kompleksni uzročno-posledični odnosi (veze) između delova intelektualnog kapitala. Zato se pažljivom analizom intelektualnog kapitala može otkriti međuzavisnost njegovih uticajnih elemenata (upravljanje znanjem, inovacijama i intelektualnom svojinom). Napred navedeni model upravljanja intelektualnim performansama može se primeniti na svaku od definisanih faza. Potrebno je, dakle, najpre planirati performanse tzv. organizacionog znanja, meriti ih, izveštavati o njima i onda donositi programe za njegovo unapređenje. To isto važi i za inovacije (inovacioni proces) i intelektualnu svojinu. Važnost ovoga proizilazi iz rasta značaja intelektualnih resursa u ekonomiji znanja. Imajući u vidu navedeno, može se istaći da su znanje, inovacije i intelektualna svojina izvori konkurentne prednosti preduzeća, te da se njihove performanse moraju sistematski planirati, meriti, analizirati i kontinuirano unapređivati.

4. Merenje intelektualnih performansi u funkciji upravljanja

S obzirom na to da je današnja *era ekonomije znanja*, sve veći akcenat se stavlja problematici merenja intelektualnih performansi preduzeća [12]. Naime, u susret tome su i ideje i zahtevi savremenih, novijih pristupa u

Upravljanje intelektualnim performansama preduzeća

meranju performansi, koji potenciraju uspostavljanje balansa dobro ustanovljenim finansijskim merilima u tradicionalnim finansijskim knjigovodstvu. U tom smislu ističe se koncept *Balansne karte performansi* (Balanced Scorecard) [13]. Finansijska merila performansi bazirana na računovodstvenim informacijama nisu odgovarajuća za merenje intelektualnih determinanti razvoja preduzeća. Stoga se sistem zvaničnog finansijskog merenja performansi mora dopuniti setom merila intelektualnih performansi. Merenje intelektualnih performansi značajno je i zbog usklađivanja resursa preduzeća sa strategijom koja se sprovodi, kao i zbog poboljšanja efikasnosti poslovnih procesa i aktivnosti.

Intelektualne performanse u najvećoj meri u Balanced Scorecard-u su sadržane u dimenziji učenja zaposlenih i njihovog razvoja, kao i razvoja i inovativnosti preduzeća. U ovoj dimenziji su sadržane performanse *humanog kapitala* (veštine, znanja, edukacija, obuka i sl.), potom *informacionog kapitala* (sistemi, baze podataka, mreže), kao i ostalog *strukturnog - organizacioni kapital* (kultura, liderstvo, timski rad i sl.). Naravno, intelektualne performanse mogu se identifikovati i delom kroz dimenziju potrošača, a delom i iz dimenzije internih poslovnih procesa, ukoliko se kroz nju reflektuju dobavljači i zajednica, odnosno odnosi sa ovim stejkholderima i to sve dok se ne definišu, standardizuju i obavezujuće primene računovodstveni principi, kojima će se celovito knjigovodstveno (finansijski) obuhvatiti svi elementi intelektualnog kapitala preduzeća.

Koristi koje preduzeća imaju od merenja intelektualnih performansi su brojne i značajne. One ne samo da se ogledaju u olakšavanju strategijskog procesa, već i u komuniciranju sa eksternim korisnicima o konkurentskim prednostima resursa i sposobnosti. Na taj način se, u stvari, uspešnije privlače vredni i potrebni resursi (finansijski kapital, profitabilni potrošači, kompetentni zaposleni i sl.). Suštinski je važno da se merenje intelektualnih performansi ostvaruje kvalitetno i kontinuirano zbog menadžera i svih zaposlenih, jer oni na osnovu parcijalnih merila mogu razumeti suštinu i značaj intelektualnog kapitala u povećavanju vrednosti i konkurentnosti preduzeća. Naime, to je posebno značajno zbog toga što na taj način oni mogu uvideti potrebu da se menjaju, pa se spremnost za vršenje promena uvećava. Kada član kolektiva zna šta je relevantno za poslovni uspeh, kakva je njegova uloga u ostvarivanju doprinosa poslovnim rezultatima, on može lakše identifikovati načine na koji taj doprinos može pružiti.

Problem merenja intelektualnih performansi, odnosno pojedinih segmenata intelektualnog kapitala dolazi iz njihove nematerijalne prirode, a takođe i zbog toga što se ekonomski efekti stvaraju interakcijom i zajedničkom upotrebom različitih komponenti. U tom smislu otežano je

merenje vrednosti i performansi pojedinih kategorija intelektualnih resursa parcijalno, već se meri intelektualni kapital jedinstveno. Ovakvo vrednovanje moguće je preko agregatnog finansijskog merila visine intelektualnog kapitala. Kada se u vidu ima problematika merenja pojedinih grupa intelektualnih resursa, shodno prihvaćenoj klasifikaciji, ističe se i problem merne jedinice koja nije jedinstvena a i ne može biti zbog različitog karaktera pojedinih resursa, odnosno sadržaja unutar izdiferenciranih kategorija.

U pravcu rešavanja problema merenja intelektualnih performansi istaknut je stav da je moguće merenje na osnovu:

- *agregatnog merila izračunate vrednosti intelektualnog kapitala kao razlike tržišne i knjigovodstvene vrednosti, i*
- *seta parcijalnih merila koja će se zasnivati na izabranim kategorijama intelektualnih resursa, tj. koja će se vezivati za svaku kategoriju intelektualnog kapitala posebno.*

Parcijalna merila (merila po pojedinim grupama intelektualnog kapitala – ljudski, strukturni, relacioni kapital) po svojoj prirodi mogu biti: monetarna i nemonetarna. *Monetarna merila* intelektualnog kapitala izražavaju finansijsku (novčanu) vrednost celine intelektualnog kapitala preduzeća ili, eventualno, vrednost njegovih komponenti – vrednost humanog kapitala, vrednost strukturnog kapitala i vrednost relacionog kapitala. *Nemonetarna merila* intelektualnog kapitala mogu biti: kvalitativne i kvantitativne prirode.

S obzirom na specifičnosti pojedinih intelektualnih resursa, njihove performanse (karakteristike) ocenjuju se i iskazuju *kvalitativnim merilima* (imidž – jak, dobar ili slab, loš; potom organizaciona kultura – jaka, slaba). *Kvantitativna merila* su ona koja nisu izražena finansijski, već su dobijena na osnovu određenog kvantitativnog izraza odnosno proračuna primenom odgovarajuće metodologije. Takva su, na primer, stopa zadržavanja potrošača, indeks satisfakcije potrošača, indeks satisfakcije zaposlenih, broj prijavljenih patenata, koeficijent kvalifikacione strukture zaposlenih i dr.

Široka je lista mogućih merila intelektualnih performansi. Naravno, različita preduzeća neće koristiti sva moguća merila. Jako je važno da se lista merila identifikuje prema utvrđenim kriterijumima shodno potrebama i svrsi informacija koja se merilima dobijaju, te izveštaja koji se na osnovu njih pripremaju. Ipak, dosta je analitičkih problema vezanih za izbor i koncipiranje merila intelektualnih performansi. Među njima se kao najznačajniji mogu izdvojiti:

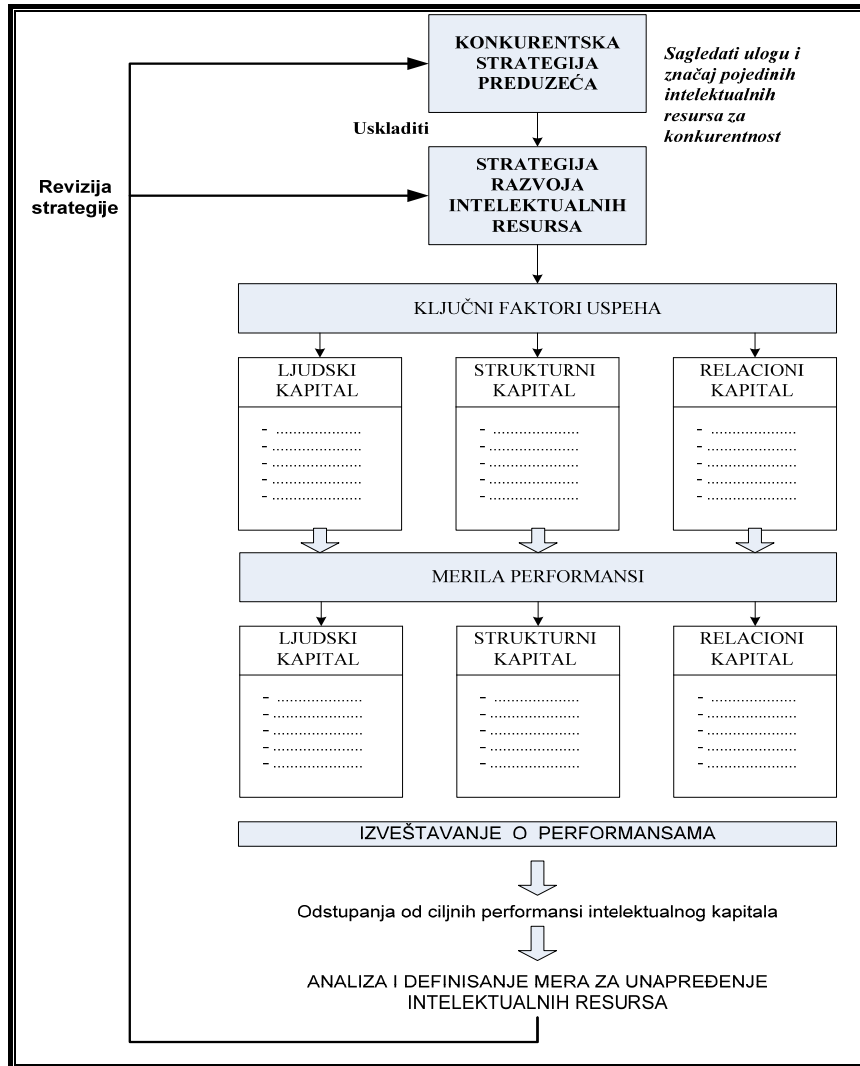
Upravljanje intelektualnim performansama preduzeća

- izbor pravih parcijalnih merila performansi po kategorijama intelektualnog kapitala prema informacionim potrebama menadžmenta, karakteristika preduzeća i dr.;
- rangiranje parcijalnih merila po značaju za svaku kategoriju intelektualnih resursa;
- obezbeđivanje što veće preciznosti u metodologiji i informacionoj osnovi za proračun finansijskih i kvantitativnih merila;
- pronalaženje svih izvora greški ili smetnji u koncipiranju i korišćenju merila koje mogu da dovedu do nerelevantnosti merila;
- pronalaženje veza između merila, kako bi se izbeglo prisustvo merila koja su recipročno zavisna i dupliranje upravljačkih informacija praćenjem suvišnih merila, te nepotrebnim opterećivanjem sistema merenja intelektualnog performansi prevelikim brojem merila.

U procesu izbora i definisanja merila za praćenje intelektualnih performansi može od koristi biti učenje od drugih preduzeća, odnosno edukacija na osnovu studija slučaja, uvida u sistem merenja i izveštavanja o intelektualnim performansama iskusnih i uspešnih preduzeća. Nije moguće identifikovati jedinstvenu listu merila performansi intelektualnih resursa i njihove efikasne i efektivne upotrebe koja će biti primerena svim preduzećima. Ovo stoga, što se ona razlikuju po delatnosti, veličini, intenzivnosti faktora znanja, okruženju u kome posluju i sl. Uz to, ono što je relevantno za jedno preduzeće, verovatno u potpunosti neće biti relevantno i za druga preduzeća.

Od posebnog značaja je rukovoditi se logikom opšteg pristupa u izboru merila intelektualnih performansi. Naime, ona zahteva da se pođe od *određene kategorije (područja) intelektualnih resursa* (odnosno od strategije tog područja), potom da se *identifikuju kritični faktori* implementacije i uspeha te strategije tj. determinišu intelektualni faktori koji imaju najveći uticaj na stvaranje upotrebne vrednosti, proizvodni proces i strateški definisan poslovni uspeh. Na kraju se *identifikuju merila performansi* [14]. Naime, za svaku kategoriju intelektualnog resursa (kapitala) treba izdvojiti nekoliko ključnih merila, koja su po pravilu i uglavnom nefinansijskog karaktera, a čija informaciona osnova nije finansijsko računovodstvo. Praćenjem merila i njihovom analizom identifikuju se odstupanja od ciljnih nivoa performansi koje se određenim merilom kvantifikuju. Na taj način, obezbeđuje se sagledavanje i definisanje mera i akcija za unapređenje intelektualnih resursa u budućem periodu, koje će omogućiti bolju konkurentnost preduzeća. Merenje i analiza performansi intelektualnih resursa osnova su za revidiranje strategije razvoja intelektualnih resursa, te njeno usklađivanje sa konkurentnskom strategijom preduzeća (slika 1).

Slika 1. Konceptualni okvir modela merenja i upravljanja intelektualnim resursima na osnovu strategije



Razvijanje jednog opšteg okvira (modela) merenja performansi intelektualnih resursa podrazumeva zadovoljenje sledećih kriterijuma [15]:

- model treba da bude dovoljno fleksibilan kako bi se mogao prilagoditi različitim preduzećima, jer se ona razlikuju po organizacionoj strukturi, korporativnoj kulturi i mnogim drugim obeležjima,

Upravljanje intelektualnim performansama preduzeća

- model treba da obuhvati merila kojima će se dinamično pratiti rast, inovacije i transfer znanja,
- model treba da zasniva na informacijama (za proračun vrednosti merila intelektualnih performansi), koje su relativno lako dostupne, odnosno koje se mogu dobiti uz što niže troškove i napore,
- model merenja treba da obuhvati merila koja su razumljiva i relevantna za poslovanje preduzeća,
- model treba da sadrži merila intelektualnih performansi koja su povezana sa tradicionalnim, finansijskim merilima prinosa (rentabilnost, marža, profit, zarada po akciji i sl.).

Pored toga, ističe se da se vrednost sadržana u intelektualnom resursima i njegovim kategorijama često ne dobija merenjem, već pomoću tržišnih procena, koje baziraju na opaženim i kvalitativnim utiscima investitora i finansijskih analitičara ili, pak, projekcija menadžmenta. Kad je u pitanju projekcija vrednosti nekih segmenata intelektualnog kapitala od koristi je primena prinostnog, troškovnog i tržišnog principa.

Zaključak

Upravljanje intelektualnim resursima podrazumeva fazni pristup koji se sastoji iz upravljanja znanjem, inovacijama i intelektualnom svojinom. Imajući u vidu međusobnu uslovljenost elemenata intelektualnog kapitala (humanog, strukturnog i relacionog) u stvaranju vrednosti, ističe se kompleksnost upravljačkog procesa. U cilju efektivnog menadžmenta intelektualnim resursima, odnosno intelektualnog kapitala od važnosti je primena konceptualnog okvira upravljanja intelektualnim performansama. Intelektualne performanse preduzeća su performanse intelektualnih resursa, strategijskog ili operativnog karaktera, ali i performanse upotrebe intelektualnih resursa, kao efekti koji se njihovom upotrebom ostvaruju. Upravljanje performansama intelektualnih resursa i performansama upotrebe intelektualnih resursa moguće je primenom prezentiranog menadžment koncepta, koji podrazumeva planiranje tj. definisanje ciljnih intelektualnih performansi, potom njihovo merenje, kvantifikovanje i ocenu, te analizu i izveštavanje intelektualnih performansi, a u konačnom i determinisanje strategija, programa i akcija za njihovo unapređenje. Vitalni problem u upravljanju intelektualnim performansama jeste njihovo merenje. Problematika merenja intelektualnih performansi je složena po više osnova, te je razvijanje adekvatnog sistema za njihovo praćenje poseban izazov menadžmenta savremenog preduzeća.

Literatura

1. Steward T., "Intellectual capital: the new wealth of organizations", Doubleday Dell Publishing Group, New York, 1997.
2. Sullivan P., "Introduction to Intellectual Capital Management", In: Sullivan P., ed. "Profiting from intellectual capital: extracting value from innovation", John Wiley & Sons, 1998.
3. Roos G., Roos J., Dragonetti N., Edvinsson L., "Intellectual capital: navigating in the new business landscape", New York University Press, New York, 1997.
4. Edvinsson L., Malone M. S., "Intellectual capital: realising your company's true value by finding its hidden brainpower", New York, Harper Business, 1997.
5. Brooking A., "Intellectual Capital", International Thomson Business Press, 1998.
6. Viedma J.M., "ICBS intellectual capital benchmarking system", *Journal of Intellectual Capital*, No. 2, 2001, pp. 148-164.
7. Sveiby K.E., "The New Organizational Wealth – Managing & Measuring Knowledge-Based Assets", Berrett-Koehler Publishers, Inc., San Francisco, 1997.
8. Krstić B., "Intelektualni kapital kao determinanta kreiranja vrednosti i konkurentске prednosti preduzeća", *Ekonomске teme*, br. 3, 2007, str. 53-66.
9. Al-Ali N., "Comprehensive Intellectual Capital Management – step by step", John Wiley & Sons, 2003.
10. Krstić B., „Izveštavanje o intelektualnom kapitalu preduzeća u novoj ekonomiji“, *Računovodstvo*, 11-12, 2004, str. 17-26.
11. Krstić B., Bonić Lj., "Izveštavanje o intelektualnom kapitalu i nefinansijskim performansama – zahtev modernog biznisa", *Ekonomске teme*, br. 5, 2005, s. 209-220.
12. Kathleen R. D., "Measuring Intangible Assets: The Internal Perspective", *Journal of Cost Management*, 5-6/ 2000, pp. 25-32.
13. Krstić B., "Elementi i osnove koncepta balansne karte rezultata“, u: „Efikasnost transformacije preduzeća“, Ekonomski fakultet, Niš, 2000, str. 182-191.
14. Krstić B., "Merenje intelektualnih performansi preduzeća“, *Poslovna politika*, 11/2001, str. 52-55.
15. Wall A., Kirk R., Martin G., "Intellectual Capital – Measuring the Immeasurable?", CIMA publishing, Elsevier, 2004.

**MANAGEMENT OF INTELLECTUAL
PERFORMANCE IN ENTERPRISE**

Abstract: In the era of knowledge economy, intellectual resources have been designated key determinant of creating and improving firm competitiveness. Having this in mind the relevance of effective intellectual performance management in enterprise is emphasized. Regarding that, it is necessary first to set conceptual framework of intellectual performance. Namely, there are two basic dimensions of intellectual performance in an enterprise – performance of intellectual resources and performance of usage of intellectual resources. Achieving the complete contribution of intellectual resources to creating the firm value suppose effective management of intellectual performance. In that sense conceptual framework of intellectual performance management is developed. Effective management of intellectual performance understands adequate, precise and all-inclusive measurement of intellectual performance.

Key words: intellectual resources, intellectual performance, management.



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 73-98
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

TIPOLOGIJA INOVACIJA U PREDUZEĆIMA

Nebojša Zakić*
Milan Stamatović*
Slobodan Cvetanović*

Rezime: U radu se ekspliciraju različiti pristupi razvrstavanju inovacija u preduzećima. Polazi se od najšireg njihovog pojmovnog obuhvata, odnosno od najstandardnije tipologije inovacija (inovacije proizvoda i inovacija procesa), pa sve do inovacija menadžmenta, inovacija organizacija, kao i inovacija poslovnih modela. Razumljivo, svaki od napred pomenutih tipova inovacija može biti predmet dalje dekompozicije.

Ključne reči: inovacije, tipovi inovacija, proizvodi/usluge, procesna tehnologija, informaciona tehnologija, poslovni procesi, menadžment, organizacija, poslovni model, konkurentska prednost

1. Mogući pristupi razvrstavanju inovacija u preduzeću

Dugo vremena inovacije proizvoda/usluga su figurisale kao primarni, ako ne i ekskluzivni njihov oblik. Ovakvo shvatanje je opstajalo i pored činjenice što su uspešni preduzetnici, često uz pomoć specijalista, profesora i konsultanata sa strane, kao i snaga unutar preduzeća, realizovali sa manjim ili većim uspehom različite tipove inovacija. Neke od uspešno implementiranih inovacija postale su opšte prihvaćene i ušle su u teoriju i praksu poslovnih i inženjerskih disciplina.

* Univerzitet UNION, Fakultet za preduzetnički biznis, Beograd

• Fakultet za menadžment u Novom Sadu

♦ Ekonomski fakultet Niš

UDK 001.895:65.012.32; Pregledni rad

Primljeno: 06.04.2009.

Kako su promene u okruženju u kome egzistiraju savremena preduzeća bivale sve turbulentnije i suštinski različitije u poređenju na prošlost imale za rezultat sve veći pritisak na njih da promene razmišljanja na koji način poslovati i konkurisati u izmenjenim uslovima poslovanja, kompanije su uočavale da neprestane inovacije vode uspehu na tržištu i nadigravanju konkurencije. One su stoga u svoj portfolio inovacija počele da unose raznovrsne po sadržaju, stepenu inovativnosti i obuhvatu inovacije.

Teorijska i empirijska istraživanja pokazuju da opšte prihvatljiva tipologija inovacija u preduzećima ne postoji. Promene koje su se dešavale u globalnom poslovnom okruženju i nova saznanja o dominantnim načinima unapređenja konkurentnosti preduzeća tokom prethodnih dvadesetak godina imale su za rezultat, suprotno nekim očekivanjima, ispoljavanje vrlo divergentnih stavova u vezi moguće tipologije inovacija. U ekonomskoj literaturi se mogu naći vrlo različiti pristupi u razvrstavanju inovacija u preduzeću. Ono što nesporno za većinu pristupa je postojanje inovacija proizvoda/usluga. Apostrofiranje značaja ostalih tipova inovacija u preduzećima u mnogome zavisi od toga koje su oblasti domen profesionalne orijentacije i dominantnog interesovanja autora.

Inovacije u preduzećima mogu biti različitih oblika, obuhvatajući, pri tom, najrazličitiji miks komponenti poslovnog sistema i njihovih sastavnih elemenata. U principu, naglašena detaljizacija mogućih tipova inovacija u preduzećima može voditi gubljenju iz vida međusobnih sprega brojnih sastavnih komponenti i celine poslovnog sistema. Ovo znači da su i različiti tipovi inovacija međusobno povezani. Npr. inovacije proizvoda i usluga obično uključuju i inovaciju procesa, a takođe i u određenoj meri promene u tehnologiji. Takođe, radikalne inovacije poslovnih procesa mogu u većoj meri dovesti do promena organizacione strukture, sistema menadžmenta, inovacija procesa, itd.

S druge strane, tipologija inovacija u preduzeću treba da obuhvati sve relevantne tipove inovacija. Odgovarajuća tipologija pomaže da se obuhvate i kategorizuju mnogi delovi i elementi u upravljiv skup koji se sastoji iz razumnog broja komponenti i da pruži jasne vodiče kako istraživačima i konsultantima u njihovom profesionalnom radu tako i menadžerima i preduzetnicima kuda se sve mogu kretati njihovi inovacioni napori.

Svi prezentovani tipovi inovacija povezani su sa kreiranjem održive konkurentne prednosti preduzeća. Konkurentnu prednost preduzeća u ekonomiji znanja treba istraživati u sklopu sledećih trendova:

Tipologija inovacija u preduzećima

- znanje postaje veoma vredna imovina preduzeća,
- privrede i najvažnije ekonomske institucije poprimaju u sve izraženijem vidu znake virtuelnosti,
- umrežavanje postaje jedan od važnijih atributa funkcionisanja privrednih subjekata,
- bitno prmenjena uloga kanala distribucije,
- sve izraženije skraćanje životnog ciklusa proizvoda,
- skraćivanje vremena potrebnog za uvođenje novih proizvoda na tržište. (Cvetanović, S. Stanković, Lj., 2005)

Da da bi uspešno upravljala rastućim brojem različitih oblika inovacija, preduzeća treba da razviju odgovajuću inovacionu strategiju, kao sve važnije komponente ukupne poslovne strategije. Ova strategija mora dovoljno precizno da definiše značaj različitih tipova inovacija u poslovanju preduzeća.

Prema Besantu u Tiddu (2007), inovacija može biti svedena na četiri dimenzije promene koje (četiri P inovacije):

- inovacija proizvoda – odnosi se na proizvode i usluge koje preduzeće nudi;
- inovacija procesa – odnosi se na skupove međusobno povezanih aktivnosti koje transformišu ulaze u izlaze;
- inovacija pozicije – odnosi se na promene konteksta u kom se proizvodi i usluge uvode; i
- inovacija paradigme – odnosi se na promene u modelima koji oblikuju šta preduzeće radi.

Davilla i saradnici (2006) inovaciju dele na dve osnovne komponente: promene tehnologije i promene poslovnog modela. Nadalje, oba ova tipa inovacija dekomponuju na šest elemenata, ili kako ih autori nazivaju, šest poluga inovacije. To su:

- promene tehnologije,
- proizvodi i usluge – inovacije proizvoda i usluga koje preduzeće uvodi na tržište,
- inovacije procesa – inovacije tehnologija neophodnih za realizaciju proizvoda i usluga;
- podržavajuće tehnologije – inovacije procesa koje omogućuju preduzeću da izvrši poslovnu strategiju brže i uz niže troškove,
- promene poslovnog modela, i
- vrednosna ponuda – inovacije u vrednosnoj ponudi proizvoda ili usluga;

Davenport (2006) inovacije deli u pet kategorija: 1. inovacija proizvoda; 2. inovacija usluge; 3. inovacija procesa; 4. inovacija menadžmenta; 5. inovacija poslovnog modela.

Svesno ulazeći u opasnost nedozvoljivog simplifikovanja izuzetno složenog i krajnje osetljivog pitanja prihvatljive tipologije najznačajnijih inovacija u preduzećima, naše je mišljenje da sledeća njihova podela u dovoljnoj meri omogućuje notiranje potencijalnog značaja inovaciju u procesu kreiranja dugoročno održive konkurentne prednosti: 1. inovacije proizvoda/usluga; 2. inovacije procesa; 3. inovacije u oblasti informacionih tehnologija; 4. inovacije poslovnih procesa; 5. inovacije menadžmenta; 6. inovacija organizacija, i 7. inovacija poslovnih modela

Napred apostrofiranoj tipologiji inovacija u preduzećima, razumljivo, mogu se staviti određene primedbe. Takođe, sa pravom joj se može prigovoriti da se ona u konačnom može svesti na dva standardna tipa inovacija (inovacija proizvoda/usluga i inovacije procesa). Međutim, smatramo da ona pollazi od činjenice da u inovacijama vođenim preduzećima, osnovni izvor konkurentne prednosti predstavlja sposobnost generisanja i korišćenja inovacija proizvoda i inovacija procesa na osnovu korišćenja novih informacionih tehnologija. Pri tom, akcentira se značaj tzv. nematerijalnih inovacija oličenih pre svega u oblasti menadžmenta, organizacije i poslovnog modeliranja o kojima se u ekonomskoj literaturi intenzivnije piše tokom poslednjih desetak godina.

2. Inovacije proizvoda/usluga

Inovacije proizvoda/usluga se najlakše prepoznaju. Većina autora inovacije proizvoda i inovacije usluga svrstava u jednu kategoriju inovacija. U literaturi se može sresti i izraz "inovacija proizvoda" gde generički termin proizvod prema standardu ISO 9000:2000¹ uključuje usluge, softver, hardver i procesne materijale

Prema Cooperu (2001) novi proizvodi/usluge mogu biti novi za preduzeće ili novi za tržište. Na osnovu ove dve dimenzije moguće je odrediti više tipova novih proizvoda/usluga.

Najpopularniju tipologiju novih proizvoda daje konsultanska kuća Booz-Allen & Hamilton (1982) koja identifikuje sledećih šest oblika novog proizvoda:

¹ ISO 9000:2000, "Quality management systems – Fundamentals and vocabulary", International Organization for Standardization (ISO), Geneva

Tipologija inovacija u preduzećima

1. Novi proizvodi za svet – ovo su novi proizvodi koji se prvi put pojavljuju u svetu. Ova kategorija predstavlja oko 10% svih novih proizvoda.
2. Nove proizvodne linije za preduzeće – ova kategorija se odnosi na proizvode koji nisu novi za tržište ali su novi za određeno preduzeće i omogućuje mu prvi put da uđe na određeno tržište.
3. Dodaci postojećim proizvodnim linijama – ovo su proizvodi koji su novi za kompaniju i dodati su postojećim proizvodnim linijama.
4. Poboljšavanje i revizija postojećih proizvoda – ovi proizvodi zamenjuju postojeće proizvode, nudeći bolje performanse ili porast opažane vrednosti od kupca.
5. Repozicioniranje – odnosi se na obuhvatanje novog tržišnog segmenta za postojeće proizvode.

Smanjenje troškova – ovo su novi proizvodi dizajnirani da zamene postojeće proizvode u proizvodnoj liniji, nudeći iste benefite ali po nižim troškovima. Za kupce proizvodi koji spadaju u ovu kategoriju se ne smatraju novim.

Modifikujući prethodnu tipologiju, Cooper i Kleinschmidt (1993) daju sedam kategorija novih proizvoda: (1) istinske inovacije – potpuno novi proizvodi za svet koji stvaraju novo tržište, (2) novi proizvodi za svet ali za koje postoji tržište, (3) potpuno novi proizvodi za preduzeće ali koji nude nove oblike u odnosu na konkurentne proizvode na postojećem tržištu, (4) nove proizvodne linije za preduzeće ali koje se takmiče protiv sličnih proizvoda na tržištu, (5) novi dodaci postojećim proizvodnim linijama za preduzeće, (6) značajne modifikacije u postojećim proizvodima preduzeća i (7) minorne modifikacije postojećih proizvoda preduzeća.

Nešto drugačiju tipologiju daje Fuller (1994) koji kategorizuje rang novih proizvoda kao: (1) proširenje proizvodne linije, (2) repozicioniranje postojećih proizvoda, (3) nove forme postojećih proizvoda, (4) reformulisanje postojećih proizvoda, (5) novo pakovanje postojećih proizvoda, (6) inovativni proizvodi i (6) kreativni proizvodi.

Tipologije inovacija usluga se ne razlikuju u odnosu na proizvode. U literaturi se najčešće koristi tipologija koju daju Booz-Allen & Hamilton proširena na sve proizvode/usluge odnosno proizvodne ili uslužne linije.

Jednu posebnu tipologiju usluga (zasnovanu na finansijskim uslugama) daju Avlonitis i saradnici (2001). Prema ovim autorima, usluge se kategorišu na: (1) usluge nove za tržište, (2) usluge nove za preduzeće, (3) novi procesi isporuke, (4) modifikacije usluge, (5) proširenje uslužne linije i (6) repozicioniranje usluge.

Davila i saradnici (2006) prema stepenu inovativnosti inovacije dele na inkrementalne, poluradikalne i radikalne inovacije. Radikalne inovacije potencijalno nude velike profite i konkurentsku prednost ali iziskuju mnogo viši nivo rizika, napora preduzeća i angažovanja resursa. Inkrementalne inovacije ostvaruju skromnije prinose ali iziskuju niži nivo rizika, napora i resursa i imaju veću stopu uspeha. Poluradikalne inovacije spadaju između ove dve kategorije.

Krećući se na kontinuumu od radikalnih do inkrementalnih inovacija, prema tipologiji Booz-Alen i Hamilton (1982), novi proizvodi/usluge za svet bi predstavljali najinovativniji ekstrem dok se smanjenje troškova kvalifikuje kao ono koje ima najmanji stepen inovativnosti. Slično i kod drugih navedenih tipologija, inovacije su poredane po opadajućem ili rastućem stepenu inovativnosti.

Inovacija proizvoda/usluga je esencijalan pristup za kreiranje konkurentске prednosti. U mnogim privrednim granama preduzeća traže konkurentsku prednost primarno putem inovacija proizvoda/usluga. Međutim, stopa neuspeha je kod ovog tipa inovacija je visoka tako da one ostaju visoko rizične za mnoga preduzeća.

Kritični faktori uspeha novog proizvoda/usluge uključuju:

- superiornost proizvoda/usluge u odnosu na konkurenciju, kompleksnost, novitet;
- atraktivnost tržišta, prirodu tržišta, konkurentsku situaciju i dublje razumevanje potreba i očekivanja kupaca;
- razvijanje i ovladavanje procesom inovacije proizvoda/usluge kroz različite faze razvoja od ideje do komercijalizacije;
- karakteristike projekta i upravljanje projektima;
- sposobnosti i resurse preduzeća i stepen ostvarene sinergije.

Viša verovatnoća uspeha je u korelaciji sa vremenskom prednošću, višim performansama prema racijama troškova, višim kontribucijskim marginama, većim novcem potrošenim na propagandu, snažnom podrškom od strane strategijskog menadžmenta, formiranjem timova ukrštenih funkcija i višim stepenom saradnje i timskog rada različitih grupa i odeljenja unutar organizacije. Saradnja sa spoljnim stejkholderima i stvaranje mreža postaje sve značajnija u današnjem umreženom poslovnom svetu.

Kontinuirana inovacija proizvoda/usluga je jedan od neophodnih elemenata uspeh preduzeća. Međutim, uspeh ne zavisi samo od novih proizvoda/usluga. Preduzeća koja nastoje da ostanu konkurentna treba da razmišljaju šire u odnosu na inovaciju proizvoda/usluga. Postoje i mnoge

Tipologija inovacija u preduzećima

druge komponente poslovnog sistema gde inovacija može obezbediti konkurentsku prednost. Inovacija proizvoda/usluga sama po sebi je relativno laka za imitaciju, dok kombinujući je sa drugim tipovima inovacija, preduzeće može ostvariti dugoročnu prednost u odnosu na konkurente, i to uz mnogo težu mogućnost repliciranja.

3. Inovacije procesa

Prema Burgelmanu i saradnicima (1996), tehnologija označava teoretsko i praktičko znanje, veštine i predmete, koji mogu biti korišćeni u procesu razvoja proizvoda i usluga, kao i sisteme proizvodnje i isporuke. Tehnologija može biti ugrađena u ljude, materijale, fizičke i kognitivne procese, postrojenja, opremu i alate.

Tehnologija proizvoda je ona koja je ugrađena u proizvod ili uslugu i kupljena i korišćena od kupaca/korisnika. Tehnologija proizvoda je nerazdvojni deo proizvoda/usluga (prethodna kategorija inovacija).

Procesna tehnologija je tehnologija koja se koristi u proizvodnji proizvoda/usluga. Ova tehnologija je interno fokusirana. Iako inovacije procesne tehnologije obično nisu vidljive za korisnike, često su vitalne za konkurentsku poziciju određenog proizvoda/usluge. Primeri nekih savremenih procesnih tehnologija uključuju naprednu biohemiju, genetski inženjering, biotehnologiju, digitalnu elektroniku, robote, superprovodnike, mikromehaniku, nanotehnologiju i td.

Nove tehnologije mogu omogućiti poslovne procese i izlaze iz procesa koji su prethodno bili nezamislivi, nepraktični ili neizvodljivi. S druge strane, uvođenje nove tehnologije može biti skupo i rizično. Skupe tehnološke inovacije zahtevaju velike investicije koje su opravdane ukoliko efekti prevazilaze ulaganja. Svakako pre ili kasnije, tehnološke investicije se ne mogu izbeći budući da preduzeće koje ne vodi dovoljno računa o konkurenciji nakon određenog perioda zaostaje za rivalima. Međutim, mora se obratiti pažnja koliko je postojeća tehnologija i infrastruktura iskorišćena. Povećano iskorišćenje postojećeg fizičkog kapitala može doprineti povećanju produktivnosti. Takođe, mora se voditi računa i o periodu za koji se nova tehnologija isplati, jer jednostavnija i manje skupa rešenja mogu biti ekonomski isplativije rešenja u odnosu na skupe investicione zahvate.

Inovacije procesne tehnologije moraju biti u funkciji sposobnosti preduzeća da se uspešno takmiči na tržištu. Tehnologija mora poboljšati konkurentnost preduzeća dodavanjem vrednosti za kupce/korisnike, inače u suprotnom, tehnološke inovacije nemaju smisla. Inovacije procesne

tehnologije treba da doprinesu konkurentnosti preduzeća u nekoliko ključnih dimenzija: poboljšanje produktivnosti, poboljšanje kvaliteta, skraćanje vremenskog ciklusa, kraći rokovi isporuke, povećanje fleksibilnosti i dr.

Prema Ettileu (2000) u većini slučajeva preduzeća do procesne tehnologije dolaze kupovinom na tržištu (pri čemu prilagođavanja mogu biti neophodna). Izazov je da na ovaj način stečena procesna tehnologija bude faktor unaprednja poslovne konkurentnosti. Ettile (2000) ističe da bi efektivno upravljali tehnološkom tranzicijom neophodno je dobro poznavati relacije između tehnološke inovacije i organizacije. Što su veće tehnološke inovacije to će biti potrebno više vremena i napora da organizacija prilagodi svoje strategije, strukture, sisteme i procedure. Neuspeh tehnoloških promena se pojavljuje ne samo kada preduzeće u tehnologiji zaostaje za konkurentima već i kada ono isuviše mnogo tehnoloških promena treba usvojiti u relativno kratkom roku.

Ovaj zaključak je veoma važan pošto naglašava međupovezanost različitih komponenti poslovnog sistema. Značaj međupovezanih i sveobuhvatnih aktivnosti i njihovo vezivanje sa konkurentskom prednošću među prvima je uočio Porter (1985) kreirajući model lanca vrednosti. Ova tema je naročito eksploatisana u procesnom pristupu i problematici vezanoj za poslovne procese.

4. Informacione tehnologije

Informacione tehnologije (IT) su podržavajuće tehnologije koja omogućavaju organizaciji bržu, lakšu i jeftiniju implementaciju strategije. Ove tehnologije doprinose sadržajnijem i bržem prikupljanju informacija iz okruženja i unutar organizacije i boljem donošenju odluka. Bezmalo svi poslovni procesi i podsistemi su zavisni od odgovarajuće primene ove tehnologije: marketing i prodaja, proizvodnja, logistika, finansije i dr.

Prema Turbanu i saradnicima (2002), informacione tehnologije predstavljaju skup svih računarskih sistema koje organizacija koristi, što uključuje hardver, softver, baze podataka, mrežu, procedure i ljude. Slično procesnoj tehnologiji, u većini slučajeva, organizacije ne razvijaju samostalno informacione tehnologije, već je pribavljaju spolja.

Osamdesetih i devedesetih godina prošlog veka, mnogi autori su isticali vitalnu ulogu informacionih tehnologija u poslovanju. U tome su naročito prednjačili pobornici reinženjeringa poslovnih procesa. Hammer i Champy (1993), ističu da informacione tehnologije omogućuju preduzećima

Tipologija inovacija u preduzećima

realizaciju reinženjering koncepta. Prema Greyu i Mitevu (1995), ove tehnologije određuju strukturu, kulturu, kao i stil menadžmenta.

Kompanije koje su reinženjering procesa zasnivale na informacionoj tehnologiji bile su suočene sa mnogim problemima. Jedan od problema o kome pišu Boudreau i Robey (1996) je smanjenje organizacione sposobnosti za buduće promene. Ukoliko organizacija u korenu promeni poslovne procese koristeći informacionu tehnologiju, ona uvodi glomazne aplikacije koje se teško menjaju u budućnosti. Te promene zahtevaju rekonstrukciju i reprogramiranje softverskih aplikacija i veza sa drugim sistemima. Pošto se softverske aplikacije kao i hardverske platforme menjaju, veliki i skup napor reinženjeringa može umanjiti organizacionu fleksibilnost i postati smetnja promenama u budućem periodu.

Kako bi se problemi zastarevanja IT izbegli, Lucas (1999) je predložio manja ali kontinuirana ulaganja u ovu tehnologiju. Primena ovog zaključka vodi smanjivanju jednokratnih velikih investicija u IT. Preduzeća međutim, još uvek mogu da se pitaju da li se konstantne investicije u IT isplate. Zaključci Lucasa (1999) upućuju da postoje neopipljive koristi od ulaganja u IT. Ako organizacija propušta da vrednuje te koristi može da odustane od investicije a onda da ustanovi da su je konkurenti, koji su primenili tu tehnologiju pretekli na tržištu.

Pitanje isplativosti IT inovacija i investicija i sticanja konkurentske prednosti usled implementacije IT je veoma kompleksno i nema lakih odluka za top menadžere i informatičke menadžere. Brojni su primeri preduzeća koja su ostvarile uspeh zahvaljujući mudrim investicijama u IT ali su brojni i suprotni primeri, gde su potrošena velika sredstva a rezultat je bio negativan.

Razvoj softvera od strane softverske industrije krenuo je drugim putem u odnosu na to što su zastupali rani pobornici reinženjeringa. Dobar primer za to su ERP sistemi. Inicijalni moduli u ERP sistemima koji se ugrađuju od sredine osamdesetih godina prošlog veka, inkorporiraju praksu koja postaje standard za sva preduzeća koja je uvode. Menadžeri preduzeća koja nameravaju da uvode ove sisteme s pravom se pitaju da li kupovina ERP aplikacija obezbeđuje konkurentsku prednost budući da i druga preduzeća, uključujući i direktne konkurente kupuju te aplikacije. Konkurentska prednost ne mora obezbeđivati ako i konkurenti uvode istu stvar, ali preduzeće ne mora razvijati rešenja koja podrazumevaju višedecenijsko znanje i iskustvo mnogih kompanija.

Carr (2003), objavljuje članak u Harvard Business Review a godinu dana kasnije i knjigu (2004) čija je glavna ideja da informacione tehnologije ne donosi više konkurentsku prednost. Autor argumentuje da kako snaga i

prisustvo IT rastu, tako njihov strategijski značaj za preduzeće opada. IT su se transformisale od izvora prednosti u komodizovani trošak funkcionisanja poslovanja. Carr podvlači paralele sa razvojem ranijih tehnologija poput železnice i električne energije. Autor predlaže novi pristup menadžmenta u vezi IT, dajući prednost kontroli troškova i upravljanju rizikom u odnosu na inovaciju i investicije.

S druge strane Smith i Fingar (2003) smatraju da argumentacija Carra ne može da se odnosi na tzv. treći talas razvoja sistema i tehnologija za menadžment poslovnih procesa – BPMS koje ovi autori posmatraju kao novi izvor konkurentske prednosti. I mnogi drugi autori naglašavaju značaj BPMS. Ilustracije radi, Arori (2005) smatra da na računarima zasnovani sistemi za menadžment poslovnih procesa (BPMS) treba da omoguće proširenom preduzeću da upravlja portfolijom poslovnih procesa kroz aplikacije preduzeća uključujući i povezivanje sa kupcima, isporučiocima i poslovnim partnerima.

Poslovni procesi su značajan faktor konkurentske prednosti neke kompanije i odgovarajući računarski zasnovani sistemi za menadžment poslovnih procesa mogu znatno poboljšati organizacione sposobnosti u pogledu upravljanja poslovnim procesima. Ovo zahteva da su takvi sistemi raspoloživi na tržištu, da cena njihovog nabavljanja i korišćenja nije previsoka, da u organizaciji postoji dovoljno potencijala za sprovođenje odgovarajućih organizacionih i tehnoloških promena i usvajanje potrebnog znanja u realnom vremenu. U tom kontekstu, svaka organizacija će morati prilagođavati BPMS u skladu sa svojom strategijom i potrebama, a ne obrnuto, što nudi velike mogućnosti za inovativnost.

Tokom devedestih godina dvadesetog veka glavna unapređenja po pitanju aplikacija za poslovne procese kretala su u okviru sistema radnog toka, ERP sistema i aplikacija za elektronsko poslovanje (B2B, B2C, CRM i td.). Ipak, ove aplikacije bile su daleko od integrisanih sistema za menadžment poslovnih procesa. Prema stručnjacima Forrester research² u drugoj polovini ove decenije dominantni trendovi su razvoj integraciono-centričnih paketa za menadžment poslovnih procesa, ljudsko-centričnih paketa za menadžment

² Videti istraživačke dokumente Forrester Research, Cambridge (USA) (<http://www.forrester.com>):

Moore C., “The Forrester Wave™: Human-centric business process management suites”, Q1, 2006

Peyret H., Teubner, C., “The Forrester Wave™: Business process modeling tools”, Q3, 2006

Vollmer K., Moore, C., “Demand for business process management suites will accelerate through 2009”, 2006

Vollmer, K., Peyret, H., “The Forrester Wave™: Integration-centric business process management suites”, Q4, 2006

Tipologija inovacija u preduzećima

poslovnih procesa i posebnih alata za modeliranje poslovnih procesa. Većina firmi se specijalizuje u jednom od ovih ova tri domena. Potencijal ovog tržišta raste a na tržište se pojavlju poznata preduzeća u oblasti softverskih proizvoda - SAP, Oracle, IBM, Microsoft i dr.

Carr kao i Smith i Fingar nude jake argumente za svoje tvrdnje, ali ta činjenica razumljivo ne olakšava strategijske odluke menadžmenta u pogledu IT. Međutim, stav o izuzetnom značaju sistemskog pristupa poslovanju, odgovarajućeg liderstva i strategije podrazumeva da preduzeće mora imati jasno artikulisanu strategiju i usklađivanje poslovnih procesa i IT sa tom strategijom. Ovo znači i da IT mora biti usklađena sa poslovnim procesima. U suprotnom inovacije i investicije u IT neće biti opravdane.

5. Inovacije poslovnih procesa

U standardu ISO 9000:2000 poslovni proces je definisan kao skup međusobno povezanih ili međusobno delujućih aktivnosti koji pretvara ulazne elemente u izlazne.

Poslovni proces je skup međusobno povezanih ili međusobno delujućih aktivnosti, koji preuzima merljive ulaze i dodaje vrednost, transformišući te ulaze pomoću ljudi, metoda, energije i opreme, u merljive izlaze za eksterne ili interne korisnike, primajući od njih povratne informacije.

Poslovni procesi koji se razmatraju u ovoj kategoriji inovacija su: primarni procesi i procesi podrške.

Primarni procesi su oni procesi koji stvaraju rezultat za kupce. Ovi procesi služe ostvarenju misije i glavnih ciljeva organizacije. Oni leže na toku kreiranja vrednosti i aktivnosti unutar ovih procesa dodaju vrednost za kupce. Prema Kettingeru i saradnicima (1998), ovi procesi se sastoje od međupovezanih podprocesa i aktivnosti, odluka, informacija i materijalnih tokova, koji zajedno određuju konkurentski uspeh. Na nivou preduzeća može biti identifikovano svega nekoliko ovih procesa koji su veliki po obimu i ukrštaju više funkcija (npr. razvoj novog proizvoda, stvaranje porudžbine, izvršenje porudžbine, integrisana logistika). Svako preduzeće može na jedinstven način da identifikuje svoje primarne procese na najvišem nivou i nema jednoobraznih rešenja u kompanijama ni u okviru iste privredne grane. Pošto ovi procesi reprezentuju ključne kompetencije preduzeća oni treba da budu u fokusu pažnje inovativnih napora.

Procesi podrške mogu biti međufunkcionalnog karaktera ili definisani kao lokalni. Aktivnosti izvan primarnih procesa se tretiraju kao

isporučioći uz čiju podršku se obezbeđuje uspešan rad u primarnim procesima. Iako procesi podrške ne doprinose direktno rezultatu ne znači da ih treba zanemariti. Prema Rentzhogu (1998), procesi podrške su retko dobro definisani u organizacijama i tu često postoji veliki prostor za poboljšavanje. Međutim, ne sme se zaboraviti da se procesi podrške tretiraju polazeći od podrške koju pružaju primarnim procesima, inače se može desiti da rad na procesima izgubi fokus.

S obzirom da je proces taj koji stvara rezultat (proizvodi i usluge), inovacije procesa mogu biti značajan izvor konkurentske prednosti. Koristi od njih su: niži troškovi, brža isporuka, kraći procesni ciklusi, poboljšana kvaliteta, bolje usluge kupcu i td. Konkurentska prednost biće dugoročna ukoliko organizacija uspeva da u dužem vremenskom roku razvija i implementira procese superiorne u odnosu na konkurenciju.

Istorijski gledano, poboljšavanje procesa dešava se već dva veka. Tradicionalan pristup zasniva se na poboljšanju aktivnosti u okviru poslovnih podсистema i funkcija: proizvodnje/realizacije usluge, istraživanja i razvoja, marketinga, prodaje, postprodajnih usluga, nabavke, finansija, računovodstva, ljudskih resursa. Najveća poboljšanja su bila ostvarivana u okviru proizvodnog procesa. Istorija industrijskog razvoja puna je priča o preduzetnicima i menadžerima koji su menjali procese i revolucionizovali industriju.

Od osamdesetih godina prošlog veka počelo je da raste interesovanje menadžera za primenu različitih programa inoviranja poslovnih procesa. Jedan od značajnijih pravaca u ovom kontekstu, nudio je menadžment totalnog kvaliteta čiji je ključni princip raditi na procesima koji su u funkciji kontinuiranog poboljšanja nivoa zadovoljenja potreba i očekivanja korisnika proizvoda/usluga. Pošto procesi formiraju izlaze koji zadovoljavaju krajnje potrebe korisnika, stalno fokusiranje pažnje na zadovoljenje potreba korisnika zahteva kontinualno poboljšanje procesa.

Početak devedesetih godina 20. veka na značaju dobija reinženjering poslovnih procesa orijentisan na radikalne inovacije procesa. Hammer i Champy (1993) su reinženjering definisali kao fundamentalno razmatranje i radikalno redizajniranje poslovnih procesa pomoću kojih organizacija stvara vrednost za kupca i radi u cilju postizanja dramatičnih poboljšanja troškova, kvaliteta, usluga i brzine.

Na spektrumu procesnih inovacija, inkrementalne inovacije procesa se odnose na manja poboljšanja koja obuhvataju delove procesa na nižem nivou. Ukoliko se kontinualno sprovode u pitanju je kontinualno poboljšavanje procesa. Reinženjering se odnosi na procese na najvišem

Tipologija inovacija u preduzećima

nivou preduzeća koji zahtevaju sveobuhvatnu promenu. Dok poboljšavanje procesa zahteva pristup rešavanju problema i odnosi se na operativni ili taktički nivo, reinženjering zahteva rekonceptualizovanje procesa i odnosi se na strateški nivo. Projekti inovacija procesa koji spadaju između poboljšanja i reinženjeringa označavaju se kao redizajn procesa. U pitanju su promene podprocesa ili segmeta osnovnog procesa koje dovode do većeg skoka u performansama u odnosu na inkrementalne promene procesa, ali promenama koje su nespornoanje u odnosu na reinženjering.

Prema Gryniu (2000), na svaki dolar investiran u aktivnosti poboljšanja procesa, prinos je između 5 do 10 dolara. S druge strane, sveobuhvatne inovacije temeljnih procesa u slučaju sprovođenja programa reinženjeringa mogu dovesti do enormnog skoka u performansama (čak većeg od 100% u odnosu na prethodno stanje). Pri tome, mora se imati na umu – što je nivo poslovnog procesa na kome se vrše intervencije viši, to je veći uticaj na druge komponente poslovnog sistema koje su spregnute sa poslovnim procesima što znači da i one moraju trpeti promene. Ovo dovodi do znatnog uslozjenja problematike inovacija procesa i predstavlja visoke zahteve za upravljanje promenom i upravljanje programom/projektima. Ujedno, to je jedan od razloga smanjenja interesovanja preduzeća za reinženjering do čega je došlo tokom devedesetih kao činjenice da su se menadžeri uglavnom opredeljivali za inkrementalne i poluradikalne pristupe inovacijama procesa.

Napred je staknuto da radikalne inovacije proizvoda (proizvodi novi za svet) obuhvataju svega 10% svih inovacija proizvoda. Reinženjering poslovnih procesa može da bude odgovarajuća opcija ukoliko je organizacija rešena da drastično unapredi svoje performanse i spremna da se sa nosi sa veoma napornim i resursno zahtevnim poduhvatom kakav je reinženjering.

Opređenje za inovacije procesa, naročito poluradikalnih i radikalnih, pretpostavlja razumevanje kompleksnosti poslovnog sistema, koji se sastoji od brojnih, međusobno spregnutih komponenti. Kompleksnost se ne odnosi samo na broj i složenost komponenti, već i na višestruke interakcije između komponenti čije ponašanje ne može biti jednostavno izvedeno na osnovu ponašanja pojedinačnih komponenti. Svaka komponenta pojedinačno determiniše posebne karakteristike poslovnog sistema. Sve komponente ukomponovane zajedno određuju nivo efektivnosti funkcionisanja poslovnog sistema. Prema Gardneru (2004), procesi su kao "lepak" koji povezuje i usklađuje mozaik različitih komponenti u koherentnu celinu. Štaviše, procesi su jedinstveni u tome, da više nego neka bilo koja druga komponenta, imaju sposobnost usklađivanja i upravljanja drugim

gradivnim blokovima, tako da svaki doprinosi performansama ukupnog sistema.

Superiorni procesi se ne pojavljuju spontano. Jedini način da preduzeće dostigne takve procese je rigorozna i konzistentna primena menadžmenta poslovnih procesa. Harmon (2003), definiše menadžment poslovnih procesa kao usklađivanje poslovnih procesa sa strateškim ciljevima preduzeća, dizajniranje i implementaciju procesne arhitekture, uspostavljanje procesnog mernog sistema koji je usklađen sa ciljevima preduzeća i edukovanje i organizovanje menadžera tako da oni efektivno upravljaju procesima. Menadžment poslovnih procesa je sam po sebi proces koji spada u procese menadžmenta (sledeća kategorija inovacija).

6. Inovacije menadžmenta

Inovacije menadžmenta se dešavaju već više od jednog veka, uporedo sa razvojem menadžment misli i tehnologije. Prema Hamelu (2006), neke od najpoznatijih inovacija menadžmenta tokom istorije su: studija pokreta i vremena (naučni menadžment), računovodstvo troškova i analiza varijansi, komercijalna istraživačka laboratorija, analiza prinosa investicija, budžetiranje, upravljanje brendom i dr. Neki od skorijih primera inovacija menadžmenta su izbalansirana lista merila isprva uvedena u Analog Device i pristup šest sigma nastao u Motoroli.

Inovacije menadžmenta se mogu definisati kao značajno udaljavanje od tradicionalnih principa, procesa i praksi menadžmenta koje značajno menjaju način na koji se realizuju aktivnosti menadžmenta. Primarni fokus inovacija menadžmenta je realni svet rada i primena u preduzećima. Međutim, postoji veoma važna interakcija između prakse menadžmenta i novih ideja od kojih će neke pre ili kasnije biti razrađene i implementirane.

Inovacije menadžmenta mogu biti nove za svet ili nove za preduzeće. Granice između ove dve kategorije nisu uvek oštre: ono što je neko preduzeće prvi put primenilo, druga preduzeća mogu da dalje inoviraju i unapređuju.

Inovacije menadžmenta mogu uzeti sledeće forme:

- inovacije koncepata. Odnose se na uvođenje novih paradigmi, koncepata i principa menadžmenta;
- inovacije strategija. Mogu uključiti korporativnu strategiju, poslovnu strategiju i funkcionalne strategije (strategije marketinga, proizvodnje, finansija, ljudskih resursa i dr.).

Tipologija inovacija u preduzećima

- inovacije procesa menadžmenta. Ovo su procesi koji služe za uspostavljanje ciljeva preduzeća, razvoj i implementaciju strategije za ostvarivanje tih ciljeva i kontrolu performansi. Procesu upravljanja resursima i procesi koji oblikuju i upravljaju primarnim procesima i procesima podrške, takođe spadaju u ovu kategoriju. Strategijsko planiranje, upravljanje projektima, upravljanje promenama, razvoj menadžerskih kadrova, upravljanje znanjem su neki od primera inovacija menadžment procesa.
- inovacije tehnika i metodologija menadžmenta. Tehnike i metodologije menadžmenta mogu biti veoma različite po sadržaju, obuhvatu i stepenu neodređenosti ishoda. Mogu se odnositi na jedan metod ili čitavu metodologiju.
- inovacije prakse menadžmenta. Ova kategorija objašnjava šta menadžeri rade svakog radnog u cilju realizacije strategije. Prakse se ovde odnose na poseban skup specifičnih ponašanja.

Više procesa menadžmenta mogu biti ukomponovane u sistem menadžmenta koji takođe može biti predmet inovacije. Jedan od ovih sistema, osmišljen od strane N. Dean Meyera (2002), je sistem interne ekonomije koji predstavlja način na koji se novac pomera kroz preduzeće i upravlja resursima, uključujući procese budžetiranja, zaduživanja, odobravanja projekata i praćenja resursa. Neki sistemi menadžmenta poput menadžmenta kvalitetom i menadžmenta životnom sredinom su zahtevani međunarodnim standardima. Iako se zahtevi i formalizam međunarodnih standarda moraju ispuniti (što je uslov za sertifikaciju ili akreditaciju), još uvek postoje mogućnosti za inovacije tih sistema u okviru zadatih ograničenja.

Inovacije menadžmenta imaju značajne razlike u odnosu na ostale tipove inovacija u preduzeću. Eksterni agenti promena (konsultanti, univerzitetski profesori, eksperti) imaju značajnu ulogu u inovacijama menadžmenta. Oni često obezbeđuju početnu inspiraciju za inovaciju menadžmenta, učestvuju u različitim fazama procesa i obezbeđuju eksternu validaciju. Takođe, inovacije menadžmenta su više difuznog i postepenog karaktera ispoljavanja nego što je to obično slučaj kod ostalih tipova inovacija. Inovacije menadžmenta su teže za procenu pre implementacije i teže su za postimplementacionu evaluaciju.

Hamel (2006), ističe da inovacije menadžmenta mogu kreirati dugoročnu prednost i proizvesti dramatični napredak u konkurentskoj poziciji. U poslednjih 100 godina inovacije menadžmenta su više nego neki drugi tip inovacija omogućile preduzećima da pređu nove pragove performansi. U

jednoj anketi časopisa CIO Insight³, 51% informatičkih menadžera daje prednost inovacijama menadžmenta u odnosu na 49% koji daju prednost tehnološkim inovacijama.

Prema Barneyu (1991), određene inovacije menadžmenta nude više potencijala za konkurentsku prednost nego druge zavisno od toga koliko su one vredne, retke i teške da se imitiraju. Ipak, ovaj argument ostaje otvoren za empirijsku proveru. Birkinshaw, Hamel i Mol (2005), argumentuju da su posledice inovacije menadžmenta kompleksne zato što mnogo potencijalnih stejkholdera imaju uticaja. Autori smatraju da je neophodno izdvojiti najmanje tri različita skupa posledica – uticaj inovacija menadžmenta na različite performanse merene unutar firme; uticaj na performanse i legitimnost sledećih usvajača inovacija; i benefite inovacija menadžmenta na društvo kao celinu, u terminima poboljšavanja takvih stvari kao što su produktivnost i kvalitet radnog života.

Birkinshaw i Mol (2006), ističu da su inovacije menadžmenta neadekvatno vrednovane u preduzećima. Mnoge kompanije nemaju formalan proces za negovanje inovacija menadžmenta. Obično se ostvaruje na ad hoc način i uspešni inovatori menadžmenta često primećuju da su uspeli “uprkos sistemu”. Čak ni akademsko istraživanje ne obezbeđuje mnogo pomoći. Istražujući Business Source Premier bazu podataka autori su našli 12.774 članaka o inovacijama tehnoloških procesa i svega 114 članaka koji su bili usredsređeni na inovacije menadžmenta.

Realno je očekivati je da će se u sledećem periodu posvetiti mnogo veća pažnja ovoj problematici, kako od strane akademskih istraživača, od konsultanata, poslovnih medija i poslovnih udruženja (koji predstavljaju relevantne izvore spoljne validacije za inovaciju menadžmenta) tako i od strane glavnih izvršnih rukovodilaca i starijih menadžera po organizacijama.

7. Inovacije organizacija (organizacionih sistema)

Organizacije su strukturirani socijalni sistemi koji se sastoje od grupa i pojedinaca koji rade zajedno na ostvarenju utvrđenih ciljeva. Organizacije su otvoreni sistemi, one ne mogu postojati bez interakcije sa kupcima, isporučiocima i drugim elementima eksternog okruženja. Organizacije su dinamički sistemi, u njima se dešavaju planirane i

³ Videti web stranu Cio Insight:
[www.cioinsight.com/c/a/Trends/Management-Vs-Technical-Innovation-Which-is-More-Important/
blogs.cioinsight.com/research_central/content001/strategy/half_of_cios_dispute_hamel.html](http://www.cioinsight.com/c/a/Trends/Management-Vs-Technical-Innovation-Which-is-More-Important/blogs.cioinsight.com/research_central/content001/strategy/half_of_cios_dispute_hamel.html)

Tipologija inovacija u preduzećima

neplanirane promene, čiji se ishodi kreću od održavanja kvazistacionarnog ekvilibrijuma do promena stanja ekvilibrijuma. Organizacije su nelinearni sistemi, promene mogu biti evolutivne ili diskontinualne, sa iznenadnim nepredviđenim skokovima. Organizacije su kompleksni sistemi, ponašanje spregnutih komponenti organizacije ne može biti jednostavno izvedeno na osnovu ponašanja svake komponente ponaosob.

Odgovor na pitanje iz kojih komponenti se sastoji organizacija daju različiti organizacioni modeli kreirani od strane eminentnih teoretičara i istraživača organizacije. Među najpoznatijima su Weisbord-ov model šest komponenti (1976), Nadler-Tushmanov model kongruencije (1977) i Burke-Litvinov uzročni model (2002). Ovi modeli sadrže i neke komponente koje su u ovom radu svrstane u kategoriju menadžmenta. Razlog posebnog kategorisanja inovacija menadžmenta i inovacija organizacija (bez obzira na njihovu visoku međupovezanost) leži u različitosti oblasti profesionalne prakse i potrebnih znanja, što zahteva i angažovanje konsultanata različitog profila. Konsultanti i stručnjaci koje preduzeće angažuje ili sa kojima saraduje po pitanjima inovacije organizacije biće uglavnom iz oblasti teorije organizacije i dizajna, organizacione psihologije, organizacionog ponašanja i srodnih disciplina.

Beitler (2003), kreira model zasnovan na strateški vođenom pristupu praksi organizacionih promena. Prema Beitleru ovaj pristup pretpostavlja da je svaka organizacija efektivnija kada su svi njeni članovi angažovani ka ostvarenju utvrđenih ciljeva. Ovo zahteva kreiranje strategijskog plana koji treba jasno da naznači kako glavni menadžment namerava da ostvari organizacionu misiju. Jednom kada organizacija ima dobro skrojen i dobro komuniciran strateški plan, interni ili eksterni konsultanti treba da doprinesu da organizaciona struktura, kultura i ljudski procesi podrže strategiju. Ako je strategijski plan dobro skrojen, moguće je menjati i inovirati strukturu, kulturu i ljudske procese što može rezultovati u dramatičnim poboljšavanjima organizacione efektivnosti.

Koristeći Beitlerov model u ovom radu se usredsređujemo na sledeće komponente inovacije organizacije: (1) inovacije organizacione strukture, (2) inovacije organizacione kulture i (3) inovacije ljudskih procesa.

Prema Meyeru (2002), struktura je jedan od najmoćnijih vodiča organizacionih performansi – efikasnosti, efektivnosti, kvaliteta, inovacija, agilnosti, zadovoljstva kupca i kompetentnosti. Struktura je takođe ključni element zadovoljstva ljudi na poslu, ovlašćenja, motivacije i angažovanja, radnih odnosa i timskog rada. Značaj organizacione strukture je rano prepoznat od strane teoretičara organizacije, istraživača i menadžera. Tokom

dvadesetog veka bilo je više inovacija organizacione strukture. Neke od poznatijih su: kolaborativne strukture više kompanija (stvaranje industrijskih konzorcijuma), divizionalizacija koja je prvo uvedena u General Motorsu, matična organizaciona struktura, sravnjivanje hijerarhije i povećanje raspona kontrole, stvaranje timova ukrštenih funkcija i samoupravnih timova.

Promene koje se dešavaju u okruženju vrše snažan pritisak na organizacije da inoviraju svoje strukture. Na tom putu organizacije su veoma zavisne od spoljnog znanja koje pružaju konsultanti, profesori univerziteta i eksperti. Među različitim paradigmama, pristupima i modelima nastalih krajem dvadesetog veka izdvajaju se pristup gradivnih blokova organizacione strukture N. Dean Meyera (2002) zasnovan na paradigmi "poslovanje unutar poslovanja" i model procesno zasnovane (horizontalne) organizacije, baziran na procesnoj paradigmi, čiji je jedan od najpoznatijih zastupnika Ostroff (1998).

Najširi prostor za inovacije organizacione strukture, uključujući i povezivanje sa drugim organizacijama, nudi mrežna struktura. Prema Doppleru i Lauterburgu (2001), karakteristike mrežne strukture su: ravna hijerarhija, visok stepen nezavisnosti organizacionih jedinica, širok varijetet lokalnih razlika između organizacionih formi i način na koji se ostvaruje ukupna kontrola preko zajedničkih ciljeva i strategija. Ovo su karakteristike i organizacije kao celine – npr. struktura kompanije sa diferenciranim mrežama ćerki kompanija i profitnih centara i detaljna struktura pojedinačnih preduzeća sa projektnim organizacijama, proizvodnim ostrvima, autonomnim radnim grupama, samoupravnim timovima i sličnim fleksibilnim formama organizovanja.

Savremen koncept organizacione kulture evoluirao je razvojem bihejviorističkih nauka. Organizaciona kultura je shvaćena kao posebna varijabla organizacije, nešto konkretno što se može meriti, kontrolisati i manipulirati. Drugim rečima, oranzacionom kulturom se može upravljati planiranim intervencijama.

Uz pomoć eksternih konsultanata ili oslanjajući se na vlastite snage, organizacije nastoje da inoviraju svoje kulture na način da kultura bude usklađena sa strategijom, odnosno da se ostvare strategijski ciljevi i poboljšaju performanse. Neki od kulturnih atributa koje odlikuju savremene organizacije su: zadovoljstvo kupaca kao prioritet, raditi prave stvari na pravi način prvi put, otvorena i poštena komunikacija, timski rad kroz organizaciju, odlučivanje zasnovano na činjenicama, kreativno rešavanje problema, kontinualno poboljšavanje kao način života, otvorenost promenama, preduzetnička orijentacija, preduzimanje rizika, nagrađivanje i

Tipologija inovacija u preduzećima

promocija zasnovana na rezultatima, participativni menadžment, ovlašćenje zaposlenih i visoko vrednovanje etičkih principa.

Pitanje relacija između organizacione kulture i performansi zaokuplja veliku pažnju naučnih i poslovnih krugova. Ideja da su određene kulture snažno povezane sa uspešnim učinkom je predmet brojnih istraživanja. Početkom devedesetih godina prethodnog veka, Kotter i Heskett (1992) su ukazali da kultura ima značajan uticaj na ekonomski učinak preduzeća i da će biti još važniji faktor u određivanju uspeha ili neuspeha preduzeća u decenijama koje dolaze, što je pospešilo dalja istraživanja. Sanders i Cooke (2005) na osnovu pregleda brojnih studija argumentuju da organizacije mogu ostvariti prinose investicija i poslovni uspeh sa inicijativama promene kulture. Prema ovim autorima, ključni faktori uspeha su snažna misija i angažovano liderstvo. Pošto nalazi sve više potvrđuju pretpostavku povezanosti kulture sa performansama preduzeća, organizacije razumeju da mogu ostvariti velike benefite uvođenjem nove kulture i pored toga što put promene postojeće kulture može biti dug i naporan.

Ljudski procesi predstavljaju dinamičku komponentu organizacije. To su svi personalni, grupni i organizacioni procesi koji nastaju kao plod interakcije članova organizacije. Ovi procesi su predmet značajne pažnje istraživača organizacije, naročito od pojave biheviorističke škole organizacije. Široka je lepeza ljudskih procesa koji nude potencijal za inovacije: (organizaciono učenje, vodstvo, odlučivanje i rešavanje problema, komunikacija, pomoć i saradnja, rešavanje konflikta, izgradnja tima i dr.).

Jedna od oblasti koja u poslednje vreme predstavlja plodno tlo za inovacije je povezivanje ljudskih i poslovnih procesa. Performanse poslovnih procesa su dobrim delom određene interakcijama sa ljudskim procesima. Npr. ukoliko pojedinci ili grupe međusobno ne saraduju ili postoje destruktivni konflikti, poslovni procesi će trpeti i performanse će opadati. Čak u najboljim ljudskim interakcijama, često ima dosta gubitaka vremena i napora. Prema Broninskom (2005), proučavanja u ovoj oblasti treba da prošire uticaj i primenu menadžmenta poslovnih procesa do svih dimenzija poslovanja gde postoje mogućnosti za poboljšavanje performansi poslovanja i konkurentsku prednost.

Inovacije različitih komponenti organizacije mogu dovesti do poboljšanja performansi i biti jedan od faktora konkurentске prednosti. Pri tome, potrebna je dobra usklađenost kako sa strategijom, tako i samih komponenti organizacije međusobno i sa drugim komponentama poslovnog sistema. Na ovo nas upućuje koncept kongruencije koji nalaže da interakcija između komponenti organizacije je čak i kritičnija nego karakteristike same

komponente po sebi, i da kao sistemi organizacije bolje funkcionišu ako su njihove komponente dobro usklađene.

Radikalne inovacije organizacije su naročito naporne i potrebna je pomoć velikog broja ljudi. Pošto su različite komponente organizacije i poslovnog sistema međusobno spregnute, biće potrebno puno promena koje zahtevaju veliku količinu energije i vremena. Spoljna ekspertiza može biti kritična kako po pitanjima ideja i inspiracija za inovaciju, tako i u različitim fazama procesa promene i za validaciju nakon izvršene promene.

8. Inovacije poslovnih modela

Termin poslovni model počinje šire da se koristi početkom devedesetih godina prošlog veka konvergiranjem znanja strateškog menadžmenta, elektronskog poslovanja, informacione tehnologije i mnogih drugih disciplina. Uticaj Interneta na uspostavljena tržišta, industrijske strukture i lance vrednosti doveo je do promene shvatanja tradicionalnih načina vršenja poslovanja što je otvorilo mogućnosti da se razviju novi i različiti poslovni modeli.

Svaki model predstavlja pojednostavljeni opis originala (realnog sveta). Dimenzije stanja modela su uvek manje od onih koje ima original. Model zadržava samo one karakteristike originala koje su bitne za svrhu izučavanja originala apstrahujući mnoge karakteristike i kompleksnost originala. U tom smislu poslovni model treba shvatiti kao pojednostavljeni opis načina na koji kompanija obavlja svoje poslovanje bez ulaženja u kompleksnost i detalje mnogih komponenti poslovnog sistema. Svakako i za ovaj pojednostavljen opis treba odrediti iz kojih komponenti se sastoji i dati njegovu definiciju.

Pošto je koncept poslovnog modela relativno nov u poslovnoj teoriji i praksi još uvek nema validne teorijske osnove koja je zajednička za istraživače. U literaturi se mogu naći veoma različiti načini identifikovanja komponenti (gradivnih blokova) poslovnih modela. Mahadevan (2000) kao komponente poslovnog modela navodi: vrednosne tokove, tokove prihoda i logističke tokove. Hedman i Kalling (2003) u poslovni model uvršćuju: kupce, kompetitore, ponudu, aktivnosti i organizaciju, resurse i faktore ulaza. Wirtz and Becker (2002) pokušavaju da objasne kompleksnost poslovnog modela uvođenjem parcijalnih modela: tržišnog modela, modela snabdevanja, modela proizvodnje, modela proizvoda, distribucionog modela i modela kapitala. Što se sadržaj poslovnog modela više proširuje postoji opasnost da se izgubi fokus i prednosti koje su priključene specifičnom načinu posmatranja poslovnih modela.

Tipologija inovacija u preduzećima

Poslovni model predložen od Osterwaldera i saradnika (2005) sintetizovan je iz različitih konceptualizacija zasnovan na određenim sličnostima među brojnim modelima. Prema ovim autorima poslovni model je konceptualni alat koji sadrži skup objekata, koncepata i njihovih relacija sa ciljem da izrazi poslovnu logiku određenog preduzeća. To je opis vrednosti koju kompanija nudi jednom ili nekoliko segmenata kupaca i arhitektura preduzeća i mreža njegovih partnera za stvaranje, marketing i isporuku ove vrednosti i relacija kapitala, da stvori profitabilne i održive tokove prihoda. Poslovni model sledi strategiju i prethodi poslovnim procesima.

Osterwalder i saradnici (2005) grade model koji se sastoji iz devet povezanih gradivnih blokova:

- vrednosna ponuda – opisuje zašto kupci treba da kupuju proizvode ili koriste usluge kompanije;
- ciljni kupci – opisuje segmente kupaca kojima kompanija želi da nudi vrednost;
- distribicioni kanali – opisuje različite načine na koji kompanija isporučuje vrednost kupcima;
- odnosi – objašnjava vrste veza koje kompanija uspostavlja između sebe i različitih segmenata kupaca;
- vrednosna konfiguracija – predstavlja racionalu koja čini poslovanje uzajamno korisnim i za kompaniju i za njene kupce;
- sržne sposobnosti – ističe kompetencije neophodne da se izvrši poslovni model kompanije;
- partnerske mreže – predstavljaju mrežu kooperativnih ugovora sa drugim kompanijama neophodnih za efikasnu ponudu i komercijalizaciju vrednosti;
- struktura troškova – sumira novčane konsekvence sredstava koja su angažovana u poslovnom modelu;
- model prihoda – opisuje način na koji kompanija pravi novac kroz različite tokove prihoda.

Poslovni model je povezan sa velikim rangom inovacionih mogućnosti. Svaki od gradivnih blokova poslovnog modela pojedinačno ili u kombinaciji mogu biti predmet inovacije. Najveći benefiti se mogu dobiti od inovacije kompletnog poslovnog modela. Pri tome organizacija treba da bude rešena i spremna za napore dizajna i implementacije novog poslovnog modela. Promene poslovnog modela dovode do promena velikog broja komponenti poslovnog sistema (sistema i procesa menadžmenta, primarnih poslovnih procesa i procesa podrške, organizacione strukture, organizacione

kulture i ljudskih procesa, informacionog sistema, procesne tehnologije i dr.) i uključuju izazove, rizike i znatne potrebe za resursima. Najveći izazov je transformacija dizajniranog modela u realnost što postavlja visoke zahteve za upravljanje promenama i upravljanje programima/projektima.

Jedna od prepreka uspešnom dizajnu i implementaciji poslovnog modela može da bude nedovoljno ideja i ekspertize unutar organizacije. Pored nastojanja maksimalnog korišćenja unutrašnjih potencijala, participacije i prikupljanja ideja od zaposlenih, spoljni izvori uključujući spoljne stejkholdere, kao i konsultante, profesore i eksperte, mogu biti neprocenjivi izvor inovativnih ideja i znanja.

Inovacije poslovnog modela privlače sve veću pažnju poslovnih krugova. Prema Michelu i Colesu (2003) inovacije poslovnog modela su izvor kompetitivne prednosti, što se zasniva na istraživanjima i konsultantskom radu u više stotina kompanija. Prema jednoj studiji vršenoj od strane IBM-a⁴ (intervjuišući preko 750 glavnih izvršnih rukovodilaca širom sveta) inovacije poslovnog modela sve više izbijaju po značaju u prvi plan, u odnosu na druge tipovima inovacija.

Jednom implementiran nov poslovni model i u budućnosti će trpeti promene. Inovacija poslovnog modela je kontinualan i iterativan proces. Preispitavanja poslovnog modela u svetlu novih činjenica iz okruženja i poslovnog sistema mogu zahtevati dalje inovacije koje mogu biti inkrementalne, poluradikalne ili radikalne po svojoj prirodi. Prema Michelu i Colesu (2005) preduzeća koja nauče da razviju i implementiraju superiorni proces menadžmenta koji kontinualno poboljšava poslovni model proširice sposobnosti za dalje inovacije poslovnog modela i obezbediće dugoročnu kompetitivnu prednost.

Zaključak

Kompetentna tipologija inovacija u preduzeću pomaže da se kategorizuje veliki broj elemenata u logičan i upravljiv broj komponenti, proširuje razumevanje inovacija, bolje interpretiranje podataka i obezbeđuje zajednički i opšteprihvaćen jezik. Razumevajući različite tipove inovacija, kompanije bolje mogu da usmere svoje inovacione napore na izbor odgovarajuće strategije inovacija, kreiranje inovacionog portfolia, uspostavljanje prioriteta i vođenje akcija.

⁴ Studija "The IBM Global CEO study 2006" se može naći na web strani: www-935.ibm.com/services/uk/bcs/pdf/g510-6259-01-the-global-ceo-study-2006.pdf

Tipologija inovacija u preduzećima

Tipologija inovacija koju smo primeli u radu ukazuje na kompleksnost pitanja. Svaki od ovih tipova inovacija može biti predmet daljeg raščlanjavanja, uključuje veći broj komponenti (i njihovih sastavnih elemenata) i, u određenoj meri, povezan je sa drugim tipovima inovacija. Takođe svaki od ovih tipova inovacija zahteva različite procese za njihovu realizaciju, kojima kompanije moraju da ovladaju. Ako se ovome dodaju dimenzije poput stepena inovativnosti i obuhvata inovacije dolazi se do vrlo složenih, viševarijantnih inovacionih procesa koji zahtevaju znatne napore i vreme za kreiranje i uvođenje.

Svakako neće sve od u u radu ekspliciranih tipova inovacija biti odgovarajuće za svako konkretno preduzeće u određenom periodu. Imperativ za organizacije je da predano i temeljno pristupe inovacijama kako bi kreirale strategiju, inovacioni portfolio i uspostavile prioritete koji najbolje odgovaraju i postojećoj internoj i eksternoj situaciji. Ukoliko u kontinuitetu uspešno kombinuju različite tipove inovativnih napora, preduzeća znatno povećavaju mogućnosti da isporuče superiornu vrednost kupcima, izdvoje se u odnosu na konkurente i na duži rok ostvare tržišnu prednost.

Literatura

1. Arora, S., (2005) "Business process management: process is enterprise", Lulu, Morrisville
2. Avlonitis, G., Papastathopoulou, P., Gounaris, S., (2001) "An empirically-based typology of product innovativeness for new financial services: success and failure scenarios", *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 18, pp. 324-42., No. 5, pp. 324-342.
3. Barney, J., (1991), "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of management*, Vol. 17, No. 1, pp. 99-120.
4. Beitler, M. A., (2003) "Strategic organizational change", Practitioner Press International, Greensboro
5. Bessant, J., Tidd, J., (2007) "Innovation and entrepreneurship", John Wiley and Sons, Chichester
6. Birkinshaw, J., Hamel, G., Mol, M., (2005) "Management innovation", *AIM Research, Working Paper Series: 021*, July, 2005
7. www.aimresearch.org/workingpapers/021wpaper.pdf
8. Birkinshaw, J., Mol, M., (2006) "How management innovation happens", *MIT Sloan Management review*, Summer 2006, Vol. 47, No. 4, pp. 81-88.
9. Boudreau, M. C., Robey, D., (1996) "Coping with contradictions in business process re-engineering", *Information, Technology & People*, Vol. 9, No. 4, pp. 40-57.
10. Booz-Allen & Hamilton, (1982) "New product management for the 1980s", Booz-Allen & Hamilton, New York

11. Broninski, K. H., (2005) "Human interactions: no cheese is made of chalk", In: The Business Process Management Group, "In search of BPM excellence: straight from the thought leaders", pp. 147-170., Meghan-Kiffer Press, Tampa
12. Burgelman, R. A., Madique, M. A., Wheelwright, S. C., (1996) "Strategic management of technology and innovation", Second edition, McGraw-Hill, New York
13. Burke, W. W., (2002) "Organizational change: theory and practice", Sage Publications, Thousand Oaks
14. Carr N. G., (2003) "IT Doesn't Matter", Harvard Business Review, May 2003, Vol. 81, No. 5, pp. 41-49.
15. Carr, N. G., (2004) "Does IT matter? Information technology and the corrosion of competitive advantage", Harvard Business School Press, Boston
16. Cooper, R. G., (2001) "Winning at new products: accelerating the process from idea to launch", Third edition, Basic Books, New York
17. Cooper, R. G., Kleinschmidt, E., (1993) "Major new products: what distinguishes the winners in the chemical industry", Journal of Product Innovation Management, Vol. 10, No. 2, pp. 90-111.
18. Cvetanović, S., Stanković, Lj., (2005) "Tehnologija kao faktor konkurentske prednosti preduzeća", Ekonomske teme, br. 3. Ekonomski fakultet, Niš.
19. Davenport, T., (2006) The different domains of innovation, Babson College, <http://www.babsoninsight.com/contentmgr/showdetails.php/id/867>
20. Davila, T., Epstein, M. J., Shelton, R., (2006) "Making innovation work: how to manage it, measure it, and profit from it", Warton School Publishing, New Jersey
21. Doppler, K., Lauterburg, C., (2001) "Managing corporate change", Springer-Verlag, Berlin
22. Ettile, J. E., (2000) "Managing technological innovation", John Wiley and Sons, New York
23. Fuller, G. W., (1994) "New food product development: from concept to marketplace", CRC Press, Montreal, Quebec
24. Gardner, R. A., (2004) "The process-focused organization: a transition strategy for success", Quality Press, Milwaukee
25. Grey, C., Mitev, N., (1995) "Re-engineering organizations: A critical appraisal", Personnel Review, Vol. 24, No. 1, pp. 6-18.
26. Gryna, F. M., (2001) "Quality planning and analysis", Fourth edition, McGraw Hill/Irwin, Boston
27. Hamel, G., (2006) "The why, what, and how of management innovation", Harvard Business Review, February 2006, Vol. 84, No. 2, pp. 72-84.
28. Hammer, M., Champy, J., (1993) "Reengineering the corporation: a manifesto for business revolution", Harper Business, New York
29. Harmon, P., (2003) "Business process change: a manager's guide to improving, redesigning, and automating processes", Morgan Kaufmann Publishers, San Francisco
30. Hedman, J., Kalling, T., (2003) "The business model concept: Theoretical underpinnings and empirical illustrations", European Journal of Information Systems, Vol. 12, No. 1, pp. 49 - 59.

Tipologija inovacija u preduzećima

31. Kettinger, W. J., Guha, S., Teng, J. T. C., (1998) "The process reengineering life cycle methodology: a case study", In: Grover V., Kettinger W. J. (eds.), "Business process change: reengineering concepts, methods and technologies", pp. 211-244., Idea Group Publishing, Hershey
32. Kotter, J. P., Heskett, J. L., (1992) "Corporate culture and performance", The Free Press, New York
33. Lucas, H. C., (1999) "Information technology and the productivity paradox: assessing the value of investing in IT", Oxford University Press, New York
34. Mahadevan, B., (2000) "Business models for Internet based e-commerce: an anatomy", California Management Review, Vol. 42, No. 4, pp 55 - 69.
35. Michell, D., Coles, C., (2003) "The ultimate competitive advantage: secrets of continually developing a more profitable business model", Berrett-Koehler Publishers, San Francisco
36. Meyer, N. D., (2002) "The building blocks approach to organization charts", NDMA Publishing, Ridgefield
37. Nadler, D. A., Tushman, M. L., (1977) "A diagnostic model for organization behavior", In: Hackman, J. R., Lawler, III E. E., Porter, L. W. (eds.), "Perspectives in behavior in organizations", pp. 85-100., Mc-Graw Hill, New York
38. Ostenwalder, A., Pigneur Y., Tucci C.L., (2005) "Clarifying business models: origins, present, and future of the concept", Communications of Association for Information Systems, May 2005, Vol. 15, pp. 1-40.
39. Ostroff, F., (1998) "The horizontal organization", Oxford University Press, New York
40. Porter, M. E., (1985) "Competitive advantage: creating and sustaining superior performance", The Free Press, New York
41. Rentzhog, O., (1998) "Processorientering: en grund för morgondagens organisationer", Studentlitteratur, Lund
42. Sanders, E. J., Cooke, R. A., "Translating "soft" changes into "hard" dollars: financial returns from organisational culture improvement",
43. http://www.matrixnetworks.net.au/page.asp?p_id=37
44. Smith H., Fingar P., (2003) "IT doesn't matter—business processes do: a critical analysis of Nicholas Carr's I.T. article in the Harvard Business Review, Meghan-Kiffer Press, Tampa
45. Stanković, Lj., Cvetanović, S., (2005) "Razvoj novih tehnologija kroz strategijske alijanse", Ekonomske teme, br. 4. Ekonomski fakultet, Niš.
46. Turban, E., McLean, E., Wetherbe, J., (2002) "Information technology for management", Third edition, John Wiley and Sons, New York
47. Weisbord, M. R., (1976) "Organizational diagnosis: six places to look for trouble with or without a theory, Group and Organization Management, Vol. 1, No. 4, pp. 430-447.
48. Wirtz, B. W., Becker, D. R., (2002) "Geschäftsmodellansätze und geschäftsmodellvarianten im electronic business: eine analyse zu erscheinungsformen von geschäftsmodellen", Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt)", Heft 2, Jg. 30 (2002), S. 85-90.

Nebojša Zakić, Milan Stamatović, Slobodan Cvetanović

INNOVATION TYPOLOGY IN ENTERPRISES

Abstract: The paper explicates different approaches to innovation classification in enterprises. It begins with the broadest notion scope, i.e. the most standard innovation typology of products and innovation processes, all the way to innovation management, organizational innovation as well as business model innovation. Each type of innovation mentioned above can be a subject of further classification.

Keywords: innovation, innovation types, products/services, process technology, information technology, business process, management, organization, business model, competitive advantage



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaza XLVII, br. 2, 2009., str. 99-112
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

POTROŠAČKI MENTALITET – UZROK OTUĐENJA, SVETSKE EKONOMSKE I EKOLOŠKE KRIZE

Tanja Vujović*

***Rezime:** Krupan kapital je, u interesu sticanja što većih profita razvijao potrošački mentalitet koji u središte sistema vrednosti stavlja posedovanje što više materijalnog bogatstva i podstiče čovekovu pohlepu. Želja za posedovanjem i trka za kupovinom što veće količine proizvoda vodi ka sveopštoj otuđenosti savremenog čoveka i smanjenju kvaliteta njegovog života. Trka za sticanjem velikih profita, radi povećanja svoje društvene moći vodi vlasnike krupnog kapitala u svetsku ekonomsku krizu. Potrošački mentalitet, konačno, vodi i ka globalnoj ekološkoj krizi koja pretila da uništi život na ovoj planeti. Zato je neophodno uvažiti principe održivog razvoja.*

***Ključne reči:** Zadovoljstvo, potrošački mentalitet, otuđenje, krupan kapital, svetska ekonomska kriza, ekološka kriza*

1. Zadovoljstvo i potrošački mentalitet

„Bogat čovek nije onaj koji ima puno,
već onaj koji ima male prohteve“.
Aristotel

„Zadovoljstvo je kreativna snaga u životu“¹. Čovek neprestano teži da bude zadovoljan i radi postizanja tog cilja pokreće sve svoje fizičke i mentalne potencijale. Pitanjem zadovoljstva i putevima koji vode ka tom

* Ekonomski fakultet u Prištini, Kosovska Mitrovica

UDK 366.1

338.124.4(100); Pregledni rad

Primljeno: 28.01.2009.

¹ Loven, A., „Zadovoljstvo, kreativni pristup životu“, „BATA“ Beograd, 1991. god. – str. 9

cilju, bavili su se brojni filozofi. Hedonisti užitak (telesni ili duhovni, ili oba) smatraju vrhovnim dobrom i ciljem ljudskog delovanja – svako delovanje vodi postizanju što veće naslade koja proizilazi iz zadovoljenog **htenja**. Pri tome je svejedno šta je predmet htenja i naklonosti, jer se u prvi plan stavlja intenzitet osećaja zadovoljstva, koji je najjači kod telesnog užitka. Prema Kirenjanima, **krepost** nije ništa drugo nego sposobnost uživanja. Međutim, istinski uživati može samo obrazovan čovek koji zna razumno proceniti i među različitim užicima odabrati one koji im omogućavaju najveće zadovoljstvo, tj, one koji su povezani s najmanje nezadovoljstva.

Pojam užitka ključan je element i u filozofiji Epikura i Epikurove filozofske škole. Epikur je smatrao da užitak čine stanja kakva su sloboda od straha i požuda i odsutnost bola. Prema Epikuru, ljudsko delovanje treba biti usmereno ka postizanju nepomućenosti duha. Sloboda od boli omogućava duševni mir, koji ne znači pasivnost, nego uživanje u višim i trajnijim zadovoljstvima, radostima duha, koje doživljavamo u lepoti, prijateljstvu, solidarnosti, razboritosti, čestitosti, pravednosti...²

Fenomen zadovoljstva maksimalno je eksploatisan u procesu stvaranja potrošačkog društva – okruženja koje je stvorio kapital. Naime, poznato je da je osnovni pokretač kapitalističkog načina proizvodnje – profit. Kako je na određenom stupnju razvoja proizvodnih snaga tržište prodavca neminovno ustupilo mesto tržištu kupaca, tj. tržišnoj situaciji u kojoj se, usled naučno-tehnološkog razvoja i osvajanja masovne i automatizovane proizvodnje, kupac/potrošač našao u moru raznovrsnih roba i usluga, pa time i u situaciji da bira i diktira uslove razmene, to je stvaranje profita počelo da zavisi od potrošača. Zbog toga je i bilo neophodno ubediti tog istog potrošača da je on „kralj“ i da je čitava proizvodna/privredna aktivnost podređena zadovoljenju njegovih potreba i interesa. (Često se u marketing literaturi insistiralo i na zadovoljenju želja potrošača, ali uvođenje holističkog marketinga, koji između ostalog uključuje i društveno odgovorni marketing, koji podrazumeva uvažavanje širih interesa – etički kontekst, kontekst životne sredine, pravni i društveni kontekst, shvatilo se da se želje pojedinih potrošača mogu kositi sa ovim „širim“ interesima.)

U načelu, potrošački mentalitet je smišljena ideologija koja se rodila u Sjedinjenim Američkim Državama, a zatim tendenciozno proširila na ceo svet. Trebalo je potrošaču nametnuti novi sistem vrednosti, ponuditi mu omamljujući privid raskoši i probuditi u njemu težnju da zaradi više da bi i potrošio više i da nakon toga zaradi još više da bi trošio još više. Zbog čega sve to? Jednostavno, da bi se zadovoljili apetiti velikih multinacionalnih

² www.wikipedija.org/wiki/hedonizam

Potrošački mentalitet – uzrok otuđenja, svetske ekonomske i ekološke krize

kompanija – krupnog kapitala koji želi veći profit. Taj kapital se najbrže i najbolje oploduje kada je globalan, bezgraničan – kada mu na putu ne stoje nikakve nacionalne granice, kao ni „granice individue“, koja ima svoje „ja“ i misli svojom glavom. U takvim uslovima, oplodjenje kapitala zavisi od obrta, tj. od prodaje roba u koje je uložen, odnosno roba, koje su proizvodi namenjeni kupovini potrošača. Zbog toga se potrošačima, preko medija, neprestano šalju poruke kako je njihovo zadovoljstvo ono što pokreće i inspiriše sve proizvodne aktivnosti. Isto tako, putem medija se kod potrošača neprestano kreiraju nove potrebe, stvarne i virtualne, i nude proizvodi koji su idealni za zadovoljenje, kako telesnih, tako i statusnih potreba – koje im daju privid prihvaćenosti i sigurnosti u okruženju.

Sem toga, „potrošač, okružen izobiljem, provociran da ostane u toku postaje visoko senzibilan na novitete, i biva uvučen u **strategiju promene**“.³ Kratkotrajnost je postala pogonsko gorivo savremenog kapitala, koje potrošača, izdresiranog na potrošnju, primorava na zamenu „još ne starog“, samo zato što „nije više novo“. A kada se kod potrošača probudi pohlepa i nezajajljiva potreba za sticanjem, onda on postaje pogodan za manipulaciju, jer niko nije pouzdano utvrdio gde je granica kad prirodna potreba za obezbeđivanjem sebe i svoje porodice prerasta u patologiju. Da bi se potrošaču pružio privid brige za zadovoljenje svih njegovih potreba, Americancima je pružena još jedna mogućnost „kupuj, troši i zadužuj se“.

1.1. Krediti i motivi kreditiranja potrošača

Mali, svakodnevni potrošač, prihvata maksimu “kupuj, troši i zadužuj se“ nametnutu od finansijskih magnata, koristi kredite koje mu ovi nude i na njih gleda kao na spasonosno rešenje za sve svoje probleme. On, pritom, nije ni svestan da je na taj način samo postao rob krupnog kapitala.

Važno je znati čiji je taj krupan kapital? Najmoćnija institucija u Americi je američka centralna banka FED – federalne rezerve, koja je inače privatno vlasništvo i čiji su deoničari 300 privatnih korporacija. Najveći broj deonica poseduje 12 banaka koji su u vlasništvu nekoliko porodica. Interesantno je da država SAD nije deoničar ove banke, mada vlada ima formalno pravo da nadgleda njen rad, koje naravno, nikada nije iskoristila. Ričard Nikson, tadašnji američki predsednik je 1971. god. omogućio FED-u da štampa dolare bez pokrića u zlatu, i od tada se američka država zadužuje kod ove finansijske institucije, uz obavezu plaćanja kamate i tako stvara nacionalni dug, koji otplaćuje „mali“ američki potrošač kroz porez.

³ www.poslovnazena.biz Tomić, Z., „Ideologija potrošnje, obožavanje novog“

Postavlja se pitanje, šta je onda pokriće američkog dolara? Odgovor je - građanin Amerike, ljudski rad koji je jedini sposoban da stvara vrednost i višak vrednosti. „Kako je ljudski radni potencijal idealan залог za novac, jer ima praktično neograničenu vrednost tj. moć da stvara vrednost, bankari su kreirali i novu strategiju širenja svog bogatstva kojom bi ovaj potencijal maksimalno uvećali - maksimalno se proširiti na čitav poznati svet. To je upravo suština globalizacije, zapravo razlog stvaranja "Novog svetskog poretka". Prosto rečeno, još više robova u sistemu krupnog kapitala i moćnih trans-nacionalnih korporacija“.⁴ Da bi svoje robove naterali da marljivo rade za njihov račun, ovi finansijski kapitalisti su im velikodušno ponudili iluziju o raskošnom životu, kao i kredite kojima će moći sebi da obezbede takav život. Mali običan potrošač – rob, je ovu mogućnost korišćenja kredita, omadrijan velikim američkim snom maksimalno koristio i tako sebi sve više stezao omču oko vrata. Tako je nacionalni dug SAD-a danas blizu devet triliona dolara a kada se ovome dodaju i dugovi od poslovnih i potrošačkih kredita to je preko 45 triliona dolara.⁵

1.2. Otudjenje kao posledica potrošačkog mentaliteta

Prihvatajući ovaj sistem vrednosti, koji mu je krupan kapital upakovao u bajku o lagodnom životu i ispunjenju svih snova, pojedinac polako izumire kao kategorija, stapa se u amorfnu masu gomile, koja u neprestanoj trci za potrošnjom nema vremena da zastane i razmisli o svrsi te trke. „Mali“, svakodnevnici čovek počinje da se ponaša kao i svi ostali „mali“ ljudi: naporno radi da bi zaradio za „neke“ proizvode, za koje mu je „neko“ rekao da njima može da zadovolji „neke“ potrebe, kojih do tada nije ni bio svestan, ali pošto ih svi već poseduju ili teže da poseduju onda njihovo neposedovanje dovodi u pitanje njegov društveni status. On i da hoće, pod pritiskom autoriteta (medija, Crkve, države) i procesa globalizacije, ne može sebi priuštiti da misli onako kako mu odgovara tj. kako odgovara njegovoj težnji ka zadovoljstvu. Ne preostaje mu ništa drugo nego da misli onako kako je u skladu sa realnošću. Tako njegov hedonizam, kao činjenje stvari koje pružaju zadovoljstvo, biva oblikovano rukom socijalnih (društvenih) i civilizacijskih tekovina, tj. rukom sirove društvene realnosti.

Sve ovo vodi ka tome da potrošač postaje otuđen od drugih, od sebe samog, od smisla života, od države i ekonomije, odnosno od svih onih tvorevina koje je stvorio, a koje sada kao spoljna sila vrše pritisak na njega i on im se pokorava. Na kraju, potrošač shvata da kvalitet njegovog života nije

⁴ www.tabloid.co.yu, Živković, I., „Bankarska omča oko vrata“

⁵ Isto

Potrošački mentalitet – uzrok otuđenja, svetske ekonomske i ekološke krize

ništa bolji od onog koji je živeo pre nego što je započeo trku, i da ga posedovanje svih tih stvari u koje je uložio silno vreme, energiju i novac nije učinilo srećnijim.

Međutim, otuđenje nije samo nesreća malog potrošača. Otudenost postaje dominantan problem i na vrhu piramide moći, koja počiva na manipulaciji potrošačkim mentalitetom. Umesto da omogući sebi svu čaroliju života koju je robovima sa dna piramide uskratio, vlasnik kapitala započinje neprekidnu trku za još kapitala i još profita, koji mu povećava društvenu moć. „On postaje rob svoje moći, kao što potrošač postaje rob svoje potrošnje. Zato je potrošačko društvo mesto opšteg otuđenja i usamljenosti. U takvom svetu život i njegove čari bujaju samo na marginama, tamo gde suva ruka tržišta, potrošnje i kapitala još nije stigla. Međutim, globalizacija ima zadatak da stigne svuda, da okupira i poslednji kutak na planeti gde su ljudi slobodni da biraju način života. Njeni plodovi će biti strašni na kraju.“⁶

1.3. Svetska hipotekarna kriza kao rezultat sveopšte pohlepe

Koliko su gorki plodovi svih ovih procesa pokazuje i aktuelna hipotekarna kriza, koja je nastala kao posledica podsticanja građana od strane FED i američke vlade da kupuju kuće i stanove. Time se omogućio razvoj građevinarstva i visoki profiti u toj privrednoj grani, a takođe je data i mogućnost običnom, „malom“ potrošaču da obezbedi sebi krov nad glavom. Interesantno je da ovo zaduživanje nisu podsticale samo banke, već su to činili i političari – čak i gospodin Barak Obama, tada član senata. „Tako je otpočela neka vrsta euforije da se novac pozajmljuje bilo kome, pod bilo kojim uslovima... Bez prethodne provere njihovih finansijskih mogućnosti ljudi su podsticani da kupuju sa hipotekom od 100% i kamatom od 2%“⁷

Postavlja se pitanje čime je bilo motivisano davanje jeftinih kredita, bez čvrstih garancija da će isti biti i vraćeni? Sigurno ne brigom i sažaljenjem prema siromašnim beskućnicima i željom da im se pomogne u rešavanju stambenog problema. Naime, krupan kapital je pronalazio način da stalno bude uposlen, jer ako se ne ulaže i ne obrće, kapital je bezvredan, a političari, svakako da bi zadobili naklonost širokih narodnih masa, jer predsednički izbori su bili u toku i trebalo je obezbediti podršku većine. Ali, da se ne bavimo politikom.

⁶ www.dverisrpske.com Glišić, V., Globalizacija bez protivrečnosti“

⁷ www.balkanmagazin.net/kolumna/finansije Jokić, N., „Velika svetska prevara“

Najveći problem savremene privrede je nemogućnost održavanja ravnoteže između ponude roba i usluga i tražnje za njima. Tražnja ne može da ide u korak sa ponudom, jer se nakon svakog reprodukcionog ciklusa iz prometa izvlači deo novostvorene vrednosti u vidu profita i svih oblika štednje. Da bi se kako tako održavala neophodna ravnoteža i odložila kriza, deo te novostvorene vrednosti se u vidu finansijskog kapitala ponovo vraća u proces putem kredita stanovništvu, firmama i državama. Međutim, kako je apsorpciona moć tržišta (pa neka je ono i veliko poput američkog) ipak ograničena, a kapital se neprekidno uvećava, neophodno je osvajati nova tržišta i pronalaziti (izmišljati) nove kreditne proizvode.

Tako je krupan američki kapital krenuo u pohode globalizacije – i najplodnije tlo našao u Kini, Indiji i drugim zemljama sa jeftinom radnom snagom i zemljama bivšeg komunističkog režima, gde je najpre inicirao političke krize, potom vršio vojnu intervenciju (na taj način upošljavao vojni sektor), a zatim „velikodušno“ slao „humanitarnu“ pomoć u vidu robe (da bi ispraznio skladišta koja su bila zauzeta robom koju više niko nije hteo i stvarao mogućnost za dalje upošljavanje svojih kapaciteta) i u vidu kredita za procese privatizacije i dealokacije proizvodnje i usluga u iste. No i ta tržišta imaju svoju – ograničenu- apsorpcionu moć. Trebalo je tražiti nova tržišta i nove plasmane.

Rešenje je nađeno u davanju hipotekarnih kredita građanima (jer na svetu danas živi oko 6,3 milijardi ljudi i svi bi trebalo da imaju krov nad glavom) – čak i nezaposlenima, jer je velika tražnja za stanovima uticala na rast njihovih cena, pa se smatralo da se na kreditima osiguranim hipotekom nikako ne može izgubiti. Ovi krediti su bili atraktivni za banke iz celog sveta, koje su se utrkivale da kupuju pakete kredita od Amerikanaca, koji su ih, kada su shvatili njihovu promašenost, rado prodavali kako bi ih se rešili. Kratkoročno zaduživanje radi dugoročnih plasmana dovelo je banke do nemogućnosti vraćanja kredita, s jedne strane i nemogućnosti daljeg odobravanja kredita građanima, s druge strane, usled čega dolazi do pada tražnje za stanovima, pa samim tim i do pada cena stanova. Tako i hipoteke gube na svojoj vrednosti i eto svetske hipotekarne- bankarske-ekonomske krize.

2. Ekološka kriza kao posledica potrošačkog mentaliteta

Potrošački mentalitet, podstican interesima krupnog kapitala pretvara potrošača u destruktivnog potrošača – potrošača koji nikada nije u potpunosti zadovoljan i koji, kada postigne neki nivo zadovoljenja potreba, posle izvesnog vremena teži sledećem, višem nivou i tako beskonačno.

Potrošački mentalitet – uzrok otuđenja, svetske ekonomske i ekološke krize

Naučno tehnološki razvoj, opet, podstican interesima krupnog kapitala, neprekidno osvaja proizvodnju novih proizvoda kojima čovek sada može zadovoljiti i neke potrebe kojih možda ranije i nije bio svestan, i na taj način se stvara sve više frustracija i nezadovoljenih potreba negoli što su potrebe koje su zadovoljene. Sve ovo vodi ka zaključku da su potrebe savremenog destruktivnog potrošača neograničene. Nasuprot tome, dobra i usluge kojima se zadovoljavaju potrebe ljudi, kao i njihovi izvori koji se uglavnom nalaze u prirodnom okruženju, fizički su ograničeni.

Krupan kapital, svojom filozofijom profita i razvijanjem potrošačkog mentaliteta nije, dakle, uslovio samo društvenu (otuđenje) i ekonomsku krizu, već je savremenu civilizaciju doveo do sveopšte i pogubne ekološke krize. Reč je o krizi odnosa između čoveka i ekonomije koja proizilazi iz krize odnosa čoveka prema prirodi, prema društvu, prema potomstvu, prema istoriji koja će se tek pisati; iz krize urbanog života, načina stanovanja i načina razmišljanja modernog čoveka.

Imajući u vidu činjenicu da sa tehničko-tehnološkim razvojem potrebe malog, destruktivnog potrošača pokazuju tendenciju neprestanog rasta, kao i da broj svetskog stanovništva ekponencijalno raste,⁸ a da su se prirodni izvori mnogih resursa i zagađenost životne sredine, zahvaljujući intenzivnim ekonomskim aktivnostima, približili granicama iscrpljenosti ili granicama u kojima priroda može da razlaže, apsorbuje i degradira otpad koji proizvode ekonomije, može se reći da ekološka racionalnost postaje *superiorna* u odnosu na ekonomsku. Ovo zbog toga što dodatne ekonomske aktivnosti, kojima se želi postići dodatni nivo ekonomskog razvoja, mogu biti društveno nepotrebne ukoliko se životna sredina degradira do te mere da život najvećeg broja ljudi na ovoj Planeti bude ispunjen patnjom jer hemijski dimovi zagađuju vazduh i pospešuju bolesti disajnih organa, buka, prljavština i zakrčenja postanu najzastupljenije karakteristike životnog ambijenta savremenog čoveka, čista voda za piće prava retkost, a uživanje u moru, suncu i lepoj panorami privilegija samo najbogatijih društvenih slojeva.

Kada se shvatilo da je ekološka kriza sveobuhvatnija i teže rešiva od bilo koje druge pred kojom se čovečanstvo ikada ranije nalazilo, "*ekonomska teorija*" je počela da se bavi ovom problematikom i da traži načine da se uspostavi sklad i omogući ljudima takav racionalan ili ekonomičan pristup koji će, sa najmanjom upotrebom resursa (raspoloživih izvora) zadovoljiti

⁸ U doba Julija Cezara zemljom je hodalo manje od 250.000 ljudi, u doba Kolumba bilo ih je pola milijarde, krajem 18. veka milijardu, nešto nakon Drugog svetskog rata dve, a trenutno nas ima oko 6 milijardi - www.pretraga.co.yu.

optimum potreba".⁹ S druge strane, *ekologija* se bavi uslovima koje ekonomska aktivnost treba da ispuni i eksternim granicama, koje ova mora poštovati, da ne bi izazvala efekte suprotne svojim ciljevima, ili čak dovela u pitanje njeno dalje nastavljanje.

Stoga potrošački mentalitet koji karakteriše visoka stopa korišćenja resursa po stanovniku i visoka stopa zagađenja i degradacije životne sredine po stanovniku, mora ustupiti mesto težnji potrošača da insistiraju na istinskom povećanju kvaliteta života. Oni moraju prihvatiti novi stil života - da žive jednostavnije ali i kvalitetnije i da shvate da "kupovanje više potrošnih proizvoda i luksuznih artikala za zadovoljavanje veštački stvorenih želja ne doprinosi povećanju njihove bezbednosti, slobode ili radosti".¹⁰

Ovo zbog toga što u momentu kada ekonomska aktivnost počne da uništava više nego što može da stvara, ekološki kriterijumi efikasnosti proizvodnje dobijaju prednost u odnosu na ekonomske. Obzirom da se vrednost eko-resursa, kao neizbežna stavka u kalkulaciji svake proizvodnje, otkriva tek kada oni postanu nedovoljni, retki, oskudni ili kada se dođe u situaciju da im se nazire skori kraj, i da taj kraj, na sadašnjem stupnju razvoja civilizacije više uopšte nije tako daleko, postalo je neophodno vodu, vazduh i sve druge eko-resurse tretirati kao i sva ostala sredstva za proizvodnju.

Zbog ovako shvaćene međuzavisnosti ekonomije i ekologije treba težiti:

- usaglašavanju ekonomskog razvoja sa prirodnim mogućnostima,
- planiranju prirodnog priraštaja stanovništva u meri u kojoj ga priroda, tehnologija i ekonomski sistem mogu podržati,
- upotrebi sredstava naučno tehnološkog progressa u skladu sa principima ekologije i
- stvaranju sistema ljudskih potreba koji neće dovesti u pitanje ekološku ravnotežu.¹¹

Iz svega ovoga proizilazi da ekonomski razvoj i racionalno upravljanje prirodnim resursima predstavljaju komplementarne ciljeve ukupnog društvenog razvoja koji se jedino može ostvariti uz uvažavanje principa održivog razvoja. Bez odgovarajuće, efikasne zaštite životne sredine nastala bi opasnost od značajnog narušavanja ekološke ravnoteže, pa

⁹ Đukić, P., Pavlovski, M., "Ekologija i društvo", Ekocentar Beograd, 1999. god. – str. 75

¹⁰ Milenović, B. , "Ekološka ekonomija - teorija i primena", Univerzitet u Nišu, Fakultet zaštite na radu, Niš, 2000. god. - str 114

¹¹ Đukić, P., Pavlovski M., "Ekologija i društvo", Ekocentar, Beograd, 1999. god. - str. 24

Potrošački mentalitet – uzrok otuđenja, svetske ekonomske i ekološke krize

bi i ekonomski razvoj bio značajno ugrožen ili bi, čak, bio doveden u pitanje dalji opstanak čovečanstva. S druge strane, politika zaštite životne sredine unapred bi bila osuđena na neuspeh, ukoliko se ne bi istovremeno ostvarivao ekonomski razvoj koji bi obezbeđivao neophodne pretpostavke za njenu realizaciju. Zahtev za održivim razvojem nametnuo je potrebu za sprovođenjem ekonomske i ekološke reforme, koje su međusobno zavisne i jedna drugu uslovljavaju, s obzirom da životna sredina predstavlja glavni input za brojne ekonomske aktivnosti, dok su, s druge strane, ekonomske odluke često značajan faktor kvaliteta životne sredine.

2.1. Bogatstvo stvara siromaštvo

Iz svega do sada rečenog može se zaključiti da je uslov svake proizvodnje - *potrošnja*. Posmatrano sa aspekta Prirode, kao ambijenta u kome se odvija proizvodnja, ta potrošnja može se definisati kao *razaranje*. Ovo zbog toga što korišćenje prirodnih resursa kao inputa ekonomskog sistema i prirodnog okruženja, kao prostora za izbacivanje reziduala proizvodnih aktivnosti, ima za posledicu uništavanje staništa pojedinih biljnih i životinjskih vrsta, degradaciju pejzaža, oštećenje ozonskog omotača, kisele kiše, klimatske promene, širenje pustinja i pretvaranje voda, vazduha i zemljišta u jednu ogromnu deponiju na kojoj je sve teže i pogubnije živeti. Ovo razaranje je bilo skriveno sve dok ubrzana industrijalizacija, masovna proizvodnja i potrošnja u društvu izobilja nisu doveli do iscrpljivanja prirodnih izvora i dostizanja krajnjih granica iskorišćenja Zemljinog kapaciteta asimilacije, tj. sposobnosti prirodnog sistema da prihvati određene zagađujuće materije i da ih učini neškodljivim i neagresivnim.

Priroda je, dakle, osetljiva i ranjiva i ima svoje fizičke granice. Zbog toga pri organizovanju svake proizvodnje treba voditi računa o tome da se te granice ne dostignu, ili što bi bilo još pogubnije - ne prekorače. Pritom se postavlja pitanje kako je ljudsko društvo došlo do situacije u kojoj se nalazi, kako i zašto se približilo granicama izdržljivosti Planete na kojoj živi? Gorz, tragajući za odgovorima na ova pitanja i tražeći uzroke nastale krize, objašnjava da je ona posledica *krize nadakumulacije* koja je komplikovana *krizom reprodukcije* - odnosno posledica krize društvenog karaktera.

Krizu nadakumulacije Gorz ¹² objašnjava na taj način što polazi od činjenice da se kapitalistički razvoj zasnivao na zameni živog rada radnika mašinama, koje se mogu tretirati kao akumulisani rad ili investicije koje treba da budu rentabilne, tj. da ostvaruju prihod koji je veći od onoga koliko

¹² Gorz, A., "Ekologija i politika", Prosveta, Beograd, 1982. god. - str. 51.

su koštale. U onoj meri u kojoj služe za proizvodnju profita mašine predstavljaju kapital, a logika kapitala je da uvek nastoji da se povećava. Mašine obezbeđuju stvaranje istog obima proizvodnje sa manjim brojem radnika i time se postiže povećanje dobiti kroz povećanje produktivnosti.

Sa razvojem kapitalizma proizvodnja se ostvaruje uz korišćenje sve savršenijih i skupljih mašina i uz sve manji broj radnika što predstavlja povećanje organskog sastava kapitala. Na taj način proizvodnja postaje kapitalno intenzivna, što znači da se koriste sve veće količine kapitala za ostvarenje istog obima proizvodnje. Takvom proizvodnjom se mora obezbediti rastuća masa profita kako bi se omogućila zamena mašina, a s obzirom da je za njihovu nabavku korišćen kapital koji je velikim delom pozajmljen od banaka, profitna stopa mora da obezbedi pokrivanje i interesne stope koja zadovoljava zajmodavce. Međutim, zbog toga što se za proizvodnju iste količine proizvoda koristi sve veća količina kapitala vremenom dolazi do permanentnog opadanja profitne stope.

Usled toga krupan kapital pokreće svoje mehanizme kako bi sprečio tendenciju pada profitne stope, a to su:

- povećanje količine prodate robe i
- povećanje cena roba uz zadržavanje istog obima prodaje.

Da bi se povećala količina prodate robe ide se na smanjenje kvaliteta i trajnosti proizvoda kako bi se ljudi naterali da što češće vrše zamenu proizvoda koje kupuju. Na taj način se obezbeđuje kapitalistički rast, a da se istovremeno ne obezbeđuje porast zadovoljavanja potreba potrošača. Naprotiv, potrošnja u "društvu izobilja" svodi se na to da je potrebna sve veća količina proizvoda da bi se obezbedio isti nivo zadovoljenja potreba.¹³

Kao rezultat svega ovoga imamo, između ostalog, zamenu čelika aluminijumom, za čiju proizvodnju je potrebno 15 puta više energije, supstituciju železničkog saobraćaja drumskim koji troši 6-7 puta više energije i čija se sredstva troše mnogo brže od sredstava železničkog saobraćaja, skraćivanje veka trajanja bele tehnike na oko 6-7 godina, sve veće korišćenje ambalaže koja se baca, izgradnju solitera od aluminijuma i stakla za čije je hlađenje leti potrebno isto toliko energije kao i za zagrevanje zimi. Potrošnja, dakle, postaje sve više razarajuća i rasipajuća, ali ni kao takva, na žalost, ne predstavlja trajno rešenje problema pada profitne stope, već samo izbegavanje rešavanja tog problema.

Usled toga, nastojeći da prevaziđe ekonomske prepreke daljem privrednom rastu, kapitalistički razvoj je prateći svoju logiku profita

¹³ A.Gorz, "Ekologija i politika", Prosveta, Beograd, 1982. god. - str. 53.

Potrošački mentalitet – uzrok otuđenja, svetske ekonomske i ekološke krize

dostigao fizičke prepreke - spoznao na vrlo surov način da su izvori prirodnih resursa ograničeni i neobnovljivi (a i ako su obnovljivi - ograničeni su stopom njihovog prirasta, tj. stopom obnavljanja), kao i da su ograničene sposobnosti prirode da apsorbuje zagađujuće materije koje emituju proizvodni sistemi. U momentu kada vazduh, prostor i voda postanu retka dobra postaje nužno reprodukovati nešto što je dotad bilo besplatno i čega je bilo u izobilju. Naime, postaje neophodno ulagati u instalacije za prečišćavanje otpadnih voda i gasova, što predstavlja dodatno povećanje organskog sastava kapitala, koje nema za rezultat povećanje robne proizvodnje, jer prečišćeni voda i vazduh ne mogu biti predmet prodaje. Tako se tendencija pada profitne stope i dalje nastavlja.

Sem toga, iscrpljenost najpristupačnijih ležišta rudnih i drugih prirodnih bogatstava zahteva pronalazak i eksploataciju drugih, manje pristupačnih nalazišta, u koja se mora investirati mnogo više nego u prethodna, a to ima za posledicu veću cenu baznih proizvoda koja dodatno opterećuje profitnu stopu u prerađivačkim industrijama. Pronalaženje i proizvodnja novih sirovina, kao i razvijanje i uvođenje novih tehnologija u prerađivačkim industrijama, koje bi trebalo da obezbede uštede u potrošnji energije i baznih proizvoda zahteva, opet, nove i sve veće investicije, što takođe ima za rezultat pad profitne stope.

Dakle, stalna trka za povećanjem profita uslovljava sve brže iscrpljivanje prirodnih resursa, koje nema za posledicu veće zadovoljenje potreba potrošača i podizanje kvaliteta življenja na viši nivo.

2.2. Ekologija i ekonomija - različitost motiva

Ako se posmatra bilo koja ekonomska aktivnost onda se može generalizovati činjenica da se nikada u potpunosti ne mogu poklopiti interesi pojedinca, preduzeća i društva u celini.

Preduzeće, kao nosioc ekonomske aktivnosti, funkcioniše motivisano osnovnim tržišnim motivom da sve inpute neophodne za poslovni proces smanji na najmanju moguću meru i plati po što nižoj ceni, a da maksimirane rezultate tog procesa proda po što većoj ceni, odnosno da ostvari maksimalno mogući profit.

Potrošač, kao ekonomski subjekat na tržištu, ima suprotan motiv: da kupi što više i što bolje proizvode i usluge, a da pritom potroši što manje na njihovu kupovinu, kako bi zadovoljio što više svojih potreba.

Trka za maksimiranjem profita i za maksimalnim zadovoljenjem potreba potrošača vodi, kao što smo već videli, ka tome da se maksimalna

profitabilnost ne ostvaruje ekonomijom - štednjom proizvodnih faktora, već oblicima rasipanja i razaranja (obzirom da je rešenje nađeno u proizvodnji robe niskog kvaliteta i kratkog veka trajanja - čime se obezbeđuje povoljan obrt kapitala). Tako se došlo do toga da se "prosperitet naslanja na sve brži preobražaj mnoštva loše robe u mnoštvo otpadaka"¹⁴. Kakva lepota izobilja?! Kvalitet života opada iako proizvodnja raste. Postepeno se shvata da pravilo da sa porastom obima proizvodnje troškovi po jedinici proizvoda opadaju, a masa bogatstva raste, više ne važi. Jer, kada se pređe određena granica, rast proizvodnje uništava više (prirodnog) bogatstva nego što može da stvori (materijalnog) bogatstva.

I onda kada mali destruktivni potrošač shvati da će, ako se nastavi dosadašnji način života, svet doživeti svoj kraj, da deca koju donosi na svet neće moći u svojim zrelim godinama da koriste ni aluminijum ni naftu, da će mora i reke postati sterilne, zemlja bez prirodne plodnosti, da će ga vazduh gušiti u gradovima i da će život biti privilegija samo onih jedinki koje će hemijskim procesima i genetskim programiranjem inženjeri biolozi pretvoriti u novu ljudsku vrstu, prilagođenu novoj ekološkoj sredini, **ekološki motiv** postaje **dominantan društveni motiv** ekonomskih aktivnosti. Ekologija počinje da ukazuje na uslove i eksterne granice koje svaka ekonomska aktivnost mora ispoštovati, da ne bi poremetila ravnotežu elementarnih prirodnih ciklusa ili uništila resurse koje nije kadra da ponovo stvori. Vremenom postaje neophodno ulagati u instalacije za prečišćavanje voda i vazduha, u deponije za bezopasno odlaganje raznih otpadnih materija, a to sve povećava troškove proizvodnje.

Dakle, dok je cilj ekonomije *maksimiziranje dobitaka*, kao cilj ekologije može se definisati *minimiziranje gubitaka* u okviru životne sredine, koje uslovljava eksponencijalni rast ljudskih ekonomskih aktivnosti. I "dok je za ekonomiju ključno pitanje maksimiziranje prilagodljivosti prirodne sredine čovekovim, pre svega materijalnim, potrebama, za ekologiju je bitno upravo obrnuto: prilagodljivost razvoja društva odnosima i procesima koji vladaju u prirodnom ambijentu u kojem se taj razvoj odvija".¹⁵

Sve ovo ukazuje da se budući rast ne može dalje odvijati istim ritmom i na isti način. Ekonomija mora da usvoji neke ekološke norme i da se ponaša u skladu sa njima, jer se pokazalo da oslanjanje na isključivo ekonomske mehanizme, pre svega tržište, kao osnovni i najefikasniji

¹⁴ A.Gorz, "Ekologija i politika", Prosveta, Beograd, 1982. god. - str. 111.

¹⁵ Drašković, B., "Ekonomija prirodnog kapitala - vrednovanje i zaštita prirodnih resursa" Institut ekonomskih nauka, Beograd, 1998.god. - str.16.

Potrošački mentalitet – uzrok otuđenja, svetske ekonomske i ekološke krize

mehanizam alokacije društvenih resursa, ne obezbeđuje i ekonomiju prirodnih resursa. Sem toga i potrošači, kao pojedinci, moraju da shvate da povećanje kvaliteta života nije spojivo sa rastom materijalne proizvodnje i potrošnje, i da se ono može postići okretanjem ka nematerijalnim vrednostima. Dakle, preduzeća moraju da usvoje principe ekocentričnog menadžmenta, a potrošači da preusmere svoje potrebe prema ekološki korisnim proizvodima i proizvodnjama, u kojima se minimizira ili potpuno isključuje ekološki rizik.

Sem toga, postizanje ekonomskog razvoja koji će da obezbedi pravilnu i pravednu unutargeneracijsku i međugeneracijsku raspodelu prirodnih izvora iziskuje i menjanje filozofije življenja na ovoj Planeti koja bi trebalo da vodi napuštanju potrošačkog mentaliteta (koji prednost daje materijalnom blagostanju) i prihvatanju nove filozofije življenja. Ona treba da upućuje na to da čovek može dostići sreću i ako ne poseduje mnogo materijalnih vrednosti. Duhovne vrednosti kao što su ljubav, prijateljstvo, prosvetčenost, određeni društveni status koji se postiže određenim nivoom znanja i obrazovanja mogu mnogo više ispuniti čoveka, negoli bilo koja materijalna vrednost. Zato čovek kroz obrazovanje i kulturno uzdizanje mora da usvoji obrazac po kome ne bi više po svaku cenu težio neprekidnom sticanju sve većeg materijalnog bogatstva. Jer kvalitet života i blagostanje zavisi, između ostalog, a u uslovima kada je životna sredina degradirana do te mere da su čist vazduh i kvalitetna voda za piće prava retkost, pre svega od stanja životne sredine. Jedino na taj način moguće je obezbediti uslove za ostvarivanje dugoročno održivog razvoja.

Literatura

1. Glišić, V., "Globalizacija bez protivrečnosti", www.dverisrpske.com
2. Gorz, A., "Ekologija i politika", Prosveta, Beograd, 1982.
3. Drašković, B., "Ekonomija prirodnog kapitala - vrednovanje i zaštita prirodnih resursa", Institut ekonomskih nauka, Beograd, 1998.
4. Đukić, P., Pavlovski, M., "Ekologija i društvo", Ekocentar Beograd, 1999.
5. Živković, I., „Bankarska omča oko vrata“, www.tabloid.co.yu.
6. Jokić, N., „Velika svetska prevara“, www.balkanmagazin.net
7. Loven, A., „Zadovoljstvo, kreativni pristup životu“, „BATA“ Beograd, 1991.
8. Milenović, B., "Ekološka ekonomija - teorija i primena", Univerzitet u Nišu, Fakultet zaštite na radu, Niš, 2000.
9. Tomić, Z., „Ideologija potrošnje, obožavanje novog“ www.poslovnayena.biz

**CONSUMER MENTALITY – REASON FOR ALIENATION,
WORLD ECONOMIC AND ECOLOGY CRISES**

Abstract: Large capital is in interest acquisition as many as possible profits, developed consumer mentality which in focus system of value put ownership as many as possible material treasure and incite human cupidity. Appetite for ownership and race for purchase as many as possible quantity of products, guide to complete alienation modern person and belittle quality of his life. Race for acquisition as many as possible profits by reason increase own social power, guide owners of large capital in world economic crisis. Consumer mentality guide and to global ecology crisis, which endanger to destroy subsistence in this planet. Because is necessary to respect principles of sustainable development.

Key words: Pleasure, consumer mentality, alienation, large capital, World economic crisis, ecology crisis.



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 113-126
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

SISTEM PODRŠKE ZA MARKETING ODLUČIVANJE

Prof. dr Momčilo Đorđević*
Doc. dr Željko Marčičević*

***Rezime:** Sistem podrške za marketing odlučivanje uključuje koordiniran skup podataka, sistema, sredstava i tehnika, sa podržavajućim softverom i hardverom u cilju prikupljanja, analize, interpretacije i prezentacije informacija donosiocima marketing odluka. Tako se olakšava rukovodiocima marketinaga bolje razumevanje a time i rešavanje određenog problema. U radu se razmatra koncept, struktura i arhitektura višeslojnih baza podataka radi što bolje analize i implementacije modela informacionog sistema. Nova višeslojna bazna arhitektura se nameće kao osnova za realizaciju distribuiranih baza podataka na deljenom prostoru Interneta.*

***Ključne reči:** Baza podataka, Arhitektura, Internet.*

1. Uvod

Podatak je neka kodirana činjenica iz realnog sistema, on je nosilac informacije. Informacija je protumačeni (interpretirani) podatak. Interpretacija podataka se vrši na osnovu strukture podataka, semantičkih ograničenja na njihove vrednosti i preko operacija koje se nad njima mogu izvršiti [4].

Baza podataka (BP) je kolekcija međusobno povezanih podataka, uskladištenih sa minimumom redundanse, koje koriste svi procesi obrade u sistemu. Podaci su jedinstveni resurs u nekom sistemu i njima se mora upravljati na jedinstven način, onako kako se upravlja i drugim vitalnim resursima poslovnih sistema.

* Ekonomski fakultet Kragujevac

• Visoka poslovna škola strukovnih studija u Novom Sadu.

UDK 658.8:004.738.5; Pregledni rad

Primljeno: 28.04.2009.

Osnovu informacionog sistema čini baza podataka, koja se sada može definisati i kao kolekcija međusobno povezanih podataka, koja modelira (prikazuje) objekte, veze objekata i atribute objekata posmatranog realnog sistema. Ona zbog toga predstavlja fundamentalne, stabilne, sporo izmenljive karakteristike sistema, objekte u sistemu i njihove međusobne veze. Zato se projekat IS mora bazirati na bazi podataka. Ako je baza podataka dobar model stanja realnog sistema, ako programi za održavanje dobro modeliraju dejstvo ulaza na stanje realnog sistema, onda će se bilo koja informacija potrebna za upravljanje (izlazi), čak i one unapred nepredviđene, moći dobiti iz IS.

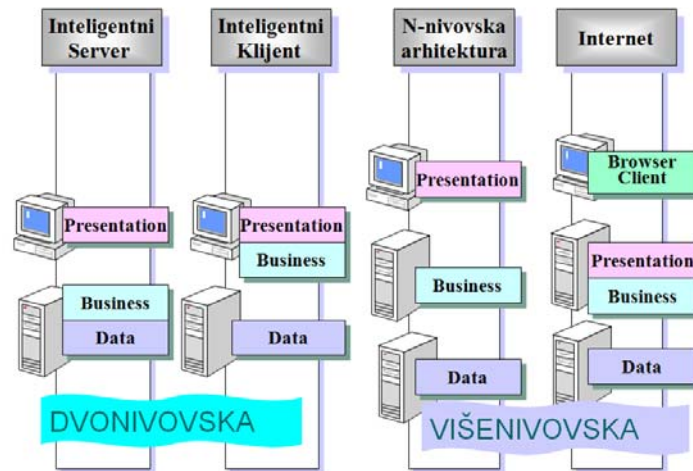
2. Vrste baznih arhitektura

Hronološki gledano (slika 1.) razlikujemo [4]:

- Jednoslojnu arhitekturu
- Dvoslojnu arhitekturu
- Troslojnu arhitekturu
- Višeslojnu arhitekturu

U troslojnom generičkom modelu jasno se odvaja upravljanje podacima, aplikaciona logika i korisnički interfejs. Prilagodljivost brzim promenama, kako u korisničkom (poslovnom), tako i u implementacionom (tehnološkom) okruženju. Suštinu ove arhitekture odražava srednji sloj koji se različito naziva: aplikacioni server, transakcioni server, server komponenti, server poslovnih pravila, čime se posebno ističe neka funkcionalnost ovoga sloja. Jasno se odvaja upravljanje podacima, aplikaciona logika i korisnički interfejs. Prilagodljivost brzim promenama, u poslovnom i implementacionom okruženju omogućava i transparentno povezivanje korisničkih aplikacija sa različitim izvorima podataka na raznim platformama, a ne samo sa jednim serverom baze podataka.

Koncept distribuiranih softverskih komponenti (CORBA, DCOM, Java Beans) omogućava da se i komponente srednjeg sloja distribuiraju. Troslojna arhitektura je generička za višeslojne arhitekture koje postaju opšteprihvaćeni standard. U njima se različite funkcije srednjeg sloja ("middleware") raslojavaju, da bi se preko većeg broja slojeva, odnosno većeg stepena indirekcije, omogućila veća modularnost, heterogenost i elastičnost sistema



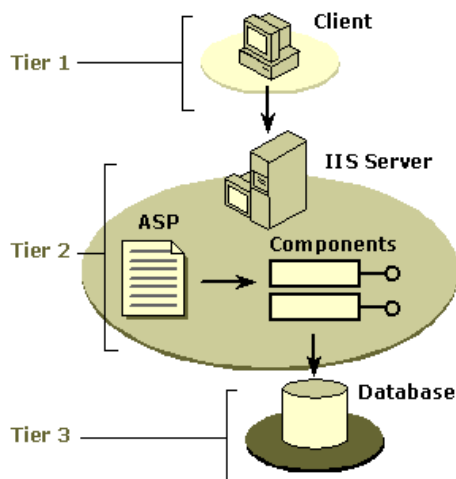
Slika 1. Verzije arhitektura

3. Distribuirano bazno okruženje

Današnje klijent/server aplikacije liče malo na svoje pretke da im je dato novo ime, multitier (mnogo-nizovna) aplikacija, takođe poznata kao n-tier arhitektura. U ovom modelu proces se dešava između klijenta i servera, a logika posla se nalazi u srednjem nizu. Većina sistema će izvoditi tri glavna zadatka, koji se podudaraju sa tri niza ili slojeva u n-tier modelu:

- Označeni niz 1 u priloženoj slici 2. obuhvata svo korisničko iskustvo. Ne samo da ovaj sloj obezbeđuje grafički interfejs tako da se korisnici mogu povezati sa aplikacijom, ubaciti podatak, pogledati rezultate koji su zahtevani, već takođe omogućava manipulisanje i formatiranje podataka jednom kada ih klijent dobije. U Web aplikacijama, browser prikazuje podatke ovog sloja [2].

- Niz 2, između interface i podataka servisnih slojeva, je glavni od distribuiranih aplikacionih razvoja. Poslovna logika, koja sadrži pravila koja upravljaju procesnim aplikacijama, povezuje korisnika na jednom kraju sa podatkom na drugom. Funkcije kojima upravljaju pravila izbliza oponašaju svakodnevne poslovne podatke, i mogu biti samo jedan zadatak ili više zadataka.



Slika 2. ASP bazna distributivna arhitektura

• Pokazano kao niz 3 na prikazanoj slici 2, servisi podataka su obezbeđeni struktuiranim (SQL, Oracle bazom podataka) ili nesstrukturiranim (Microsoft Exchange, Microsoft Message Queuing) skladištima podataka, koja upravlja i obezbeđuje pristup aplikacionom podatku. Sama aplikacija može osigurati servise jednog ili više skladišta podataka [2].

Arhitektura sa tri niza izoluje svaki značajan deo funkcionalnosti, tako da je prezentacija nezavisno od procesnih pravila i poslovne logike, koji je u povratnom odvojen od podatka. Ovaj model zahteva mnogo više analiziranja i spoljašnjeg dizajniranja, ali najveće smanjenje je i dalje cena i povećanja funkcionalne fleksibilnosti u dužem periodu.

Struktura i arhitektura višeslojnih baza podataka su deo sistema podrške marketing odlučivanja (SPMO) [8]:



Slika 3. Koncept SPMO – Sistem podrške marketing odlučivanja

Microsoft je razvio Windows distribuiranu aplikacionu arhitekturu (Windows DNA) kao put koji će potpuno integrisati Web sa n-tier modelom razvoja. Windows DNA definiše uređenje za solucije isporuke koje sreću visoke zahteve korporativnog kompjuterisanja, Internet-a, i globalnu elektronsku trgovinu, dok se smanjuju krajnji troškovi razvoja i cene plata.

Sistem podrške za marketing odlučivanje

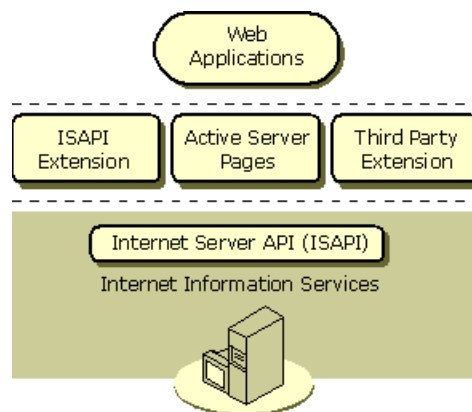
Windows DNA arhitektura upotrebljava standardne servise bazirane na Windows-u da bi odredila potrebe za svaki niz u višenizovnoj soluciji: koristeći interface i navigaciju, poslovnu logiku i skladišta podataka. Servisi korišćeni u Windows DNA –u, koji su integrisani kroz Component Object Model (COM) sadrže:

- Dynamic HTML (DHTML)
- Active Server Pages (ASP)
- COM components
- Component Services
- Active Directory Services
- Windows security services
- Microsoft Message Queuing
- Microsoft Data Access Components

IIS je sastavni deo Windows DNA arhitekture [1]. Važna uloga IIS-a je da povezuje klijente pristupajući sistemu kroz Hipertext Transfer Protocol (HTTP) sa ostalim Windows DNA servisima, kao što su DHTML, ASP, itd. IIS sadrži osnovni sistem funkcionalnosti koji sistemi razvoja mogu pružiti da bi definisali običnu aplikacionu arhitekturu slika 3.

Ovaj deo sadrži:

- **IIS Core Funcionality:** Opisuje osnovne funkcionalnosti koje možete da koristite da bi napravili Web aplikaciju
- **IIS and Component Services:** U osnovi se funkcionalnost koristi da izoluje, upravlja i koordiniše procesiranje za obavljanje ASP aplikacija
- **IIS Request Processing:** Opisuje procenu procedure upotrebijenu da odredi tip zahteva



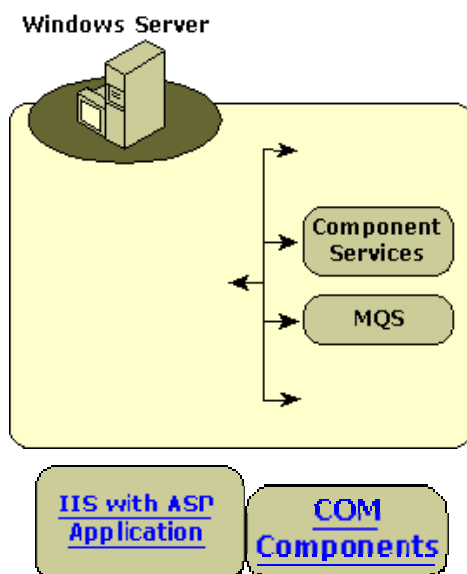
Slika 4. Internet Information Services - IIS

ASP produžuje ovu funkcionalnost obezbeđujući vezu sa COM arhitekturom i prema tome i sa ostalim učesnicima u Windows DNA [1]. Takođe, može se produžiti IIS arhitektura definisanjem običnog seta funkcija koristeći ISAPI. Veza između IIS bitnih funkcionalnosti, ASP, i produživanje arhitektura je prikazana na slici 3.

IIS i servisi komponenta saraduju zajedno da bi oformili osnovu arhitekture za pravljenje Web aplikacija. IIS koristi funkcionalnost obezbeđenu servisima komponenta da:

- Izoluje aplikaciju u jasne procese
- Upravlja komunikacijom između COM komponenta (uključujući ASP stvorene objekte)
- Koordinira transakcije procesirane za prenosive ASP aplikacije

Objekti u ovom konceptu opisuju osnovne funkcionalnosti i opisuju veze IIS arhitekture sa ostatkom Windows DNA arhitekture dato na slici 4. IIS definiše osnovne funkcionalnosti koje se mogu koristiti da bi se napravila Web aplikacija. Active Server Pages (ASP) i druge Microsoft tehnologije pružile su osnovne funkcionalnosti da bi stvorile bogato okruženje za razvoj aplikacije [1].

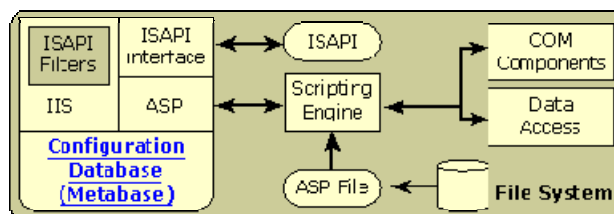


Slika 5. Veza IIS sa ostatkom aplikacija

Sistem podrške za marketing odlučivanje

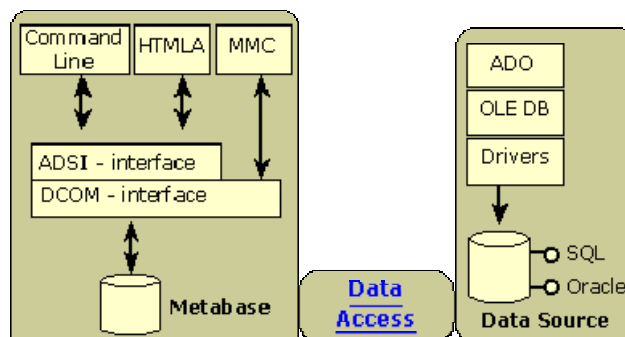
Osnovna funkcionalnost servera je izložena kroz Internet Server Application Programmer Interface (ISAPI) dato na slici 5. Bitne funkcije koje IIS obezbeđuje sadrže [2]:

- Utvrđivanje i očuvanje HTTP veza
- Čitanje HTTP zahteva i pisanje HTTP odgovora
- Modifikovanje HTTP zaglavlja
- Obezbeđivanje klijentu informacije o sertifikatu
- Upravljanje asinhronih veza
- Mapping Uniform Resource Locators (URLs) na fizičke delove
- Upravljanje i pokretanje aplikacija
- Prenosjenje podataka



Slika 6. ISAPI

U IIS verziji 4.0, Microsoft Transaction Server (MTS) obezbeđuje transakcionu podršku. U IIS 5.0 i Windows 2000 servisi komponenta omogućuju sve transakcije koje podržava MTS, u povećanju broja drugih komponenta razvojnih karakteristika. U IIS verziji 4.0 transakciona podrška je obezbeđena od strane Microsoft Transaction Server (MTS). Za IIS 5.0 i Windows 2000 Servisi komponenta obezbeđuju svu podršku transakcijama MTS-a, sa dodatkom brojeva ostalih osobina. IIS definiše Web aplikacije kao grupu izvornih podataka koji su grupisani u logički namespace. Grupisanjem izvora u aplikacije stiče se sposobnost da se poseduju podaci duž namespace i da se pokreću aplikacije u izolovanom procesu. U unutrašnjosti IIS koordiniše izolovane aplikacije kroz objekat poznat kao Web Application Manager. Ovaj objekat sadrži javni interface (IWAMAdmin) koje možemo da koristimo da bi se napravili programi za administriranje Web aplikacija. Kada se pokrene Web aplikacija u izolovanom procesu, IIS koristi servise komponenta da koordiniše zajedničkim pristupom izvorima i prosledi dodatak informacija između COM komponenta dato na slici 6.



Slika 7. COM komponente, ADO i OLE DB Interface

IIS koristi servise komponenta ObjectContext. Na primer, ako pravimo COM komponentu u Visual Basic-u u kojoj je potrebno da pristupi potčinjenom obliku iz HTML fajla, možemo koristiti dati kod [5]:

```
Dim objObjectContext As ObjectContext
Dim vntIn As Variant
Set objObjectContext = GetObjectContext ()
vntIn = objObjectContext.Item("Request").Form("Field1")
```

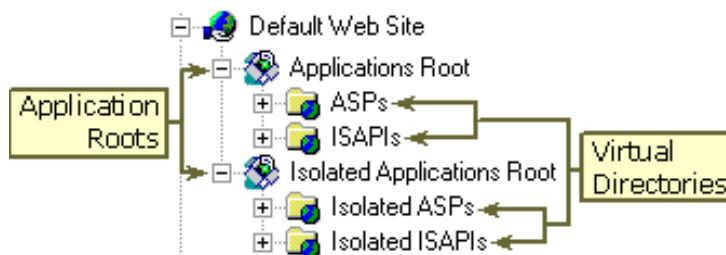
Postoji bogato i kontinualno širenje seta alata za razvoj Web aplikacija, osnovni krug razvoja je sličan sa razvojem Desktop aplikacija u mnogim pogledima [6]:

- **Defining Application Boundaries:** Opisuje neophodne korake potreban da se montira vaše ASP stranica u jednu Web aplikaciju.
- **Controlling Application Flow:** Skiciranje ishoda da bi se kontrolisao tok Web aplikacija.
- **Accommodating International Clients:** Sadrži informaciju koja ima veze sa lokalizacijom Web sajta u raznim jezicima.

ASP bazirana aplikacija je kolekcija ASP strana i COM komponenta. Kada se definiše aplikacija, koriste se interni informacioni servisi koji su tu da odrede aplikacijsku startnu tačku direktorijuma u Web sajtu. Svaki fajl i folder koji se nalaze pod startnom tačkom direktorijuma u Web sajtu je značajan deo aplikacija. Prema tome može se koristiti struktura direktorijuma da bi se formisala application boundaries koji definišu područje aplikacije. Može postojati više od jedne aplikacije po sajtu i svaka aplikacija može biti drukčije oblikovana.

Jedan od najvažnijih zadataka je okupljanje ASP stranice u jednu Web aplikaciju. IIS koristi koncept namespace da identifikujete aplikacije.

Namespace je put asocijacija u području memorija sa lako prepoznatljivim imenom; on identifikuje grupu fajlova kao zajedničku svojinu. IIS koristi virtualne direktorijume da definiše namespaces za aplikacije. Sledeća slika 7 ilustruje ovaj koncept:



Slika 8. Virtuelni direktorijumi generisani u IIS-u

Skripte i ISAPI proširenja DLLs unutar granica aplikacije formira izolacionu jedinicu koja je uvek pokreće u procesu sa jednim serverom IIS administratori mogu čak pokretati aplikacije u istom server procesu kao i IIS, izmenjeni proces (proces sa nedostacima), ili mogu izolovati aplikaciju pokretanjem izolovanog procesa koji je delimično koristan tokom razvoja kao i testiranja [6].

Pet mogućih konfiguracija za aplikacije su:

- Staviti sve .asp fajlove i komponente u isti proces kao IIS; Ovakva konfiguracija obezbeđuje najbrže performanse
- Staviti sve .asp fajlove i komponente u jedan proces i IIS u drugi proces
- Staviti sve .asp fajlove i komponente u izmenjenom procesu, IIS u drugi proces i specijalne aplikacije u izolovani proces
- Staviti sve .asp fajlove i IIS u jedan proces i komponente u drugi proces
- Staviti sve .asp fajlove u jedan proces, komponente u drugi i IIS u treći proces

U ranijim verzijama IIS-a sve ISAPI aplikacije (uključujući ASP) delile su resurse i memoriju server procesa. I pored ovih obezbeđenih brzih performansi nestabilne komponente mogu prouzrokovati da server "padne".

Ako se pokreće aplikacija kao odvojen proces, ili sa drugim aplikacijama u jednom izmenjenom procesu, mora se odabrati High (Isolation) ili Medium (Pooled) iz Application Protection padajuće liste Home Directory ili Virtual Directory sopstvenom listu. Prvo treba da se kreira aplikacija za aplikacionu startnu tačku direktorijuma. Komponente

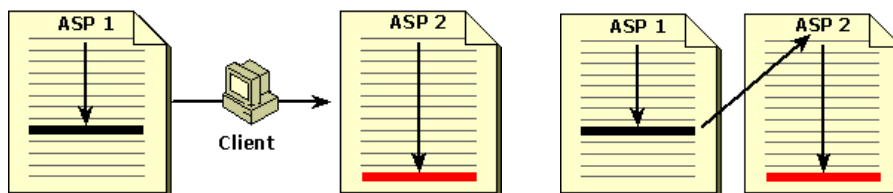
koje će biti pokrenute u novom procesu moraju biti instalirane u odgovarajućoj COM aplikaciji.

Aplikacije isključene iz procesa i komponente, uključujući ISAPI produženja, nisu u mogućnosti da pristupe metabazičnim osobinama. Ova restrikcija je primarna iz sigurnosnih razloga da spreče ne autorizovane promene na meta bazi. Ako želite da dopustimo aplikacijama koje su isključene iz procesa da pristupe meta bazi moramo učiniti sledeće:

- Dati IWAM_machinename izveštajni pristup meta bazi
- Promeniti identitet COM aplikacija isključenih iz procesa od interaktivnog korisnika (IUSR_machinename) specifičnom korisniku računa i dati tom računu pristup meta bazi

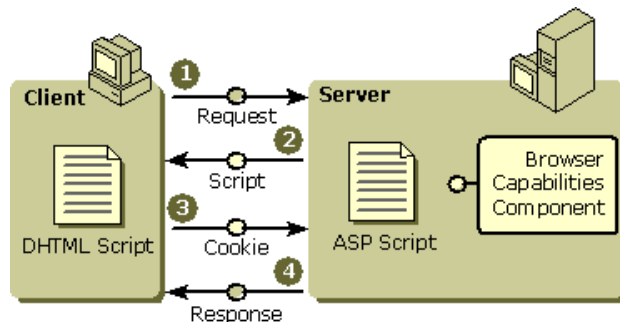
ASP obezbeđuje šest različitih puteva uticanja na glavni tok izvršenja. Ovih šest metoda su prikazani u sledećem dijagramu slika 8. Strelice prikazuju tok izvršenja [4]:

- Redirekcija
- Transferring
- Executing
- Component invocation
- Exiting
- Procedural procesing



Slika 9. Redirekcija i transferring

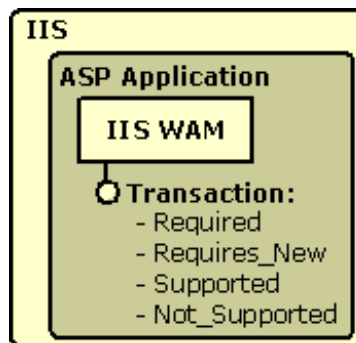
U IIS 5.0 Browser Capabilities component su napredovale da premaše ranije limite dizajna to može biti modifikovano za individualne zahteve dok klijent vraća cookie opisujući njegove sposobnosti. Ako inicirani zahtev. asp fajla ne sadrži cookie možete opozvati deo skripte koje će pokrenuti ka klijentu da stvori cookie sledeća instrukcija pikazuje sekvence lokacije slika 9.



Slika 10. Komunikacija klijent server

4. Tehnologija transakcione obrade

Osnovna tehnologija koja omogućava Active Server Pages (ASP) da učestvuju u transakcijama je Component Services, koji pruža IIS-u transakcione servise kao i okruženje za instance hosting komponenti. Jedna od prednosti ovog okruženja je mogućnost kreiranja atributa za instance pojedinih komponenti. Kada IIS kompajlira skript u ASP stranici, kreira se nova instanca IIS Web Application Manager-a (IISWAM) slika 10.



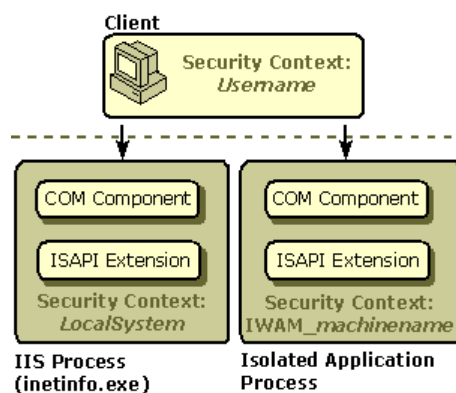
Slika 11. Tehnologija transakcije

IIS WAM je Component Object Model (COM) komponente koju IIS koristi za nadgledanje aplikacija. Ako skript sadrži TRANSACTION = Required u svoj skript, rekli smo Component Services-u da instanca IISWAM-a, koju on kreira, treba da izvrši transakciju. Ako skript ne ASP stranici kreira instancu bilo koje druge komponente koja je registrovana sa Component Services, Component Services će je tretirati kao deo iste transakcije. Sledeći dijagram ilustruje vezu ASP-a i IISWAM-a. Component

Services pružaju IIS-u transakcioni servis preko dva različita sloja. Na najnižem sloju, Component Services saraduje sa Microsoft Distributed Transaction Coordinator-om (MS DTC) da bi garantovao da će transakcije udovoljiti ACID zahtevima (atomski/nedeljiv, konzistentan, izolovan, postojan) pouzdanog sistema sa transakcionom obradom. Component Services povezuje instance komponenti sa MSDTC-om preko dva mehanizma: menadžera resursa i dispanzera resursa.

5. Korišćenje sigurnosnog konteksta

Windows uspostavlja sigurnosni kontekst za svakog korisnika koji je ulogovan. Kada IIS primi zahtev od klijenta on autorizuje zahtev i onda prepoznaje klijenta. Dok IIS prepoznaje klijenta, IIS deluje unutar oblasti sigurnosnog konteksta autorizovanog korisnika. Sigurnosni kontekst može biti promenjen tokom raznih etapa obrade zahteva, zavisno od prirode zahteva klijenta. Sledeća slika 11 ilustruje razne sigurnosne kontekste koji mogu da učestvuju u obradi zahteva.



Slika 12. ISAPI

Sigurnosni kontekst IIS procesa (inetinfo) je poznat kao Local System. Međutim kada IIS obrađuje zahtev klijent, on prepoznaje kontekst klijenta koji je generisao zahtev. Ako je klijent autorizovan sa Anonymous autorizacionom šemom, sigurnosni kontekst će biti IUSR_machinename za aplikacije u procesu i IWAM_machinename za aplikacije koje se izvršavaju u izolovanom procesu. Ako je klijent autorizovan sa bilo kojom drugom autorizacionom šemom, sigurnosni kontekst će se mapirati/preslikati na nalog klijenta. Mnoge IIS aplikacije zahtevaju resurse koje pružaju druge

Sistem podrške za marketing odlučivanje

softverske komponente. Na primer, DLL proširenje ISAPI-ju može da pozove Automation Server softverske kompanije kao trećeg lica, ili CGI aplikacija može da startuje program razvijen na Microsoft Visual Basic-u. Ove komponente zahtevaju, trajne informacije čuvane u registry koje mogu da traže radi korektnog izvršavanja.

6. Zaključak

Distribuirani IS daje odgovor na zahteve savremenog poslovanja. Distribuirani IS omogućuje [5]:

- Pristup svim relevantnim strukturama podataka
- Prezentaciju konkretnih sintetičkih informacija
- Donošenje odluke uz saznanje o uzrocima i posledicama
- Trenutno raspoložive analize

Odgovarajuća struktura i arhitektura višeslojnih baza podataka kao deo sistema podrške marketing odlučivanja ima veliki značaj u donošenju poslovnih odluka. Marketing istraživanja obezbeđuju podatke koji su "ulaz" za sistem podrške odlučivanju. Tako se "obrađeni" podaci, u razumljivoj i prihvatljivoj formi prosleđuju donosiocima odluka u preduzeću.

Literatura

1. Eric A. S., Active Server Pages 3, Micro knjiga Hungry Minds, Inc., Beograd, 2001. godina.
2. Loney K., Oracle database 10g, "Kompjuter biblioteka", Čačak, 2004. godina
3. Mogin P., Luković I., Govedarica M., Principi projektovanja Baza podataka, Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad, 2004. godina.
4. Marčićević Ž., Primena računara, Fakultet za sport i turizam – Tims, Novi Sad, 2007. godina.
5. Radulović B., Informacioni sistemi, Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin" Zrenjanin, 2006. godina.
6. Veljović V. A., Menadžment informacioni sistemi, "Kompjuter biblioteka", Čačak, 2002. godina.
7. Milisavljević M., Marketing, Savremena administracija, jedanaesto izdanje, Beograd, 1990. godina, str. 69.

**THE STRUCTURE OF THE DISTRIBUTED
MULTILAYER DATABASES**

Abstract: The system of support for marketing decision-making includes a coordinated collection of data, systems, means and technique, together with the supporting hardwares and software target at gathering, analysis, interpretation and presentation of information for those who need to make marketing decisions. That facilitates better understanding for managers, and better solutions for problems at the same time. The paper deals with the concept, structure and the architecture of multilayer databases in order to perform a better analysis and better implementation of the information system model. The new architecture of the multilayer databases imposes itself as a base for realizing the distributed databases on the partitioned Internet area.

Key word: Data Base, Architecture, Internet.



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 127-142
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

TRŽIŠTE I INSTITUCIJE KAO KOMPLEMENTARNI EKONOMSKI MEHANIZMI – PRISTUP NOVE INSTITUCIONALNE EKONOMIJE

Doc. dr Zoran Stefanović*

Rezime: *Ekonomska ortodoksija smatra tržište univerzalnim i neprikosnovenim mehanizmom ekonomske racionalnosti. Institucionalistički pravac ekonomske misli osporava navedenu postavku. Postojanje transakcionih troškova remeti tržišnu alokaciju i stvara tražnju za ne-tržišnim institucijama. Shvatanje o učešću institucija u alokaciji resursa afirmisano je unutar nove institucionalne ekonomije. U radu se prikazuju geneza i savremeni doprinosi pomenutom shvatanju unutar ovog pravca.*

Ključne reči: *tržište, institucije, transakcioni troškovi, nova institucionalna ekonomija.*

Uvod

Postavka o tržištu kao sveprisutnom i omnipotentnom mehanizmu odvijanja ekonomskih interakcija je široko prihvaćena u savremenoj ekonomskoj teoriji. Međutim, nisu retka ni osporavanja takve postavke u okviru ekonomske heterodoksije. Kritika pomenutog shvatanja tržišta možda je najbolje argumentovana u okviru institucionalističkog pravca ekonomske misli. Ona je naročito dobro razrađena unutar nove institucionalne ekonomije, kroz doprinose skoncentrisane oko koncepta transakcionih troškova. Stoga se u radu skicira evolucija shvatanja tržišta i transakcionih troškova unutar ove škole i prikazuju njegove savremene varijante. Najpre se čini kratak osvrt na izvore nove institucionalne ekonomije, reprezentovane u teorijama Komonsa i Kouza, a zatim se prikazuje i recepcija njihovih ideja u teoriji Vilijamsona.

* Ekonomski fakultet Niš
UDK 339.1; Pregledni rad
Primljeno: 19.02.2009.

Tržište i institucije u ranom institucionalizmu

Bez previše rezervi moglo bi se utvrditi da idejni koreni savremenih institucionalističkih razmatranja odnosa tržišta i institucija dosežu do samih početaka ovog pravca. Tu se pre svega misli na koncepcije jednog od osnivača institucionalizma, američkog ekonomiste Džona Komonsa (1862-1945). Istražujući granična područja ekonomije i prava on je formirao, za to vreme, osobenu koncepciju američkog kapitalističkog društva.

Slično ostalim institucionalistima, on je najpre definisao pojam institucije, kao kolektivnu akciju, koja kontroliše, oslobađa i ekspanira individualnu akciju. Ova društvena "kontrola" individualne akcije sastoji se od neorganizovanih običaja i tekućih interesa koji upravljaju onim što pojedinac može, mora ili sme da učini. Oni se najneposrednije ispoljavaju u tzv. "radnim" pravilima [5, str. 648].

Delovanje kolektivne akcije usmereno je na tržišni mehanizam. Naime, njega treba regulisati tako da koristi i tereti proizvodnje društvenog bogatstva budu pravedno raspodeljeni. To se postiže društvenom regulacijom transakcija.

Transakcija je osnovni element Komonsove analize. Pri tome, učinjen je istorijski pomak u odnosu na neoklasiku. Dok je neoklasika uzimala u obzir samo materijalnu dimenziju transakcije (razmena resursa), dotle Komons daje mnogo širu postavku pomenutog pojma. Naime, ekonomske transakcije ne podrazumevaju samo razmenu materijalnih dobara, već se razmenjuju i svojinska prava transaktora nad tim dobrima. Svojinska prava koja su predmet transfera u razmeni su proizvod pravnog poretka. Stoga, analiza transakcija ne može biti odvojena od pravnog okvira [6, str. 7]. Na taj način pravna komponenta postaje legitimni deo ekonomske analize. Više od toga, transakcije kao pojam povezuju pravo, ekonomiju, etiku i druge discipline.

U kapitalističkoj privredi postoji tri grupe transakcija:

1. Vlasničke, koje predstavljaju voljni prenos vlasništva između jednakih aktera.
2. Menadžerske, kao prenos instrukcija od ekonomski/pravno superiornih ka inferiornima.
3. Racionirajuće, koje obuhvataju dogovore o alociranju dobitaka ili gubitaka na aktere nekog poduhvata [7, str. 64].

Poslednje dve grupe transakcija imaju element prinude, i nose rizik od nekorektne dominacije moćnijih aktera. Komons je smatrao da istinski

Tržište i institucije kao komplementarni ekonomski mehanizmi
– pristup nove institucionalne ekonomije

progresivna ekonomska aktivnost ne treba da ima prinudni karakter. Zato, kad god menadžerske i racionirajuće transakcije budu potrebne u privredi, one moraju da budu zakonski "ublažene" kako bi se uspostavila ravnopravnost između svih relevantnih učesnika.

Upravo se u transakcijama ispoljavaju konfliktni interesi učesnika u razmeni, u borbi za oskudne resurse. Dužnost je društva da zatvori jaz između tih konfliktnih interesa, kako bi se u najvećoj mogućoj meri očuvala bezbednost, zdravlje, blagostanje zaposlenih. Društvo, dakle, mora da kanališe tržišnu razmenu, u smislu ublažavanja konflikata između transaktora.

Ključnu ulogu u takvom "ublažavanju" tržišne razmene ostvaruje sudski sistem. Naime, manifestovani konflikti u transakcijama dospevaju pred sudove. Nosioци sudske vlasti dužni su da na najbolji mogući način premoste sporove između transaktora, kroz iznalaženje odgovarajućih radnih pravila. Nosioци sudskih funkcija, u težnji da razreše transakcione sporove donose određene sudske odluke. One mogu biti zasnovane postojećim normama, koje su već postale deo pravnog sistema, a mogu da inaugurišu nove norme, koje samim tim postaju deo pravnog sistema. Nove norme u stvari predstavljaju već postojeće poslovne običaje, koje sudije prihvataju kao način razrešenja određenog spora. Dakle, nosioци sudske vlasti vrše kontinuiranu selekciju onih poslovnih običaja koji će postati zvanične pravne norme i deo pravnog poretka. Naravno, uklanjanje jednog ograničavajućeg faktora kroz pronalazak nove pravne norme ima nenameravane posledice u nastanku jednog ili više propratnih ograničavajućih faktora. Shodno Komonsovoj koncepciji, kontinuirana institucionalizacija običaja unutar sudskog sistema, kroz njihovu svrsishodnu selekciju, predstavlja proces institucionalne evolucije [19, str. 112].

Kolektivna akcija društva, oličena u nosiocima sudskog suvereniteta, permanentno oblikuje tržišnu razmenu, kroz kontinuirana nastojanja da se ublaže konflikti između ekonomskih aktera koji su njome generisani. Na taj način društvo pokušava da obezbedi da ishodi razmene budu rezultat fer tretmana svih učesnika u transakcijama.

Shodno navedenom, tržište u Komonsovoj koncepciji nije "prirodna" kategorija, već produkt permanentne društvene akcije na oblikovanju razmene. Takvo shvatanje suštinski je različito od neoklasičnog apstraktnog i naturalističkog poimanja tržišnog mehanizma. Sistem tržišne razmene koji je Smit opisao pomoću formule "nevidljive ruke" za Komonsa nije ništa drugo nego okvir pravila uređenog društva, koji nije univerzalne prirode, već je produkt evoluiranja radnih pravila kroz vekove [6, str. 137].

Tržište nije produkt prirodnog poretka, već društveno konstruisani mehanizam koji se sastoji od kolekcije radnih pravila. Radna pravila prvenstveno se odnose na regulisanje svojinskih prava, stvaraju se na različitim nivoima odlučivanja, a njihova obaveznost obezbeđuje se kroz primenu suvereniteta. Evolucija radnih pravila omogućava opstanak kapitalizma kao svojevrsnog tekućeg interesa, kroz obezbeđenje pravične raspodele tereta i koristi proizvodnje društvenog bogatstva. Pored sudskog sistema, suverenitet za rešavanje sporova između transaktora može biti alociran na biznis i norme iz domena religije, morala kulture [6].

Veoma su značajne poruke o prirodi tržišnog mehanizma koje proizilaze iz Komonsove koncepcije:

1. Najpre, evidentna je razlika u odnosu na neoklasično rezonovanje o tržištu kao apsolutno superiornom mehanizmu. Veoma često tržišne transakcije počivaju na neravnopravnosti učesnika u razmeni, odnosno nelegitimnoj dominaciji moćnih aktera. Stoga, teret proizvodnje i raspodele društvenog bogatstva nije pravedno raspodeljen između svih učesnika.
2. Proces tržišne razmene mora biti mnogo šire postavljen u odnosu na tradicionalni pristup. Transfer svojinskih prava nad resursima, a ne materijalna razmena dobara, čini suštinu tržišnih transakcija.
3. Društvo interveniše u procesu tržišne razmene, kako bi se obezbedilo ublažavanje brojnih konflikata oko razmene svojinskih prava nad retkim resursima.
4. Kontinuirana nastojanja društva da oblikuje tržišnu razmenu ostvaruju se prvenstveno kroz pravnu regulativu. S obzirom da je izloženo neprekidnoj društvenoj regulaciji tržište biva oblikovano kao deo pravnog poretka društva.
5. Stoga, tržište nije prirodna kategorija, već produkt evolucije pravnog poretka društva.

Jasno je da se već ovde može zapaziti, da postoji saznanje o institucijama kao važnom, i na neki način, tržištu pridruženom mehanizmu alokacije resursa. Doduše, kod Komonsa se ipak u pomenutom smislu više akcentuira formalna institucionalna struktura, oteletvorena u pravnom okviru društva.

Odlučujuću ulogu u daljem oblikovanju ovakvih teorijskih tokova imala su Kouzova (Ronald Coase, r. 1910) istraživanja industrijske organizacije [3] i [4]. Pokušavajući da odgovori na pitanje šta uslovljava postojanje preduzeća, na koje neoklasika nije imala odgovor, Kouz je utvrdio da postoje alternativni načini organizovanja proizvodnje. Jedan je

Tržište i institucije kao komplementarni ekonomski mehanizmi
– pristup nove institucionalne ekonomije

tržišni, koji se ostvaruje korišćenjem cenovnog mehanizma. On podrazumeva decentralizovanu ekonomsku aktivnost, i međusobno nezavisne transakcije. Oni ulaze u razmenu svojih svojinskih prava nad resursima na tržištu, koja ima slučajan karakter i nezavisno donose sve odluke u vezi sa njom. Takav način funkcionisanja privrede u potpunosti podražava neoklasične ekvilibrističke koncepcije. Međutim, povezivanje resursa može se organizovati i unutar preduzeća, koje za razliku od tržišta predstavlja centralizovanu i organizovanu strukturu. Ranija ekonomska teorija prednosti preduzeća kao načina organizovanja proizvodnje objašnjavala je tehnološkim razlozima, odnosno padom troškova proizvodnje usled ekonomije obima. Međutim, prema Kouzu, troškovi transakcija, a ne proizvodni troškovi imaju odlučujuću ulogu u odabiru načina na koji će se organizovati proizvodnja [9, str. 234-235].

Transakcioni troškovi predstavljaju troškove korišćenja cenovnog mehanizma. U njih se mogu ubrojiti troškovi otkrivanja relevantnih cena, troškovi pregovaranja i zaključivanja ugovora. Pobrajani troškovi mogu uticati na transakcije da odustanu od direktne tržišne razmene i pristupe integrisanju svojih svojinskih prava nad resursima unutar preduzeća. Preduzeća predstavljaju primer hijerarhijske i organizovane strukture, u kojoj se uspostavlja centralizovana kontrola i koordinacija unetih resursa. Preduzeća vrše ukidanje cenovnog mehanizma, jer umesto promene relativnih cena, radne napore alokira onaj ko upravlja proizvodnjom [9, str. 235].

Preduzeće postaje mehanizam koordinacije resursa onda kada su transakcioni troškovi njegovog korišćenja niži od troškova korišćenja cenovnog mehanizma. Transakcione troškove unutar preduzeća predstavljaju troškovi upravljanja preduzećem, koordinacije resursa, nadzora i kontrole rada zaposlenih u preduzeću. Ekonomičnost izvođenja navedenih funkcija determiniše i nivo transakcionih troškova u preduzeću. Preduzeća predstavljaju strukture unutar kojih se, hijerarhijskim relacijama, uspostavlja kontrola nad transakcionim troškovima.

Svojom teorijom preduzeća, Kouz je ukazao na dva značajna momenta:

1. da ekonomisanje transakcijama predstavlja ključnu determinantu efikasne alokacije resursa, i
2. da se ono može vršiti unutar alternativnih institucionalnih aranžmana, tržišta i preduzeća.

Nastavljajući navedena istraživanja, Kouz je uspostavio i vezu između svojinskih prava, transakcionih troškova i efikasnosti alokacije resursa. Ta se relacija označava i kao Kouzova teorema, i ona glasi: efikasna alokacija resursa je nezavisna od inicijalnog rasporeda svojinskih prava, ukoliko su svojinska prava jasno definisana, prenosiva i transakcioni troškovi jednaki nuli, odnosno ako se svojinska prava besplatno mogu preneti [4; prema: 9, str. 236].

Kouzova teorema sugerise da i država oličena u sudskoj vlasti predstavlja važan mehanizam alokacije resursa. Međutim, društvo treba neprekidno da meri relativnu efikasnost države, u odnosu na tržište kao mehanizam razrešavanja transakcionih konflikata. Drugim rečima, društvo mora da iznađe optimalan miks alternativnih institucija u regulisanju ekonomske aktivnosti: tržišta, preduzeća i države.

Jedna od poruka Kouzove teoreme je da tržište ne može uvek optimalno da alocira svojinska prava (i resurse koji su njima definisani) usled postojanja transakcionih troškova. Stoga mu se u alokaciji pridružuju društvene institucije: firme i država.

Sličnosti Kouzove i Komonsove koncepcije ekonomske aktivnosti su evidentne. Najpre, sam teorijski fokus na transakcijama i svojinskim pravima nad resursima i posmatranje transakcija kao pravnih kategorija, vezanih za svojinska prava. Razrešavanje transakcionih konflikata predstavlja predmet interesovanja oba teoretičara. Međutim, dok Komons ekskluzivno pravo za razrešavanje sporova pripisuje sudskoj vlasti, dotle je Kouz posmatra samo kao jednu od alternativnih institucija za ekonomisanje transakcionim troškovima, pored tržišta i preduzeća. Takođe, Komons je tržište posmatrao kao autput odgovarajuće društvene regulacije, dok je kod Kouza tržišna razmena od države nezavisna institucija.

Važno je istaći još jednu vezu Kouzove teorije sa ranim instiucionalizmom. Ona se sastoji i u samoj definiciji transakcionog troška, koga je Kouz uveo u ekonomsku analizu. Ona ima određenu sličnost sa Klarkovim shvatanjem, da "napor u odlučivanju" može da bude značajan trošak. On podrazumeva troškove kalkulacije i prikupljanja informacija. Troškovi odlučivanja mogu da nateraju čak i "savršenog hedonistu" da obustavi dalju kalkulaciju. Prema Klarku, sredstva za ekonomisanje transakcionim troškovima predstavljaju običaj i navika [2; prema: 15].

**Tržište i institucije kao komplementarni ekonomski mehanizmi
– pristup nove institucionalne ekonomije**

**Transakcioni troškovi, institucije i tržište
– pristup nove institucionalne ekonomije**

Kouzova teorija predstavlja doktrinarni izvor celokupne nove institucionalne ekonomije. U njoj su postavljene ključne relacije između svojinskih prava, transakcionih troškova i ekonomske efikasnosti. Ona nosi i jasnu poruku vezanu za oblikovanje pravnog sistema, koje mora da bude usmereno ka što jasnije definisanim svojinskim pravima, čime se između ostalog redukuje i neizvesnost u njihovoj razmeni, a samim tim i potencijalni transakcioni troškovi. Ukoliko se obezbede jasno definisana svojinska prava i minimiziraju transakcioni troškovi, onda je otvoren put za optimalno rešavanje transakcionih sporova pregovorima između samih ekonomskih aktera, nasuprot arbitriranja države. Ekonomski ciljevi prava sastoje se stoga u [20, str. 68]:

1. maksimizaciji ekonomske efikasnosti,
2. minimiziranju transakcionih troškova,
3. imitiranju savršeno-konkurentnog tržišta

Tokom šezdesetih godina dvadesetog veka, došlo je do intenzifikacije istraživanja uticaja svojinskih prava i transakcionih troškova na ekonomsku efikasnost. U tom smislu svakako su najznačajniji doprinosi Olčiana (Armen Alchian, r. 1914), Demzeca (Harold Demsets, r. 1930), Norta (Douglass North, r. 1920), Vilijamsona (Oliver Williamson, r. 1932), Pejovića (Svetozar Pejović) i dr. Njihove koncepcije konstituišu novu institucionalnu ekonomiju kao savremenu školu ekonomske misli (opširnije o tome u: [11] i [12]).

Iako je još uvek u procesu definitivnog teorijskog zaokruživanja, mogu se identifikovati ključne odrednice pristupa novog institucionalizma. One se sastoje u pokušajima da se u jedinstven teorijski okvir objedine [13, str. 3]:

1. efekti alternativnih svojinskih prava na troškove transakcija i motivacione strukture;
2. efekti troškova transakcija i motivacionih struktura na ekonomsko ponašanje i
3. empirijski dokazi navedenih efekata.

Postavlja se pitanje kako se definišu optimalna svojinska prava unutar nove institucionalne ekonomije. Ona se izjednačavaju sa, potpuno definisanim, privatnim vlasništvom. Pravo vlasništva obuhvata [13, str. 6]:

1. Ekskluzivnost vlasništva, koja znači da vlasnik ima pravo da bira šta će raditi sa svojim dobrima.
2. Transferabilnost vlasništva koja znači da vlasnik ima pravo da izvrši transfer svog dobra drugoj osobi po uzajamno prihvaćenoj ceni.
3. Ustavne garancije vlasništva, koje znače da država garantuje primenu i stabilnost privatnog vlasništva.

Stabilna i dobro zaštićena svojinska prava omogućavaju pojedincima da lakše identifikuju potencijalne koristi od razmene, smanjujući tako transakcione troškove. Suprotan efekat imaju nedovoljno zaštićena i nestabilna svojinska prava. Shodno navedenom, adekvatno postavljene svojinske institucije neophodan su uslov da tržišni mehanizam na optimalan način obavi svoju alokativnu funkciju.

Svojinske institucije mogu nastajati spontano, kroz ponavljane interakcije ekonomskih aktera, ili spoljnim nametanjem, od strane države. Egzogeno formiranje svojinskih institucija redovno podrazumeva reakciju neformalnih institucija društva. Neretko, otpor neformalnih institucija, negostoljubivih za nove svojinske aranžmane, stvara prohibitivno visoke transakcione troškove u pomenutom procesu. Stoga, svaka svojinska rekonfiguracija mora da ima dovoljno senzibiliteta za moguća ograničenja, locirana u neformalnoj institucionalnoj strukturi [16], [17] i [18].

Značajan pravac razvoja novog institucionalizma odnosi se na analizu transakcionih troškova. Ključni protagonista ove linije istraživanja unutar novog institucionalizma, Vilijamson, kao izvor svoje teorijske orijentacije Vilijamson navodi Komonsov institucionalizam. Dve su značajne teze koje povezuju teoriju Komonsa i Vilijamsona [23, str. 3]:

1. kao i Komons, teorija transakcionih troškova posmatra transakciju kao centralnu jedinicu ekonomskog ponašanja;
2. transakcije podrazumevaju elemente konflikta koje društvo nastoji da premesti stvaranjem "upravljačkih struktura".

Drugi značajan izvor teorije transakcionih troškova je neoklasična ekonomija. Naime, tvrdeći da je neoklasična ekonomska analiza suviše apstraktna, predstavnici teorije transakcionih troškova nastoje da je učine realističnijom. Takva teorijska nastojanja realizuju se inkorporiranjem transakcionih troškova u neoklasičnu teoriju cena. Na taj način, teorija transakcionih troškova postaje svojevrсна sinteza Komonsovog institucionalizma i neoklasične ekonomije [8, str. 95].

Suštinsko svojstvo savremene privrede jeste postojanje transakcionih troškova. Transakcija se dešava kada dobro ili usluga prolazi kroz tehnološki odvojive međusklopove, tamo gde se jedna faza aktivnosti

Tržište i institucije kao komplementarni ekonomski mehanizmi
– pristup nove institucionalne ekonomije

završava, a druga počinje. Kada međusklopovi dobro funkcionišu, (slično ispravnoj mašini u fizici), ovaj se transfer odvija bez smetnji. U fizičkim sistemima, eventualne smetnje nazivale bi se frikcijama. Ekonomski analogon frikcijama, u privredi predstavljaju transakcioni troškovi. Oni nastaju kada učesnici u razmeni funkcionišu disharmonično, kada postoje česti nesporazumi i konflikti koji vode odlaganjima, prekidima i drugim zastojevima. Nasuprot tradicionalog proučavanja troškova tehnologije i neprekidne proizvodnje (ili razmene), teorija transakcionih troškova proučava komparativne troškove planiranja, adaptiranja i kontrole izvršenja zadataka pod različitim upravljačkim strukturama [23, str. 1-2]. Upravljačke strukture su u stvari institucije kapitalizma, nastale u procesu njegove evolucije. Stoga je celokupna evolucija kapitalizma kao društveno-ekonomskog poretka usmerena na izgradnju institucija koje ublažavaju dejstvo transakcionih troškova.

Ekonomska organizacija društva zasnovana je na procesu ugovaranja između različitih transaktora. Transakcioni troškovi vezani su za ugovore i ispoljavaju se u svom ex ante ili ex post modalitetu. Ex ante transakcioni troškovi predstavljaju troškove formulisanja, pregovaranja i osiguranja sporazuma. Pomenute radnje mogu biti obavljene detaljno, što je veoma ambiciozan zadatak, jer ugovorom onda moraju da budu pokrivene sve eventualnosti, i obezbeđena saglasnost ugovornih strana na odgovarajuće adaptacije ugovora. Realnije je da sklopljeni ugovor bude nepotpun, u smislu predviđanja brojnih nepredviđenih događaja i adaptacija ugovornih strana, a da se eventualnosti pokrivaju onda kada nastanu [23, str. 20].

Ex post transakcioni troškovi imaju nekoliko oblika:

1. troškovi prekida koji nastaju kada transakcije ispadnu iz poretka predviđenog ugovorom;
2. troškovi cenjkanja onda kada se bilateralnim naporima pokušavaju da koriguju nepoklapanja u odnosu na ugovor;
3. troškovi uspostavljanja i funkcionisanja upravljačkih struktura koje rešavaju nesporazume;
4. troškovi vezani za garancije da će se ugovorne obaveze izvršiti [23, str. 21].

Obe pomenute vrste troškova teško je kvantifikovati. Razloge njihovog postojanja treba tražiti van uobičajenog domena ekonomske teorije [22, str. 1538]. Transakcioni troškovi proizilaze iz nekih karakteristika čoveka kao aktera procesa ugovaranja. One su vezane za racionalnost i motive ljudi u procesu ugovaranja.

Postoje tri vrste racionalnosti čoveka u procesu ugovaranja:

1. Najjača je maksimizirajuća racionalnost, u kojoj su akteri redukovani na njihove ciljne funkcije, koje zadovoljavaju na optimalan način. Ovakav tip racionalnosti prisutan je u neoklasičnoj ekonomiji.
2. Ograničena racionalnost, u kojoj akteri pokušavaju da budu racionalni, ali u tome samo ograničeno uspevaju.
3. Najslabiji tip racionalnosti je organska racionalnost, gde čak i "neznanje" funkcioniše kao sredstvo ostvarivanja ciljeva, i ponekad bolje od znanja i planiranja. Pomenuti pristup prisutan je unutar austrijske škole [24, str. 173].

Takođe, moguće je razlikovati i tri vrste motiva ljudi u procesu pregovaranja:

1. Oportunizam, koji podrazumeva ostvarivanje sopstvenog interesa uz pomoć lukavstva. On uključuje laganje, krađu i varanje, mada može imati i suptilnije forme. Šire posmatrano, oportunizam se odnosi na nepotpuno i iskrivljeno prikazivanje informacija, naročito u cilju obmane, maskiranja, zamračivanja ili zbunjivanja na neki drugi način. Oportunizam je odgovoran za informacionu asimetriju koja znatno komplikuje ekonomsku organizaciju.
2. Jednostavno ostvarivanje sopstvenog interesa – podrazumeva da se sporazumi odvijaju u skladu sa ugovorenim postavkama. Ukoliko nema iznenađenja u procesu sprovođenja sporazuma, onda se ovaj uslov ostvaruje. Ovakav pristup prisutan je u okviru neoklasične ekonomije. Tada se pitanja ekonomske organizacije redukuju na tehnološku dimenziju procesa proizvodnje i razmene.
3. Poslušnost – pretpostavka vezana za socijalni inženjering. Ona odgovara situaciji u kojoj preskripcije centralno-planskog organa sprovode pojedinci koji se u potpunosti identifikuju sa njegovim ciljevima. U takvom sistemu motivacije ekonomska analiza se uglavnom redukuje na tehničku dimenziju.

Prevažodno područje interesovanja teorije transakcionih troškova su oportunizam i ograničena racionalnost ekonomskih aktera. Ove dve karakteristike ljudske psihologije stvaraju neizvesnost u svim fazama procesa ugovaranja. Iz neizvesnosti se izvode transakcioni troškovi. Društvo je toku evolucije kapitalizma iznalazilo različite upravljačke strukture za ekonomisanje transakcionim troškovima. Pored tržišta, postoje i netržišne upravljačke strukture, među kojima značajno mesto zauzimaju firme.

Tržište i institucije kao komplementarni ekonomski mehanizmi – pristup nove institucionalne ekonomije

Polazna tačka Vilijamsonove sheme institucionalne evolucije su tržišta. Naime, njegova je pretpostavka da je na početku evolutivnog razvoja društva jedina institucija koja služi obavljanju ekonomskih transakcija tržište [1]. Tržište kao mehanizam razmene podrazumeva nulte transakcione troškove da bi odbacivalo optimalne ekonomske učinke. Međutim, realnost je da transakcioni troškovi postoje i da deformišu funkciju tržišta kao mehanizma razmene. Kako bi se ublažilo negativno dejstvo transakcionih troškova, nastaju alternativne institucije putem kojih se obavljaju transakcije.

Celokupna evolucija ekonomske organizacije kapitalizma rezultat je nastojanja da se ekonomise transakcionim troškovima. Značajnu odrednicu te evolucije predstavlja razvoj kapitalističke firme kao upravljačke strukture. Firme su kao organizacioni oblik efikasnije od određenih tipova tržišta u ekonomisanju transakcionim troškovima. U takva tržišta Vilijamson ubraja tržište međuproizvoda i tržište kapitala [22, prema: 8, str. 97-99].

Uloga tržišta međuproizvoda je značajno smanjena u savremenoj privredi. Nekada međusobno nezavisni preprodavci, proizvođači jednog proizvoda različitog stepena obrade, udruženi su u jedinstvene firme u većini industrija. Istovremeno sa njihovim udruživanjem u firme, njihove ranije tržišne relacije zamenjivane su organizacionim relacijama. Jedinstveni menadžment, pre nego tržište, sada objedinjuje njihove aktivnosti. Razlozi ovakve evolucije industrijske strukture, po Vilijamsonu, nalaze se u postojanju prethodnih i naknadnih transakcionih troškova, koji se javljaju između razjedinjenih proizvođačkih i trogovačkih jedinica. Ukoliko tržišta posreduju između radnika ili faza proizvodnje, prethodni transakcioni troškovi vezani su za pregovaranje i sklapanje ugovora. Pregovaranje može biti problematično, usled uticaja asimetrije u informacijama, koju pojedine pregovaračke strane mogu da premoste samo uz velike troškove. S obzirom na pomenuti oportunizam aktera, problem je još više izražen. Pisanje ugovora koji mora da pokriva veliki broj mogućih situacija takođe može da bude problematično, i da poveća trošak transakcije, usled ograničene racionalnosti pojedinaca. Naknadni transakcioni troškovi na tržištu međuproizvoda obuhvataju izvršenje ugovora i mogućeg rešavanja sporova. I ovde ograničena racionalnost i oportunizam doprinose neizvesnosti i poskupljuju povezivanje radnika ili faza proizvodnje putem tržišne medijacije. Tržište međuproizvoda predstavlja skup način organizovanja ekonomske aktivnosti, usled postojanja prethodnih i naknadnih transakcionih troškova.

Tržište kapitala takođe je neefikasno u ekonomisanju transakcionim troškovima. Problem uticaja informacija posebno se zaoštrava na

savremenom tržištu kapitala, usled razdvajanja vlasništva od kontrole. Vlasnici kapitala imaju slabu kontrolu nad svojim ulaganjima, dok menadžeri raspolažu svojevrsnim monopolom nad informacijama. Rezultat toga je da finansijski kapital investitora nije alociran u skladu sa svojom najprofitabilnijom upotrebom. Usled neadekvatno postavljenih odnosa transaktora - vlasnika i upravljačkih struktura - na tržištu kapitala javljaju se visoki transakcioni troškovi kontrole ulaganja. Njihovo postojanje deformiše optimalnu alokaciju kapitala, što ukazuje da tržište kapitala, u savremenim uslovima ne predstavlja najefikasniji način alokacije resursa.

Prednosti firme u odnosu na pomenuta tržišta, sastoje se u sledećem [21, str. 40; prema: 8, str. 99]:

1. Interna organizacija ekonomična je u pogledu znanja potrebnog za pisanje dugoročnih ugovora.
2. Interna organizacija kontroliše oportunitizam članova organizacije.
3. Interni kapaciteti za nadzor unutar organizacije premošćavaju problem asimetrije informacija.
4. Neizvesnost je redukovana.
5. Unapređuje se "atmosfera trgovanja".

Firme, dakle, pored tržišta predstavljaju kapitalističku instituciju kojom se ekonomiče transakcionim troškovima. Nasuprot tržišta, firme predstavljaju manje ili više hijerarhijski ustrojenu upravljačku strukturu. Evolucija kapitalističke organizacije manifestovala se kroz razvoj sukcesivnih oblika firmi kao upravljačkih struktura: centralizovanih ili unitarnih korporacija i multidivizionálnih organizacija. Pri tome, za ekonomisanje transakcionim troškovima manje je važna činjenica da su pomenute vrste firmi pravna lica sa određenim karakteristikama, od njihove interne organizacije.

Centralizovane ili unitarne korporacije su institucionalna inovacija nastala u SAD, polovinom 19. veka, prvi put primenjena u organizaciji železnice. Potreba za dužim železničkim linijama uslovlila je organizacionu promenu u ovoj delatnosti, koja se do tada sastojala od manjih preduzeća koja su upravljala kraćim linijama. Postojanje brojnih međusobno nezavisnih jedinica na železnici uslovlilo je probleme (i troškove) ugovaranja, vezane za korišćenje i održavanje opreme, prilagođavanje na moguće nepredviđene događaje, pripisivanje odgovornosti za pritužbe klijenata, probleme ugovaranja usluga potrošača sa brojnim isporučiocima usluge itd. Operativno funkcionisanje železnice zahtevalo je vrstu ekonomske organizacije koja bi zamenila tržišne relacije između brojnih, nezavisnih jedinica. Stvorena je velika organizacija sa administrativnom koordinacijom

Tržište i institucije kao komplementarni ekonomski mehanizmi
– pristup nove institucionalne ekonomije

aktivnosti na železnici, namesto tržišnog usmeravanja. Ta je organizacija imala hijerarhijski karakter, jer su je činili različiti nivoi menadžmenta. Menadžeri na terenu kontrolisali su dnevne aktivnosti na širokom geografskom području. Viši slojevi menadžera imaju zadatak da nadgledaju, koordiniraju i procenjuju rad menadžmenta uposlenog na terenu. Formulirane su i nove interne administrativne procedure. Tako je stvorena prva administrativno upravljana hijerarhijska struktura u američkom biznisu [23, str. 275].

Već u toku dvadesetih godina dvadesetog veka, unitarna korporacija se suočila sa organizacionim teškoćama. Deo problema proizilazio je iz ograničene racionalnosti menadžera. Poslovanje firmi se u toj meri usložnilo da top menadžment više nije bio u stanju da se sa jedne strane bavi strateškim pitanjima i da upravlja tekućim poslovanjem preduzeća, s druge strane. Deo problema izvirao je i iz oportunističkog ponašanja menadžera pojedinih sektora, koji su nastojali da nametnu sektorske ciljeve celini preduzeća. Nemogućnost upravljanja, izazvana pomenutim faktorima, nadomešćena je pronalaskom nove, multidivizionalne upravljačke strukture. Ona je podrazumevala komponovanje firme od nekoliko poluatonomnih organizacionih jedinica (uglavnom profitnih centara), organizovanih po proizvodnim, brend- ili geografskim linijama. Poslovanjem svake od jedinica upravljano je nezavisno. Međutim, element centralizma nije izostao, kroz stvaranje "glavne kancelarije", koja se sastoji od moćnih visokih rukovodilaca i njima pridruženih savetnika. Ovo telo nadgleda efikasnost organizacionih jedinica, alokira resurse između njih i istovremeno sprovodi strateško planiranje. Ključni uticaj na efikasnosti proizilazi iz oslobađanja top menadžmenta obaveze da se bavi rutinskim, operativnim aspektima poslovanja (koja su prepuštena organizacionim jedinicama) i fokusira se na strateška pitanja. Kao posledica takve organizacije, novčani tokovi se mogu preusmeravati između jedinica administrativnim putem od strane centralne uprave, kako bi se najprofitabilnije upotrebili. Na taj način, multidivizionalna korporacija se ponaša kao svojevrсно "mini tržište kapitala" [23, str. 280-281].

Ispostavilo se da je pronađena upravljačka struktura koja može da ekonomiče i ograničenom racionalnošću top menadžmenta, i oportunizmom menadžera nižih nivoa. Takav oblik organizacije predstavljao je tehniku za uspešno upravljanje različitim, ali srodnim i međusobno povezanim poslovnim linijama. Vremenom je upotreba multidivizionalne organizacije proširena i na upravljanje resursima između manje povezanih linija poslovanja. Proširenje pomenute tehnike, otelotvoreno je u konglomeratu, kao izdanku multidivizionalne organizacije. Koristeći prednosti

multidivizionalne organizacije, konglomerat upravlja diverzifikovanim resursima i manje povezanim poslovnim linijama [23, str. 288]. Drugi vid ekstenzije multidivizionalne strukture su multinacionalna preduzeća. Tu se prednosti ovog načina organizacije koriste u procesu upravljanja poslovanjem u inostranstvu [23, str. 291].

Vilijamson je rezervisan prema antimonopolskoj politici. Ne ignorišući postojanje strateških, monopolskih motiva, on ocenjuje da u krajnjoj liniji velike korporacije rade u društvenom interesu, jer predstavljaju savremena sredstva za ekonomisanje transakcionim troškovima. Neodmereno sprečavanje stvaranja takvih organizacionih struktura remeti prilagođavanje društva zahtevima za redukciju transakcionih troškova. Odricanje od usluga takvih upravljačkih struktura imao bi za posledicu ekonomsku neefikasnost i pogrešnu alokaciju ekonomskih resursa. Stoga, aktivnosti na stvaranju velikih korporacija u principu ne treba ometati društvenom intervencijom [10, str. 55].

Shodno izloženom, evolucija kapitalističkog poretka proizvela je razne oblike netržišnih institucija. Među njima su posebno značajne hijerarhijski ustrojene kapitalističke korporacije. One su nezamenljivi instrument ekonomisanja transakcionim troškovima u savremenim uslovima. U tom smislu, realna je postavka o komplementarnosti tržišta i pomenutih institucija u koordinisanju ekonomske aktivnosti u društvu.

Zaključak

Tržište nije jedini mehanizam ekonomske racionalnosti. Teza o društvenim institucijama kao komplementarnom mehanizmu ekonomske koordinacije datira još od začetaka institucionalizma. Tako je Komons posmatrao tržište kao društveno oblikovanu tvorevinu, u koju se neprekidno ubrizgavaju nova radna pravila (institucije), kako bi se ublažili konflikti u transakcijama i obezbedila pravedna raspodela tereta i koristi proizvodnje društvenog bogatstva. Kouzova teorema sugeriše da tržišna alokacija isporučuje efikasnu alokaciju svojinskih prava (i njima definisanih resursa) jedino u odsustvu transakcionih troškova. U uslovima postojanja transakcionih troškova nastaju alternativni mehanizmi alokacije svojinskih prava. Novi institucionalizam istražuje međuzavisnost svojinskih institucija, transakcionih troškova i alokacije resursa. Jedino onaj sklop institucija, koji obezbeđuje stabilna i dobro zaštićena svojinska prava, vodi ka redukciji transakcionih troškova i približava alokaciju resursa optimalnom obrascu. Poseban pravac u okviru nove institucionalne ekonomije, Vilijamsonova teorija transakcionih troškova, istražuje načine ekonomisanja transakcionim

**Tržište i institucije kao komplementarni ekonomski mehanizmi
– pristup nove institucionalne ekonomije**

troškovima u društvu. Transakcioni troškovi proizvod su ograničene racionalnosti i oportunističkog ponašanja aktera. Oni ometaju i poskuplju proces ugovaranja između ekonomskih aktera. Postoje alternativne upravljačke strukture koje služe ekonomisanju transakcionim troškovima: tržište i netržišne institucije. Evolucija kapitalističkog poretka dobrim delom posvećena je iznalaženju institucionalnih rešenja kojima bi se nadomestila nemogućnost tržišta da se nosi sa određenim vrstama transakcionih troškova. Rezultat pomenute društveno-ekonomske evolucije su hijerarhijski ustrojene upravljačke strukture – firme. Razvoj ovog institucionalnog aranžmana tekao je kroz sukcesiju centralističke i multidivizionalne korporacije. Model multidivizionalnog upravljanja proširen je na heterogene delatnosti, kroz organizacionu formu konglomerata, kao i na upravljanje poslovanjem u inostranstvu, unutar multinacionalnih korporacija.

Literatura

1. Ankarloo, Daniel and Giulio Palermo. *Anti – Williamson: a Marxian Critique of New Institutional Economics*, Cambridge Journal of Economics, 18, 2004.
2. Clark, John Maurice. *Economics and Modern Psychology, I and II*, Journal of Political Economy, 26, 1918.
3. Coase, Ronald. *The Nature of The Firm*, *Economica*, No. 4, 1937.
4. Coase, Ronald. *The Problem of Social Cost*, Journal of Law and Economics, Vol. 3, October 1960.
5. Commons, John. *Institutional Economics*, American Economic Review, December 1931.
6. Commons, John. *Legal Foundations of Capitalism*, Madison: University of Wisconsin Press, 1968 (1924).
7. Commons, John. *Institutional Economics – its Place in Political Economy*, New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, 1990 (1934).
8. Dugger, William. *The Transaction Cost Analysis of Oliver E. Williamson: A New Synthesis?*, Journal of Economic Issues, Vol 17, No. 1, 1983, str. 95.
9. Jovanović, Aleksandra. *Ronald Coase*, Ekonomski anali, No. 161, 2004.
10. Kemp, Thomas. *Of Transactions and Transaction Costs: Uncertainty, Policy, and the Process of Law in the Thought of Commons and Williamson*, Journal of Economic Issues, Vol. 40, No. 1, 2006.
11. Mitrović, Branislav i Zoran Stefanović. *Metodološke razlike i teorijski pristupi tranziciji neoinstitucionalne i neoklasične ekonomije*, Jugoslovensko bankarstvo, 5-6/2002a
12. Mitrović, Branislav i Zoran Stefanović. *Neoinstitucionalna ekonomija i tranzicija*, Računovodstvo, 7-8/2002b
13. Pejovich, Svetozar. *The Economics of Property Rights*, Cheltenham UK, Northampton, USA, 2001.

14. Pejovich, Svetozar. *Private Property – A Prerequisite for Classical Capitalism*, Paper prepared for the Conference on *The Roots of Capitalism*, Hayek Institute, Vienna, October 2005.
15. Rutherford, Malcolm. *Understanding Institutional Economics: 1918 – 1929*, Journal of History of Economic Thought, Vol. 22, No. 3, 2000.
16. Stefanović, Zoran. *Specifična uloga države u institucionalnoj tranziciji privrede Srbije*, Ekonomske teme, 4/2002
17. Stefanović, Zoran. *The Role of Institutions in the Process of Postsocialist Transformation*, in: Upravlenski, informacioni i marketingovi aspekti na iekonomičeskoto razvitie na balkanskite strani, Universitet za nacionalno i svetovno stopanstvo, Sofija, 2005a
18. Stefanović, Zoran. *Interdependence of Property Rights, Entrepreneurship and Innovative Activities in Transition Economies*, Economic Themes, 6/2005b.
19. Vanberg, Viktor. *Institutional Evolution through Purposeful Selection: The Constitutional Economics of John R. Commons*, Constitutional Political Economy, 8, 1997.
20. Veljanovski, Cento. *The Coase Theorems and Economic Theory of Markets and Law*, Kyklos, Vol 35, Fasc. 1, 1982.
21. Williamson, Oliver, *Markets and Hierarchies*, New York, Free Press, 1975.
22. Williamson, Oliver. *The Modern Corporation: Origins, Evolution, Attributes*, Journal of Economic Literature 19, 1981.
23. Williamson, Oliver. *Economic Institutions of Capitalism*, New York: Collier Macmillan Publishers, 1985.
24. Williamson, Oliver. *The Economics of Governance*, in: Langlois, Richard (ed.), *Economics as a Process: Essays in New Institutional Economics*, Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

MARKET AND INSTITUTIONS: COMPLEMENTARY ECONOMIC MECHANISMS – THE APPROACH OF NEW INSTITUTIONAL ECONOMICS

Abstract: Economic orthodoxy conceives market as universal and superior mechanism of economic rationality. Institutional economics challenges this position. Existence of transaction costs disturbs market allocation of resources and generates demand for non–market institutions. The approach to institutions as participators in resource allocation is affirmed in new institutional economics. The present paper makes an insight into the genesis and contemporary contributions to aforementioned approach within this school of thought.

Key words: market, institutions, transaction costs, new institutional economics.



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 143-151
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

UTICAJ ORGANIZACIONE KULTURE NA FORMULISANJE STRATEGIJE PREDUZEĆA

Mr Tatjana Stevanović*

***Rezime:** Strategijske odluke preduzeća moraju biti utemeljene na analizi ljudskih resursa kojima preduzeće raspolaže. Mogućnost zaposlenih da uvide konekciju između svojih i strategijskih ciljeva kompanije predstavlja podstrek njihovom pozitivnom ponašanju koje će doprineti ostvarenju konkurentne prednosti i kreiranju vrednosti za sve stejkholdere preduzeća. Organizaciona kultura, kao set vrednosti, verovanja i načina ponašanja utiče na korporativnu strategiju i dostizanje željenih performansi. U radu će najpre biti reči o faktorima formulisanja strategije, da bi se zatim, objasnio uticaj organizacione kulture na formulisanje strategije preduzeća.*

***Ključne reči:** strategija, stejkholderi, organizaciona kultura, komuniciranje, motivisanje*

Uvod

Savremeno poslovno okruženje je potpuno globalizovano i liberalizovano za preduzeća koja koriste visoke proizvodne, informacione i komunikacione tehnologije. Uspešnost poslovanja preduzeća u današnjem turbulentnom okruženju koje odlikuju dinamične promene, internacionalizacija poslovanja, oštra konkurencija, intenzivne tehničko-tehnološke inovacije, skraćivanje životnog ciklusa proizvoda, sve prefinjeniji zahtevi potrošača i visoki ekološki zahtevi, zavisi od sposobnosti prilagođavanja, brzog odlučivanja, dobrih odnosa sa dobavljačima i zadovoljavanja sve prefinjenijih zahteva potrošača. Efikasno upravljanje preduzećem, pored pomenute eksterne kompleksnosti, komplikuje i interna

* Ekonomski fakultet Niš
UDK 005.32; Pregledni rad
Primljeno: 24.03.2009.

kompleksnost uslovljena veličinom preduzeća, visokim nivoom diverzifikacije aktivnosti, složenom organizacionom strukturom, složenošću komuniciranja i dr. S tim u vezi, neophodno je uspešno koordiniranje i efikasno odvijanje internih poslovnih procesa, kako bi se proizveli proizvodi željenog kvaliteta. Dostizanje postavljenih ciljeva i ostvarenje željenog nivoa efektivnosti i efikasnosti, moguće je jedino ukoliko preduzeća formulišu, razvijaju i implementiraju strategije koje odgovaraju uslovima u kojima se donose, ako su odabrane strategije izvodljive u odnosu na raspoložive resurse, znanja, sposobnosti i veštine zaposlenih i ako je odabrani strategijski pravac poželjan za najbitnije stekholdere preduzeća. Značajno je istaći da formulisanju strategije prethodi kreiranje strategijske vizije kojom će se trasirati put promena koje strategijom treba obuhvatiti i implementirati.

Resursi preduzeća predstavljaju bitan faktor koji utiče na ostvarivanje ciljeva preduzeća primenom konkretne strategije. Analiza resursa jedne organizacije obuhvata istraživanje kako uloge i značaja glavnih resursa u nadmetanju sa konkurentima, tako i razumevanje njihovog doprinosa ostvarenju profita i konkurentske prednosti.

Ljudi, kao vitalan resurs, predstavljaju ključni faktor poboljšanja performansi preduzeća. Sposobnost zaposlenih da se adaptiraju na promene iz okruženja je prava veština koja može biti i izvor konkurentske prednosti na oscilirajućim tržištima. Analizu ljudskih resursa treba uzeti u obzir tokom faze strategijske analize resursa zbog svog značajnog uticaja na formulisanje nove strategije vezane za promene u načinu poslovanja kompanije. Pogled na formulisanje strategije jasno prepoznaje ulogu organizacione kulture kao nezaobilaznog elementa uspešnog formulisanja poslovne strategije preduzeća.

1. Osnovne determinante formulisanja strategije preduzeća

Procesu formulisanja strategije preduzeća mora se pristupiti pažljivo i uz uvažavanje velikog broja faktora interne i eksterne prirode. Pred menadžmentom preduzeća se otvara veliki broj pitanja na koja je neophodno uspešno odgovoriti kako bi se odabrao najpovoljniji strategijski pravac delovanja preduzeća. Obzirom na brojnost i kompleksnost pitanja, nemoguće ih je odvojeno razmatrati, što ukazuje na potrebu korišćenja sveobuhvatnog, simultanog i višekriterijumskog pristupa rešavanju problema. To podrazumeva da se od velikog broja kompleksnih i dinamičnih strategijskih alternativa odabere ona koja će kreirati održivu konkurentsku prednost preduzeća na tržištu i njegove superiorne performanse.

Analiza internih faktora koji utiču na proces formulisanja strategije, u prvi plan ističe značaj veličine, faze razvoja, složenosti poslovanja i internog

Uticaj organizacione kulture na formulisanje strategije preduzeća

organizacionog ustrojstva preduzeća. U tom smislu, proces oblikovanja strategije će poprimiti sasvim drugačije tokove zavisno od toga da li preduzeće ima funkcionalnu ili divizionalnu organizacionu strukturu. U slučaju preduzeća sa velikim brojem strategijskih poslovnih jedinica sa statusom centara dobiti, strategija treba da poseduje izražena koheziona i usmeravajuća svojstva kako bi se obezbedilo simultano upravljanje raznovrsnim setom poslovnih aktivnosti koje se odvijaju unutar preduzeća. Onemogućavanjem preterane samostalnosti poslovnih jedinica, odnosno njihovim koordinisanjem i usmeravanjem ka ostvarenju zajedničkih ciljeva, pojačava se efekat sinergije i značajno povećavaju šanse za strategijski uspeh na tržištu. Sa druge strane, strategija funkcionalno strukturiranog preduzeća treba da omogući efektivno obavljanje internih operacija, kao i integrisanje poslovnih funkcija unutar kojih se obavljaju homogene grupe aktivnosti, i njihovo povezivanje sa strategijskom orijentacijom preduzeća kao celine. Sasvim je razumljivo da istovremeno mogu postojati jedinstvena i objedinjavajuća strategija preduzeća i individualne strategije njegovih pojedinačnih podsistema i funkcija, naravno uz uslov da postoji njihova dobra međusobna usklađenost, a sve u funkciji uspešnog ostvarenja ciljeva preduzeća kao celine.

Prilikom koncipiranja strategije neophodno je opredeliti se i za odgovarajuću kompoziciju poslovnog portfolija, u smislu da li će se preduzeće usredsrediti samo na jedan posao ili će nastojati da obezbedi uže ili šire diversifikovanje. U uskoj vezi sa tim je i komponovanje asortimana proizvoda sa kojim treba ostvariti konkurentsku prednost na tržištu, pa se prilikom formulisanja strategije treba usmeriti na to da li će izvore svoje konkurentске prednosti preduzeće tražiti u niskim troškovima, diferenciranju u kvalitetu i funkcionalnosti proizvoda ili će, pak, pokušati da iznađe optimalni balans između ovih performansi, zatim sa kojim brojem proizvoda se može ostvariti željeno tržišno učešće i konkurentsko pozicioniranje preduzeća, da li će se opsluživati širok spektar kupaca ili se treba koncentrisati na određene tržišne niše i ciljne grupe kupaca unutar njih, da li će preduzeće biti tehnološki lider ili će biti jedan od pratilaca, kakva će biti priroda njegovih odnosa sa kupcima i dobavljačima, u smislu da li će negovati čvrste uzajamne odnose i saradnju sa njima ili ne, da li će konkurisati na lokalnom, nacionalnom ili globalnom tržištu itd. [1, str. 13]. Naravno da je prilikom pružanja odgovora na pomenuta pitanja neophodno intenzivirati značaj eksterne analize i uzeti u obzir faktore kao što su zahtevi kupaca, ponašanje sadašnjih i potencijalnih konkurenata, trenutna pozicija preduzeća, opšte stanje u privredi i konkurentskom okruženju, tehnološke inovacije, zakonska regulativa, ekološki standardi itd.

Savremeno preduzeće se sve češće posmatra kao svojevrsna koalicija različitih pojedinaca, grupa i organizacija, sa određenim pravima i interesima koji se ukrštaju unutar njegovog poslovanja. Otuda se, kao još jedan od značajnih faktora formulisanja strategije preduzeća, pojavljuju njegovi stejkholderi. Stejkholderi preduzeća obezbeđuju neophodne resurse i usluge, a za uzvrat očekuju da će njihovi ciljevi biti na adekvatan način ispunjeni. U literaturi se često sreće njihova podjela na interne i eksterne stejkholdere, pri čemu prve sačinjavaju akcionari, menadžeri svih upravljačkih ingerencija i zaposleni, dok u drugu grupu spadaju kupci, dobavljači, kreditori, vlada, sindikati, lokalna zajednica i šira društvena javnost. Interesi ovih interesnih grupa su neretko u koliziji sa ciljevima preduzeća, ali se oni prilikom procesa formulisanja i implementacije strategije ne smeju ignorisati, jer se u suprotnom preduzeće može suočiti sa otkazivanjem njihove podrške i ozbiljnim ugrožavanjem egzistencije na tržištu.

Na osnovu iznetog, možemo zaključiti da se, pored okruženja čiji je uticaj na formulisanje strategije preduzeća neizostavan, resursi preduzeća pojavljuju kao još jedan od osnova ovog procesa. Za potrebe ovog rada u nastavku ćemo se osvrnuti na značaj ljudskih resursa, a posebno organizacione kulture i njen uticaj na formulisanje strategije preduzeća.

2. Analiza organizacione kulture

Mada neki od stratega smatraju da ljudske resurse treba razmatrati tek nakon implementacije strategije preduzeća, oni se moraju uzeti u obzir tokom faze strategijske analize resursa iz sledećih razloga [2, str. 211.]:

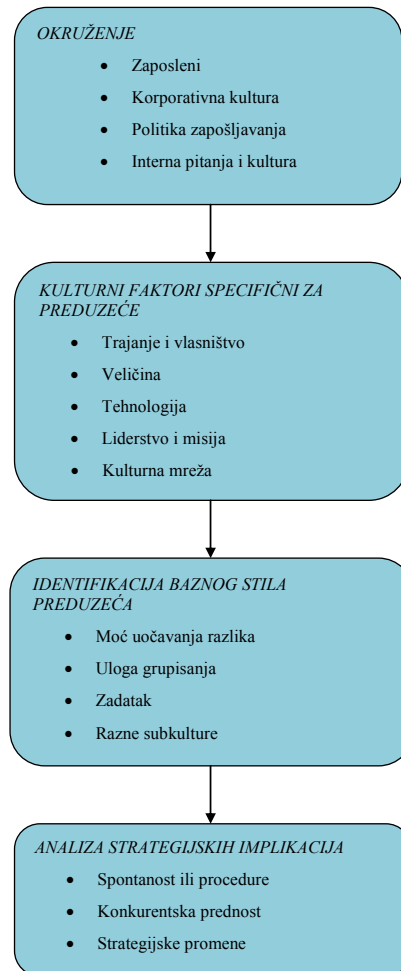
- strategije vezane za ljudske resurse mogu formirati integralni deo nove strategije čija svrha može biti vezana za ostvarenje veće odgovornosti i efikasnosti zaposlenih;
- rast nivoa zahtevanih tehnoloških veština i složenost mnogih komercijalnih procesa postavlja analizu postojećih ljudskih resursa u prvi plan prilikom procene opcija koje stoje na raspolaganju;
- bitan osnov razvoja organizacione strukture predstavlja organizaciona kultura u preduzeću, koja se u načelu mora analizirati i
- ključni element razvoja strategije su međuljudski odnosi, komuniciranje i motivisanje zaposlenih u preduzeću.

Kao značajan element ljudskih resursa, organizaciona kultura utiče na sve aspekte organizacije i dostizanje željenih poslovnih performansi. Ona predstavlja filter kroz koji se razvija i implementira postavljena strategija preduzeća. Iz tih razloga njoj se pristupa kao jednom od bitnijih faktora koji se mora sagledati prilikom formulisanja poslovne strategije.

Uticaj organizacione kulture na formulisanje strategije preduzeća

Organizaciona kultura predstavlja set vrednosti, verovanja i načina upravljanja koji se reflektuje na strukture, sisteme i pristupe formulisanju i razvoju strategije preduzeća. Ona je rezultat prošlih i sadašnjih tehnoloških, fizičkih i ljudskih resursa, kao i ciljeva i vrednosti svih članova organizacije. Različita kombinacija ovih faktora ukazuje na jedinstvenost organizacione kulture svakog preduzeća. Sagledavanjem i analizom organizacione kulture već u fazi formulisanja poslovne strategije, značajno se doprinosi njenoj uspešnoj implementaciji i dostizanju postavljenih strategijskih ciljeva. Glavni elementi organizacione kulture su dati na slici 1.

Slika 1: Analiza glavnih elemenata organizacione kulture



Izvor: Lynch, R. 2003., *Corporate Strategy*, Prentice Hall financial times, England, London, Boston, p. 258.

Na kulturu organizacije utiče čitav niz faktora. Jedan od njih su ljudi iz okruženja organizacije: dobavljači, kupci, vlada i profesionalni savetnici. Glavna područja koja se moraju analizirati u vezi sa ovim faktorom su: starosni profil (promena ukusa rezultat je starenja populacije), socio-ekonomske grupe (zahtevi i aspiracije rastu sa povećanjem bogatstva stanovništva), uloga muškaraca i žena (izjednačavanje njihovih prava i statusa), jezik i komunikacija (radi bolje kontrole i motivacije ljudi uključenih u proces formulisanja strategije, moraju se sagledati varijacije unutar i između zemalja), religije i verovanja i državna politika (obrazovna, socijalna, zdravstvena i penziona politika imaće velikog uticaja na razvoj ljudi unutar organizacije) [3, str. 52.].

Politika rada i zapošljavanja je drugi faktor koji utiče na organizacionu kulturu. Kod industrijalizovanih zemalja sindikati kao deo okruženja se moraju uzeti u obzir iako njihov uticaj polako opada sa padom članstva širom sveta.

Faktori organizacione kulture specifični za samo preduzeće su: trajanje i vlasništvo, veličina, tehnologija, liderstvo i kulturalna mreža. Mlada kompanija može nastati inicijativom pojedinca ili manje grupe koja će nastaviti da utiče na njen razvoj tokom godina. Porodične firme ili one kojima dominira jedan vlasnik će imati jasno prepoznatljivu organizacionu kulturu. Kako preduzeće raste, uska kontrola i dominacija vlasnika se smanjuju što svakako utiče na stil i organizacionu kulturu. Čak i kada vlasništvo ostane snažno, velike kompanije se teže kontrolišu iz jednog centra. Tehnologija koja zahteva ekonomiju obima, visoke troškove i skupu opremu zahteva i formalnu i dobro strukturiranu organizacionu kulturu. Nasuprot tome, kod tehnologija koje se brzo menjaju neophodna je fleksibilnija organizaciona kultura. Pojedinci (top menadžeri) i njihove vrednosti će se reflektovati i menjati kulturu organizacije tokom vremena. Konačno, glavni elementi kulturalne mreže su: priče – šta ljudi misle i govore o kompaniji, od čega zavisi uspeh ili neuspeh organizacije; rutine u načinu delovanja; rituali ili karakteristike kompanije izvan rutine (vreme izvršenja usluge, rezultati u prodaji, inovacije, standardi kvaliteta - kako istaći i eventualno ih nagraditi); simboli - veličina kancelarija, vrsta kompanijskog automobila, restorani za nivoe menadžera i radnika; sistem kontrole - formalan ili neformalan, dobro dokumentovan, orijentisan na performanse; organizaciona struktura – odnos nadležnosti i odgovornosti; struktura moći - ko donosi odluke, na koga, kada i kako te odluke utiču. Kulturalna mreža može korisno razdvojiti ono što se izvede zvanično, poput izjava za štampu, od nezvaničnog, poput anegdota, zabava na poslu, e-mejl poruka itd.

Uticaj organizacione kulture na formulisanje strategije preduzeća

Uprkos tome što svako preduzeće ima jedinstvenu organizacionu kulturu, u teoriji se izdvajaju njena četiri glavna tipa: kultura moći, kultura uloga, kultura zadataka i kultura personala. S tim u vezi, pri strategijskoj analizi se mora imati u vidu da se organizacije menjaju vremenom, da u jednoj organizaciji obično ima više tipova kultura, kao i to da mogu preovladati razne kulture zavisno od uprave i vlasništva nad kompanijom.

Kultura moći ističe dominantnu ulogu manjih grupa ili pojedinca. Zavisno od osobina lidera, stretegijske promene su brze ili spore. Kultura uloga počiva na strukturama, logici i analizama, procedurama i jasno definisanim pravilima komunikacije. Kultura zadataka podrazumeva ostvarivanje planiranih projekata ili ciljeva uz timski rad, fleksibilnost, multidisciplinarnost i adaptabilnost. Kultura personala kao primarnu oblast ističe individuu.

U traganju za kontinuiranim unapređivanjem, menadžeri su uočili da se moraju sve više oslanjati na zaposlene najbliže operativnim procesima i potrošačima. Prenošenjem odgovornosti na najniže strukture preduzeća, kreira se radna sredina u kojoj je svako odgovoran za svoj kvalitet, svoje planove, stalno usavršavanje i opsluživanje potrošača. Ovlašćivanje zaposlenih i njihovo snabdevanje adekvatnim informacijama motiviše ih da brže odgovaraju na zahteve potrošača, povećavaju fleksibilnost procesa i smanjuju trajanje ciklusa proizvodnje [4, str. 24]. Vrhunski zadatak kompanije koja uči je obezbeđivanje podizanja veštine svakog zaposlenog na viši nivo, i to u formi stalne i predvidive aktivnosti.

Savremena preduzeća su složeni poslovni sistemi kako sa organizacionog, tako i sa tehničko-tehnološkog aspekta. Uvažavanje motiva i ambicija pojedinaca, grupa i delova preduzeća, čije se aktivnosti predviđaju i kontrolišu, predstavlja neophodan uslov formulisanja strategije ovakvih preduzeća. Posebna pažnja se mora posvetiti ciljevima zaposlenih koji se moraju usklađivati sa ciljevima viših nivoa u organizacionoj stukturi preduzeća do nivoa preduzeća kao celine. Na ovaj način niži nivoi procenjuju efekte svojih odluka na druge segmente preduzeća i preduzeće kao celinu, čime se koordinira obavljanje poslovne aktivnosti preduzeća kao celine i sagledava mesto i uloga svih zaposlenih u poslovnoj aktivnosti preduzeća kao celine čiji su neraskidivi deo.

Postojeća organizaciona kultura kreira „granice ponašanja“ preduzeća koje utiču na stepen realizacije poslovne strategije. Menadžment ima aktivno učešće u determinisanju orgnaizacione kulture koja pogoduje preduzeću, a čijim se doslednim sprovođenjem obezbeđuje efikasna implementacija poslovne strategije. Prioriteti preduzeća se moraju saopštiti svim članovima organizacije kako bi se oni ohrabрили da prihvate, razviju i održe odgovarajuću

orgnaizacionu kulturu. Prihvatanjem organizacionih vrednosti, verovanja i ponašanja, zaposleni doprinose razvijanju orgnaizacione kulture koja je blagotvorna za preduzeće. Suprotno tome, ukoliko se dopusti da se orgnaizaciona kultura razvija bez adekvatnog odnosa prema njoj, to može rezultirati u neodgovarajućoj kulturi koja limitira uspešnu implementaciju postavljene poslovne strategije. Shodno tome, identifikovanjem ponašanja zaposlenih kod kojih su neophodne veće ili manje izmene u cilju implementacije formulisane strategije, može se menjati i sama organizaciona kultura tokom vremena. [5, str. 393]

Organizaciona kultura se, dakle, može vremenom menjati u cilju usaglašavanja sa poslovnom strategijom. Obzirom da je ona posledica tehnologije, procesa i organizacione arhitekture, modifikovanjem njihovih određenih elemenata, menadžeri mogu da skroje model usklađen sa poslovnom strategijom preduzeća.

Usklađivanje orgnaizacione kulture sa poslovnom strategijom započinje identifikacijom osnovnih atributa poslovne strategije (praksa je pokazala da je dovoljno 5-7 atributa), nakon čega se traži odgovor na pitanje koji tipovi kulturalnih karakteristika i ponašanja zaposlenih su neophodni za implementaciju analiziranih atributa strategije (najčešće 5-10 karakteristika, kao što su visoka operativna fleksibilnost ili agrsivn aupotreb atehnologije). U sklopu poželjnog ponašanja svakako će se svrstati volja za učenjem, razvoj odnosa sa kupcima i fleksibilnost zaposlenih. Željene karakteristike kulture i ponašanje zaposlenih će evoluirati tokom vremena ukoliko modifikujemo tehnologiju, organizaciju i procesnu arhitekturu. Nakon toga, pažnja se mora posvetiti i elementima koji će predstavljati osnov implementacije strategije, kao što su: primena novih tehnologija prikupljanja i prezentovanja informacija u cilju povećanja njihove raspoloživosti, upotreba baza podataka za prenos informacija neophodnih za decentralizaciju odlučivanja, redukcija nivoa menadžmenta, implementacija sistema kompenzacija prema znanjima i veštinama, redizajniranje fizičkog rasporeda u cilju promovisanja međufunkcionalnog timskog rada i reinženjering procesne arhitekture. [6, str. 63]

Zaključak

Veliki broj faktora interne i eksterne prirode utiče na proces formulisanja strategije preduzeća. Među internim faktorima koji utiču na proces formulisanja strategije ističu se veličina, faza razvoja, složenost poslovanja i interno organizaciono ustrojstvo preduzeća. Eksterna analiza uzima u obzir faktore kao što su zahtevi kupaca, ponašanje sadašnjih i potencijalnih konkurenata, trenutna pozicija preduzeća, opšte stanje u privredi

Uticaj organizacione kulture na formulisanje strategije preduzeća

i konkurentskom okruženju, tehnološke inovacije, zakonska regulativa, ekološki standardi itd.

Ljudski resursi se moraju uzeti u obzir tokom faze strategijske analize resursa, kao osnov formulisanja strategije preduzeća, a pri tome se posebno mora razmotriti organizaciona kultura kao relevantan element uspešne implementacije odabrane strategije.

Organizaciona kultura predstavlja set vrednosti, verovanja i načina upravljanja koji se reflektuje na strukture, sisteme i pristupe formulisanju i razvijanju strategije preduzeća. Ona se vremenom može menjati u cilju svog obogaćivanja i usaglašavanja sa poslovnom strategijom.

Literatura

1. Milićević, V. 2003., *Strategijsko upravljačko računovodstvo*, Ekonomski fakultet, Beograd;
2. Lynch, R. 2003., *Corporate Strategy*, Prentice Hall financial times, England, London, Boston;
3. Wickham, P. 2000., *Financial Times Corporate Strategy Casebook*, Prentice Hall financial times, England, London, Boston;
4. Drury, C., 1996., *Management and Cost Accounting*, International Thompson Business Press;
5. Certo, S. 2000. *Modern Management*, Prentice Hall, New Jersey;
6. Wade, D. and Recardo, R., 2001., *Corporate Performance Management - How to Build a Better Organization Through Measurement Driven Strategic Alignment*, Butterworth Heinemann, Boston.
7. Becker, B., Huselid, M. and Ulrich, D. 2001., *The HR Scorecard – linking people, strategy and performance*, Harvard Business School Press;

THE INFLUENCE OF THE ORGANISATIONAL CULTURE ON FORMULATION OF ENTERPRISE'S STRATEGY

Abstract: Strategic decisions of enterprise must be grounded on the analysis on human resources which disposed by the enterprise. Employee's ability to see the connection between their and the company's strategic objectives present incentive of positive behavior, which will contribute to realise the kompetitive advantage and to create the value for all stakeholders of enterprise. Organisational culture, like a set of beliefs, values and ways of behaviour, influences corporate strategy and accomplishment of wanted performance. In this work we will first take look of the factors for formulation of strategy, in order to give the attention on the impact of organisational culture on formulation of strategy.

Key words: strategy, stakeholders, organizational coulture, komunikation, motivation

Tatjana Stevanović



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET

Časopis "EKONOMSKE TEME"

Godina izlaženja XLVII, br. 1, 2009., str. 153-167
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

ZNAČAJ PRIVREDNIH CIKLUSA U SAVREMENIM TRŽIŠNIM PRIVREDAMA

Marija Pavlović*

***Rezime:** Sve tržišne privrede izložene su privrednim ciklusima koji se međusobno smenjuju većom ili manjom pravilnošću, tako da jedan od značajnih i uvek aktuelnih problema jesu ekonomske fluktuacije privrede. Naime, privredni ciklusi su predmet analize savremenih makroekonomskih teorija zato što stvarna ekonomska kretanja ukazuju na ciklične fluktuacije privrede sa određenim ekonomskim posledicama. Takođe, pojave cikličnih fluktuacija privrede smatraju se ključnim smetnjama za postizanje ciljeva makroekonomske politike da obezbedi makroekonomsku stabilnost, odnosno dinamičku stabilnost opšteg nivoa cena, punu zaposlenost, ravnotežu u platnom bilansu, ravnotežu u budžetu države i kao pozitivna posledica prethodno ostvarenih ciljeva rast standarda građana.*

***Ključne reči:** privredni ciklusi, nezaposlenost, inflacija.*

Uvod

Makroekonomska teorija se bavi proučavanjem privrednih ciklusa, odnosno nastoji da objasni zašto postoje fluktuacije u agregatnoj ekonomskoj aktivnosti. Naime, ona treba da pruži odgovor na dva osnovna pitanja vezana za cikluse: a) šta prouzrokuje fluktuacije u privredi i b) kako bi kreatori ekonomske politike trebalo da reaguju na ove fluktuacije. U skladu s tim, makroekonomskom politikom donose se određene mere kako bi se ublažile fluktuacije i rešili ključni problemi koji su rezultat privrednih ciklusa - nezaposlenost i inflacija. S obzirom da ciklusi predstavljaju inherentni deo makroekonomije, odnosno da čine deo velikog mehanizma privrede, razumevanje uzroka i posledica privrednih ciklusa doprinosi boljem razumevanju funkcionisanja privrede kao i rešavanju ovih ključnih problema.

* Ekonomski fakultet Kragujevac
UDK 338.12; Pregledni rad
Primljeno: 19.01.2009.

1. Definicija privrednog ciklusa

Sve zemlje su izložene usponima i padovima ukupne ekonomske aktivnosti i u istoriji ekonomije nijedno pitanje nije izazvalo tolike nedoumice kao što su pitanja koja se odnose na privredne cikluse. Mada su brojne teorije nastale još od 18. veka kada je ciklus prvi put uočen, nijedna nije uspjela da pruži detaljno objašnjenje ovog fenomena. Početkom 19. veka se smatralo da krize samo remete usklađeni razvoj privrede, da bi kasnije ekonomisti počeli da proučavaju regularnost ovih kriza, kao i njihovu povezanost sa promenama ekonomske strukture. Pojam krize podrazumeva da do smanjenja rastuće tendencije opadajućom često dolazi iznenada i sa velikom snagom dok, po pravilu, nema takvog naglog zaokreta kada opadajuća tendencija smenjuje rastuću. [1, str. 342.]

Preovladava shvatanje da je pojam "trgovinski ciklus" prvi put upotrebio engleski novinar Džon Vejd (J. Wade), dok je prvi obimniji rad posvećen ciklusima objavio francuz Klement Žigular (C. Juglar) u 19. veku [2, str. 1]. Empirijski dokazi ukazuju da je u ovom veku nivo cena veoma oscilirao, za razliku od autputa koji je bio manje izložen fluktuacijama. Na taj način, prva i jedna od najstarijih analiza ciklusa bila je bazirana na njihovoj definiciji kao promenama nivoa cena, a ne autputa. Tokom 20. veka došlo je do konstantnog uzlaznog trenda cena pa su one varirale, ali samo oko tog trenda. Takođe je došlo i do velikih oscilacija autputa i sve češće u vidu cikličnog kretanja. Tako da definisanje ciklusa, pa i krize, kao kretanja autputa jeste noviji fenomen, zbog čega se teorija privrednih ciklusa smatra proizvodom 20. veka. Formiran je komitet za privredne cikluse koji je sačinjen od grupe nezavisnih ekonomista (NBER)¹ u čijem okviru nastaje najšira i najpreciznija istorijska evidencija privrednih ciklusa. Među značajnijim ekonomistima koji su se bavili njihovim teoretskim objašnjenjima su: Šumpeter (J. Schumpeter), Mičel (W. Mitchell), Berns (A. Burns), Hajek (F. Hayek), Viksel (K. Wicksell), Horti (R. Hawtrey), Robertson (D. Robertson) i brojni drugi. Ovi ekonomisti su godinama raspravljali o uzrocima privrednih ciklusa, odnosno nastojali da odgovore na pitanje zašto zaposlenost i proizvodnja naglo menjaju smer i zašto su tržišne privrede tako nepredvidive. Shodno tome, prisutne su i brojne definicije privrednih ciklusa.

Međutim, Vesli Mičel (W. Mitchell) je veliki deo svog života posvetio merenju i analiziranju, odnosno ispitivanju statističke regularnosti

¹ NBER – National Bureau of Economic Research (Nacionalni komitet za ekonomska istraživanja)

Značaj privrednih ciklusa u savremenim tržišnim privredama

uočenih ciklusa. Na osnovu sprovedenih istraživanja utvrdio je da: [3, str. 290]

- ciklusi se definišu kao fluktuacije agregatne ekonomske aktivnosti, a ne kao fluktuacije pojedinih ekonomskih varijabli, tako da uz realni BDP važno je uključiti i druge indikatore, kao što su varijable finansijskog tržišta i zaposlenost;
- rast agregatne ekonomske aktivnosti odnosno ekspanzija biće zamenjen padom agregatne ekonomske aktivnosti tj. kontrakcijom;
- ciklusi se ne pojavljuju u samo nekoliko sektora ili u samo nekoliko ekonomskih varijabli, već se ekspanzije ili kontrakcije javljaju u skoro isto vreme u mnogim ekonomskim aktivnostima. Iako su neke grane osetljivije na privredne cikluse od drugih u većini autput i zaposlenost se smanjuju u recesijama, a rastu u ekspanzijama. Mnoge druge ekonomske varijable, kao što su cene, produktivnost, investicije i vladine nabavke takođe imaju regularne i predvidljive tendencije tokom privrednog ciklusa, tako da su poznate kao pozitivne korelacije (comovement);
- ciklusi nisu periodični, što znači da se ne javljaju u redovnim ili predvidljivim intervalima, kao i da ne traju fiksno ili unapred utvrđeno vreme. Iako nisu periodični, oni su ponovljivi tako da se standardna šema kontrakcija – dno – ekspanzija – vrh iznova javlja u industrijskim privredama;
- trajanje privrednih ciklusa može da varira od nekoliko godina do više od jedne decenije, a predvideti njihovo trajanje je jako teško. Zato, ekonomisti uvek vode računa o tačkama prekretnicama (ili obrtnim tačkama) koje ukazuju na promenu smeru agregatne ekonomske aktivnosti.

Slična je i Samjuelsonova definicija koja ukazuje da su privredni ciklusi fluktuacije u ukupnoj nacionalnoj proizvodnji, dohotku i zaposlenosti koje traju od dve do deset godina, a obeležava ih široka ekspanzija ili kriza u većini ekonomskih sektora. [4, str. 468]

Varijabla koja se najčešće koristi za praćenje kratkoročnih promena u ekonomiji i koja predstavlja najobuhvatniju meru proizvodnje neke privrede je bruto društveni proizvod (BDP). To je mera svih finalnih dobara i usluga proizvedenih u nekoj zemlji za godinu dana. Razlikujemo nominalni i realni BDP, pri čemu je nominalni izražen u tekućim tržišnim cenama i menja se kako pod uticajem cena tako i pod uticajem fizičkog obima proizvodnje. Zato, realni BDP se izračunava u stalnim cenama i menja se isključivo pod uticajem fizičkog obima proizvodnje. Tako da iskazivanje rezultata proizvodnje preko nominalnog društvenog proizvoda nije pogodno

za ekonomske analize, jer se društveni proizvod može povećati uvećanjem proizvodnje ali i sa povećanjem cena robe koje su proizvedene. Zbog toga, ekonomisti koriste realne veličine da bi eliminisali uticaj promena cena.

Dugoročni trend realnog BDP naziva se potencijalni BDP koji pokazuje maksimalnu količinu dobara koju privreda može proizvesti pri stabilnim cenama. Određen je proizvodnim kapacitetima privrede, raspoloživim inputima i tehnološkom efikasnošću. Usled postojanja privrednih ciklusa potencijalni BDP se razlikuje od nominalnog i realnog. Prema tome, tokom pada privredne aktivnosti realni BDP nalazi se ispod potencijalnog i nezaposlenost raste, pa za stopu nezaposlenosti obično kažemo da je odraz privrednog ciklusa jer sa padom proizvodnje pada i tražnja za radnom snagom, a stopa nezaposlenosti raste. Takođe, realni ili stvarni BDP u određenim vremenskim trenucima može biti veći od potencijalnog BDP-a, tako da *prema konvencionalnom modelu ciklusi predstavljaju fluktuacije stvarnog oko potencijalnog društvenog proizvoda*. Drugim rečima, privredni ciklus prikazuje fluktuacije ekonomske aktivnosti oko njenog dugoročnog trenda rasta. Prescott (Prescott) ističe da su fluktuacije po definiciji nepravilnosti od neke putanje koja polako varira. Pošto putanja vremenom varira i povećava se uobičajan naziv jeste *trend*. [5, str.367]

Postoji razlika između privrednih ciklusa i trenda pri čemu su dinamika proizvodnje i zaposlenosti predstavljene rastućim trendom za razliku od privrednih ciklusa koji predstavljaju oscilacije oko trenda. Naime, faktori koji utiču na privredne cikluse ne utiču na trend, jer ciklusi zapravo predstavljaju privremeno i povremeno odstupanje od trenda. Opšte prihvaćeni stav jeste da su *ciklusi kratkoročna odstupanja ekonomskih varijabli od dugoročnog trenda pri čemu se oni javljaju isključivo kao privremeni događaj, koji izaziva kratkoročne probleme, ali ne i značajnije dugoročne efekte na privredna kretanja*.

S obzirom da još od svog pojavljivanja pa sve do danas privlače veliku pažnju prisutne su brojne definicije ciklusa, u kojima se često ekonomske fluktuacije poistovećuju sa privrednim ciklusom. Shodno tome, Mankju smatra da privredni ciklusi predstavljaju široke ekonomske fluktuacije u autputu, dohocima i zaposlenosti [6, str. 536]. Pojedini autori smatraju da su ciklusi periodična, ali neregularna kretanja "na gore i na dole" u ekonomskoj aktivnosti, merena fluktuacijama realnog BDP i pomoću drugih makroekonomskih varijabli. Beg (Begg) ih prikazuje kao fluktuacije ukupne proizvodnje praćene sa fluktuacijama u nivou nezaposlenosti i stopi inflacije [7, str. 49]. Ipak, najveći broj ekonomista cikluse definiše kao kratkoročne fluktuacije ekonomskih aktivnosti oko dugoročnog trenda rasta

Značaj privrednih ciklusa u savremenim tržišnim privredama

privrede [8, str. 354]. Međutim, najnovija shvatanja vezana za teoretičare realnog privrednog ciklusa ukazuju da ciklusi ne mogu da se posmatraju kao privremeni događaj bez uočljivih dugotrajnih posledica *već dolazi do cikličnog ponašanja samog trenda, odnosno potencijalnog društvenog proizvoda*. Drugim rečima, privredni ciklusi ne postoje kao fluktuacije u agregatnoj tražnji ili kao fluktuacije stvarnog društvenog proizvoda oko potencijalnog, već kao kratkoročna fluktuacija samog potencijalnog društvenog proizvoda. [9, str. 9]

S obzirom da se ekonomske fluktuacije pojavljuju u svim zemljama i tokom cele istorije, bilo bi jako dobro da postoji opšta teorija ekonomskih ciklusa, što je praktično nemoguće. Razlog se ogleda u tome što se ekonomske oscilacije razlikuju po regularnosti, dužini i uzrocima nastanka tako da je, u okviru jedinstvene teorije privrednih ciklusa, nemoguće dati potpuno objašnjenje. Takođe, smatra se da analiza privrednih ciklusa zavisi od osnovnih pretpostavki pojedinih teorija. Zato je teorija ekonomskih fluktuacija odnosno privrednih ciklusa danas jako kontroverzna teorija.

2. Faze privrednih ciklusa

Predviđanje budućeg privrednog kretanja zasniva se na analizi i praćenju velikog broja ekonomskih podataka. S obzirom da su ekonomske fluktuacije izrazito nepravilne, nemoguće ih je predvideti sa velikom preciznošću. Zato, ekonomisti nastoje da detaljno ispituju privredne fenomene ne bi li otkrili neki signal budućih makroekonomskih kretanja. U tom slučaju jako je značajno prepoznavanje faza privrednog ciklusa, odnosno kada će ciklus dostići veoma značajne tačke prekretnice (ili obrtne tačke). One pokazuju kada ciklus dostiže vrh ili dno, s obzirom da cikluse karakteriše neregularnost, njihovo određivanje je jako težak posao koji sprovodi nezavisna istraživačka institucija za određivanje zvaničnih vrhova i dna privrednih ciklusa (NBER). Naime, dno ciklusa označava kraj kontrakcije i prelazak na ekspanziju, a kraj ekspanzije i početak kontrakcije predstavlja njegov vrh ili drugim rečima to su najniži i najviši nivoi privrednih ciklusa. Kako ključni ekonomski indikatori često menjaju smer u različito vreme, određivanje vrhova i dna uključuje izvestan stepen subjektivne procene.

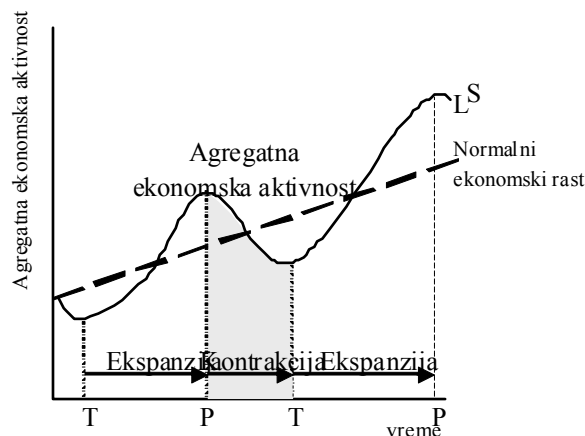
Jedan od ciljeva istraživanja privrednih ciklusa jeste da identifikuje kada će se vrh ili dno pojaviti. S obzirom da se agregatna ekonomska aktivnost ne meri direktno pomoću jedne varijable, nema jednostavne formule koja ekonomistima ukazuje kada su dostignute ove tačke. U praksi, grupa ekonomista određuje datum postizanja obrtnih tačaka, a komitet se sastaje samo kada njegovi članovi smatraju da je došlo do preokreta

privredne aktivnosti. Ekonomisti ispituju čitav niz podataka, a komitet određuje mesec kada se to desilo. Međutim, zvanične objave obično dolaze nakon što se vrh ili dno pojave, tako da su njihove procene pre korisnije za istorijske analize privrednih ciklusa nego za kreiranje ekonomske politike.

Privredni ciklus se sastoji iz četiri faze, pri čemu se dve odnose na period ekspanzije, a dve na period kontrakcije ili recesije. Ukoliko krenemo od najniže tačke privrednog ciklusa prvo sledi period brzog rasta koji se naziva oporavak. Sledeća faza ekspanzije je prosperitet, da bi zatim usledilo privremeno opadanje tj. faza krize koja prelazi u kontrakciju, a naziva se depresija. Prema tome, dve ključne faze privrednog ciklusa jesu ekspanzija i kontrakcija.²

Kako bi utvrdili o kojoj fazi ciklusa je reč koristimo kretanje BDP-a, ali do kretanja ostalih makroekonomskih varijabli dolazimo uz pomoć stepena korelacije odnosno stepena sinhronizacije promena ovih varijabli sa promenom BDP-a [10, str. 335]. Naime, BDP dostiže tačke prekretnice isto kada ih dostiže i ciklus tako što se kreće polako na više tokom ekonomske ekspanzije i polako na niže tokom ekonomske kontrakcije, pa niti vodi, niti kasni za obrtnim tačkama ciklusa.

Slika 2.1 prikazuje ekspanzije i kontrakcije privrednog ciklusa, gde isprekidana linija predstavlja prosečnu ili normalnu putanju rasta agregatne ekonomske aktivnosti, dok puna linija prikazuje uspone i padove stvarne privredne aktivnosti.



Slika 2.1. Faze privrednog ciklusa

² Prema konvencionalnoj definiciji koju koriste mediji, recesija se javlja kada postoje dva uzastopna kvartala negativnog rasta BDP. Međutim, to nije prihvaćeno od strane ekonomista zato što realni BDP predstavlja samo jedan od mnogih indikatora ekonomske aktivnosti.

Značaj privrednih ciklusa u savremenim tržišnim privredama

Dakle, vremenski period kada agregatna ekonomska aktivnost privrede opada je kontrakcija ili recesija, a ukoliko je oštra postaje depresija [3, str. 291]. Nakon što ciklus dostigne donju tačku kontrakcije, odnosno dno (T), ekonomska aktivnost počinje da raste, a vremenski period tokom kog agregatna ekonomska aktivnost raste jeste ekspanzija ili bum. Tako da posle dostizanja gornje tačke ekspanzije ili vrha (P) agregatna ekonomska aktivnost počinje da opada. Pri tome, čitav sled opadanja praćen oporavkom, meren od vrha do vrha, ili od dna do dna, predstavlja privredni ciklus. Ekspanziju prepoznajemo po povećanju realnog BDP-a, proizvodnje, zaposlenosti i agregatne tražnje uz istovremeno smanjenje nezaposlenosti i neprodatih gotovih proizvoda. Drugim rečima, ekspanzija je period povećanja ekonomske aktivnosti koja dovodi privredu na nivo trenda, ili čak, i iznad nivoa dugoročnog trenda. S obzirom da dugoročni trend predstavlja punu zaposlenost, privreda će je dostići kada se stvarni i potencijalni BDP izjednače. Međutim, ukoliko bi stvarni BDP postao veći od potencijalnog nastaju inflatorni problemi.

Veliki broj ekonomista smatra da su recesije privremeni periodi u kojima je privreda ispod svog potencijalnog nivoa. Zato, teorija privrednih ciklusa treba da objasni šta uzrokuje smanjenje i ponovni rast autputa. Naravno, ne dolazi samo do smanjenja autputa već se očekuje i smanjenje zaposlenosti, dohotka, trgovine sa implikacijama na celu privredu. Tokom recesije poslovni ljudi troše manje nego uobičajno i prodaja se smanjuje što utiče na preduzeća da otpuštaju radnike, kupuju manje robe i odlažu svoje planove za period ekonomske ekspanzije. Dobavljači takođe, kako bi sebe zaštitili otpuštaju radnike i redukuju svoja trošenja. Radnici manje zarađuju pa samim tim manje i troše, usled čega poslovna dobit i profiti još više opadaju. Privreda se spušta sve do najniže tačke ili depresije gde realni BDP zaustavlja svoj pad i počinje širenje. Koliko će ciklus ostati u ovoj tački varira od nekoliko sedmica do mnogo meseci. Tokom depresije iz 30-tih godina najniža tačka je trajala godinama.³ Tako recesija koja započinje kao privremeni događaj može postati permanetna sa značajnim dugoročnim imlikacijama.

Kada uslovi poslovanja postanu bolji, firme će zaposliti radnike i povećaće narudžbine od dobavljača. Kao rezultat toga, doći će do povećanja proizvodnje drugih firmi, kao i povećanja broja zaposlenih. Veća

³ Jedan od vodećih analitičara privrednih ciklusa, Okun izjavio je da za razliku od uragana, recesiju možemo sprečiti kao i avionske nesreće. Međutim, avionske nesreće nisu u potpunosti nestale i nije sasvim sigurno posedujemo li mogućnost ili mudrost da u potpunosti uklonimo recesije. Faktori koji prouzrokuju recesije još uvek su u vazduhu i samo čekaju svoju priliku. Videti: Okun, A.M., *The Political Economy of Prosperity*, New York, 1970, str. 33.

zaposlenost dovodi do veće potrošnje potrošača, a ekonomisti ovaj uspon privrednog ciklusa opisuju kao period ekspanzije i oporavka. Tačka u kojoj stvarni BDP zaustavlja povećanje i počinje svoje smanjenje predstavlja vrh ciklusa u kome poslovna ekspanzija završava svoj uspon ili gde zaposlenost, potrošnja i proizvodnja dostižu svoje najviše nivoe.

Takođe, do ekonomske ekspanzije može doći usled znatno povećane privatne ili javne potrošnje. Na primer, ukoliko vlada troši puno novca u ratovanju, a ne povećava poreze, povećana tražnja će prouzrokovati ne samo povećanje outputa ratnog materijala, već i povećanje neto plata radnika u državnim fabrikama. Doći će do povećanja outputa svih dobara i usluga koje ovi radnici žele da kupe, tako da talas optimizma uzrokuje da potrošači troše više nego uobičajno i da firme grade nove fabrike što privredu dovodi u ekspanziju. Recesije ili depresije mogu biti prouzrokovane istim ovim faktorima, ali u suprotnom pravcu, pri čemu značajno smanjenje vladinog trošenja ili talas pesimizma među potrošačima i firmama može prouzrokovati smanjenje outputa.

Još jedan od uzroka recesija ili ekspanzija može biti monetarna politika kojom se određuje veličina i stopa rasta novčane mase, kao i nivo kamatnih stopa u privredi. Možemo reći da kamatne stope predstavljaju ključnu determinantu na osnovu koje firme i potrošači odlučuju koliko da potroše. Firma koja je suočena sa visokim kamatnim stopama može da odloži gradnju nove fabrike jer su troškovi zaduženja veliki ili potrošači će želeti da kupe kuću ili stan ukoliko su kamatne stope niske.⁴ Na taj način, povećanjem ili smanjenjem kamatnih stopa centralna banka može uticati na recesije ili ekspanzije. Smatra se da je monetarna politika imala ključnu ulogu u prouzrokovanju privrednih ciklusa u SAD, pri čemu se oštre recesije u ranim 70-tim, kao i 80-tim godinama prošlog veka pripisuju povećanju kamatnih stopa. Takođe, ekspanzije sredinom 60-tih i 80-tih godina povezane su sa opadanjem kamatnih stopa.

Bez obzira na trajanje i jačinu privrednih ciklusa, svaki mora proći kroz faze ekonomske ekspanzije i kontrakcije, jer se u suprotnom ekonomske fluktuacije ne bi mogle opisati kao ciklusi. Rezultat toga jeste zaključak da svi ciklusi prate konzistentnu šemu ekspanzije, a onda kontrakcije ali i da je njihovo trajanje različito.

⁴ <http://www.econlib.org/library/enc/businesscycles.html>

3. Trajanje i jačina privrednih ciklusa

Sve tržišne privrede su izložene značajnim fluktuacijama agregatne ekonomske aktivnosti koje čine privredne cikluse ponovljivim, ali ne i periodičnim, jer se ne pojavljuju u regularnim ili predvidljivim intervalima. Međutim, ove fluktuacije zahtevaju određeno vreme koje je takođe različito od jednog do drugog privrednog ciklusa i koje se ne može predvideti. Tako da neregularna i neperiodična priroda privrednih ciklusa ukazuje da privreda može biti u fazi ekspanzije nekoliko godina ili čak i deceniju, pre nego što počne faza kontrakcije. Treba napomenuti da ne postoje dva ista ciklusa koja su jednakog intenziteta, vremena trajanja i istog uzroka.

Upravo zbog svoje nepredvidivosti ciklične fluktuacije su dugo vremena fascinirale svoje istraživače. Još odavno, Šumpeter (J. Schumpeter) je izvršio klasifikaciju ciklusa prema njihovom trajanju na: sezonske cikluse (obično traju godinu dana i poklapaju se sa smenom godišnjih doba); Kičinov ciklus (traje tri godine), Žiglarov ciklus (traje od devet do deset godina); Kuznjecov ciklus (između petnaest i dvadeset godina), kao i najduži među njima Kondratjev ciklus (od 48 do 60 godina). Ali, kako kretanja autputa nisu regularna, makroekonomija se udaljila od pokušaja da interpretira fluktuacije kao kombinacije determinističkih ciklusa različitih dužina. Dotadašnji naponi da se prepozna o kom od nabrojanih ciklusa je reč napušteni su kao neproductivni [11, str. 147].

Statistički podaci o zvaničnim privrednim ciklusima za privredu SAD prikazani su u tabeli 1.1. Prva kolona tabele predstavlja mesec i godinu dna privrednih ciklusa odnosno kraj kontrakcije, dok druga kolona prikazuje mesec i godinu dostizanja zvaničnog vrha privrednog ciklusa, tj. kraj ekspanzije. Sledeće dve kolone su dužina ekspanzije i kontrakcije u mesecima, dok poslednje dve prikazuju ukupno trajanje privrednih ciklusa, mereno od dna do dna ili od vrha do vrha. Nedavna ekspanzija koja je trajala deset godina otpočela je u martu 1991. godine, pri čemu je označila završetak osmomesecne kontrakcije koja je počela u julu 1990. Pre toga, bila je 16-mesečna kontrakcija od jula 1981. do novembra 1982. godine, praćena se 92-mesečnom ekspanzijom.

Tabela 1.1 Trajanje privrednih ciklusa u SAD u periodu 1919.-2001.⁵

Dno	Vrh	Kontrakcija		Trajanje ciklusa	
		(od poslednjeg vrha)	Ekspanzija (od dna)	(od dna do dna i od vrha do vrha)	
maj.19	jan.20	7	10	51	17
jul.24	maj.23	18	22	28	40
jul.24	okt.26	14	27	36	41
nov.27	avg.29	13	21	40	34
mar.33	maj.37	43	50	64	93
jun.38	feb.45	13	80	63	93
okt.45	nov.48	8	37	88	45
okt.49	jul.53	11	45	48	56
maj.54	avg.57	10	39	55	49
apr.58	apr.60	8	24	47	32
feb.61	dec.69	10	106	34	116
nov.70	nov.73	11	36	117	47
mar.75	jan.80	16	58	52	74
jul.80	jul.81	6	12	64	18
nov.82	jul.90	16	92	28	108
mar.91	mar.01	8	120	100	128
nov.01		8		128	
Ukupno:		13	49	61	62

Na osnovu ovih podataka uočljivo je da kontrakcija može da traje između 6-43 meseci, dok se ekspanzije kreću od 10-120 meseci. Ne možemo predvideti tačno trajanje ekspanzije ili kontrakcije, ali se smatra da ekspanzije obično traju 3-4 godine, a mogu trajati i godinu dana ili čak i jednu deceniju (najduža zabeležena ekspanzija u SAD je trajala punih 120 meseci). Za kontrakcije se smatra da traju 6 ili 18 meseci, pri čemu je najduža zabeležena tokom Velike depresije i trajala je četiri godine. Njihove različite dužine čine cikluse neregularnim i neperiodičnim, pri čemu su neki ciklusi dugi, a neki kratki, tako da kontrakcija može da nastupi nakon 10-mesečne ili nakon 10-godišnje ekspanzije. Ukoliko se ciklus meri od dna do dna, prosečan privredni ciklus u periodu posle Drugog svetskog rata trajao je oko 60 meseci. Istorijski podaci ukazuju da se prosečna dužina privrednog ciklusa povećava uglavnom zbog dužih ekspanzionih faza. Prema Burdi, prosečno trajanje ciklusa je oko 30 kvartala odnosno 7,5 godina uz velika odstupanja u pogledu minimalne i maksimalne dužine ciklusa. Ipak, prevladava stav da u razvijenim zemljama ciklusi traju između pet i osam godina, pri čemu se ponavljaju tako što su po dve, tri godine iznad i dve, tri

⁵ <http://www.nber.org/cycles.html>

Značaj privrednih ciklusa u savremenim tržišnim privredama

godine ispod nivoa trenda. Beg ističe da potrebno vreme da se sa dna jednog ciklusa stigne do dna drugog ciklusa otprilike oko pet godina. [7, str. 550]

Nacionalni biro za ekonomska istraživanja, ugledna neprofitna organizacija koja prati makroekonomska kretanja u SAD, saopštila je da je američka privreda još od decembra 2007. godine u recesiji. Zato što vode evidenciju privrednih ciklusa, to omogućuje određena poređenja. Naime, posmatrajući posleratni period, uočljivo je da su poslednje dve recesije u SAD, iz 1990. i iz 2001. godine, trajale po osam meseci. Za razliku od njih, recesije iz 1973. i 1981, koje su ujedno bile i globalne (naftni šokovi) trajalesu po 160 meseci. Pošto je očigledno da sadašnja recesija ima globalni karakter, po istorijskoj analogiji moglo bi se pretpostaviti da će i ona trajati približno isto kao i prethodne globalne recesije. Ukoliko pretpostavimo da će se efekti američkog oporavka videti u Evropi i u Aziji tri do šest meseci kasnije i da će proći još neko vreme dok se to u Srbiji ne oseti, dolazimo do zaključka da je pred nama jedna teška godina.

Pored određivanja faza privrednog ciklusa i veoma značajnih tačaka prekretnica koje ukazuju na različito trajanje ekonomskih ekspanzija i kontrakcija, treba sagledati i kretanje ostalih makroekonomskih varijabli jer su one veoma važne za objašnjenja koja pružaju teorije privrednih ciklusa.

4. Korelacija ekonomskih varijabli sa autputom tokom privrednog ciklusa

Adekvatna analiza cikličnog kretanja privrede mora da se zasniva na kretanju mnogih ključnih ekonomskih varijabli, a ne samo na kretanju društvenog proizvoda. Drugim rečima, ocena stanja privrede mora da se zasniva na analizi ponašanja širokog spektra ključnih ekonomskih varijabli. To je i uslov za dalji razvoj teorija o privrednom ciklusu, kao i za proveru uspešnosti postojećih.

Zato, uspešna teorija privrednih ciklusa treba da obuhvati dva veoma važna aspekta cikličnog ponašanja ključnih makroekonomskih varijabli. Prvi je smer u kome se varijabla kreće u odnosu na smer agregatne ekonomske aktivnosti. Naime, ona ekonomska varijabla koja se kreće u istom smeru kao i agregatna ekonomska aktivnost, odnosno ako raste u ekspanzijama i opada u kontrakcijama je *prociklična*. Varijabla koja se kreće suprotno agregatnoj ekonomskoj aktivnosti, odnosno na gore u kontrakcijama i na dole u ekspanzijama je *kontraciklična*, a one varijable koje ne pokazuju jasnu šemu tokom ciklusa su *aciklične*.

Drugi važan aspekt, predstavlja vremenski trenutak kada pojedine varijable dostižu krajnje tačke prekretnice (vrh i dno) u odnosu na tačke

preokreta tokom privrednog ciklusa. Ekonomska varijabla je *vodeća* ako teži da prethodi u odnosu na agregatnu ekonomsku aktivnost. Odnosno, vrhovi i dna vodeće varijable se javljaju pre odgovarajućih vrhova i dna privrednih ciklusa. Ove varijable su značajne jer mogu poslužiti u predviđanju budućeg smera privrednih aktivnosti. *Koincidentna* (ili podudarna) ekonomska varijabla je ona čiji vrhovi i dna se javljaju skoro u isto vreme sa odgovarajućim ciklusom. I na kraju, *zaostajuća* varijabla je ona čiji vrhovi i dna se javljaju kasnije od odgovarajućih vrhova i dna privrednog ciklusa. Vremenska usklađenost (odnosno smer i tajming) pojedinih značajnih makroekonomskih varijabli date su u tabeli 1.2.

Pregled započinjemo ponašanjem proizvodnje kao osnovnog indikatora privredne aktivnosti. Ciklična osetljivost proizvodnje u pojedinim sektorima privrede je veća nego u drugim, iako skoro svi tipovi proizvodnje rastu u periodima ekspanzije i opadaju u periodima recesije. Tako na primer, one grane koje proizvode relativno trajna ili dugoročna dobra (frižidere, automobile, mašine) ili kapitalna dobra jako reaguju na privredni ciklus, proizvodeći po visokim stopama tokom ekspanzija, odnosno po mnogo nižim stopama tokom recesija. Nasuprot njima, grane koje proizvode relativno netrajna ili kratkoročna dobra (hrana, papirni proizvodi) ili usluge manje su osetljive na privredni ciklus. Ipak se može zaključiti da je industrijska proizvodnja prociklična i koincidentna (podudarna) varijabla, odnosno da obrtne tačke u proizvodnji blisko korespondiraju sa obrtnim tačkama ciklusa.

Tabela 1.2. Ciklično ponašanje ključnih makroekonomskih varijabli

Varijable	<i>Smer</i>	<i>Vreme</i>
<i>Proizvodnja</i>		
Industrijska proizvodnja	Prociklična	Koincidentna
<i>Proizvodnja trajnih dobara je promenljivija od netrajnih dobara i usluga</i>		
Izdaci		
Potrošnja	Prociklična	Koincidentna
Poslovne fiksne investicije	Prociklična	Koincidentna
Stambene investicije	Prociklična	Vodeća
Investicije u zalihe	Prociklična	Vodeća
Vladine nabavke	Prociklična	-
<i>Investicije su promenljivije od potrošnje</i>		
Varijable tržišta rada		
Zaposlenost	Prociklična	Koincidentna
Nezaposlenost	Kontraciklična	Neklasifikovana
Prosečna produktivnost rada	Prociklična	Vodeća
Realna najamnina	Prociklična	-

Značaj privrednih ciklusa u savremenim tržišnim privredama

Novčani rast i inflacija		
Novčani rast	Prociklična	Vodeća
Inflacija	Prociklična	Zaostajuća
Finansijske varijable		
Cena akcija	Prociklična	Vodeća
Nominalne kamatne stope	Prociklična	Zaostajuća
Realne kamatne stope	Aciklična	-

Izvor: *Survey of Current Business*, 1993

Potrošnja predstavlja najznačajniju komponentu agregatne tražnje odnosno agregatnih prihoda, jer u razvijenim zemljama ona čini između jedne polovine i dve trećine ukupne agregatne tražnje. Potrošnja se deli na tri komponente: 1) potrošnja netrajnih potrošačkih dobara, 2) potrošnja trajnih potrošačkih dobara i 3) usluge. Prema tome, potrošnja trajnih potrošačkih dobara raste tokom ekonomskih ekspanzija i pod velikim je uticajem privrednih ciklusa.

Što se tiče vremena, potrošnja i investicije se poklapaju sa privrednim ciklusom, a jedina komponenta koja sledi sopstvena pravila jesu investicije u zalihe (obuhvataju sirovine, polugotove proizvode i gotove proizvode spremene za prodaju) koje su prociklične i vodeće.

Privredni ciklusi se jako osećaju na tržištu rada, tako što u recesiji zaposlenost opada, mnogi radnici dobijaju otkaze i sve je teže pronaći posao. Zaposlenost je jasno prociklična pošto više ljudi ima posao u bumovima, nego u recesijama i takođe je koincidentna sa ciklusom. Stopa nezaposlenosti je izrazito kontraciklična, mada se oštro povećava u kontrakcijama ekonomske aktivnosti, ali se i sporije smanjuje u ekspanzivnom periodu. Dve značajne varijable tržišta rada jesu prosečna produktivnost rada (dobijamo je kada ukupni realni output podelimo sa brojem sati za proizvodnju tog outputa) i realna najamnina koja se može utvrditi za privredu kao celinu (tako što se ukupna realna najamnina isplaćena svim radnicima u privredi podeli sa ukupnim brojem radnih sati). Prosečna produktivnost rada je prociklična i vodeća varijabla u odnosu na ciklično kretanje ukupne privrede. Međutim, prosečna realna najamnina utvrđena na ovaj način je blago prociklična, a analize pokazuju da ona ne može biti dobar indikator realne najamnine koju prima običan radnik. Zbog toga, ekonomisti su pokušali da izračunaju ciklično ponašanje najamnina pojedinih radnika. Ali, ovaj metod ima brojne nedostatke i velike troškove, pa se rezultati istraživanja kreću od toga da su aciklične do otkrića da su veoma prociklične. Uopšteno, većina dokaza kao i nedavno sprovedena istraživanja ukazuju da su realne najamnine blago prociklične [3, str. 308].

Takođe, mnoge analize ukazuju da je novčani rast procikličan i da prethodi ciklusu. Inflacija je prociklična uz izvesno zaostajanje i obično raste tokom ekonomske ekspanzije i dostiže vrh nešto nakon vrha privrednog ciklusa, zatim opada. Veoma značajnim i korisnim vodećim indikatorom smatraju se i finansijske varijable. Na primer, cene akcija su prociklične (rastu u dobrim ekonomskim vremenima) i vodeće (obično padaju pre recesije). S obzirom da su nominalne kamatne stope prociklične i zaostajuće imaju istu opštu cikličnu šemu kao inflacija, dok realna kamatna stopa nema očiglednu cikličnu šemu (bila je negativna tokom recesije 1973.-1975. godine, ali bila je i vrlo visoka tokom recesije 1981.-1982. godine). Acikličnost realne kamatne stope ne mora da znači da su njena kretanja nebitna tokom privrednog ciklusa. Možemo uočiti da pojedini privredni ciklusi imaju različite uzroke i da oni imaju različite efekte na realnu kamatnu stopu. Za zemlje EU i SAD važi pravilo da cene manje variraju od outputa. Takođe, potrošnja manje varira od outputa, a output manje varira od investicija, dok je razmena (izvoz i uvoz) najmanje stabilna komponenta BDP.

Zaključak

Na osnovu analize privrednih ciklusa uočljivo je da je svaka privreda je izložena varijacijama najvažnijih ekonomskih kategorija gde u određenim vremenskim trenucima output i zaposlenost opadaju dok stopa nezaposlenosti raste, da bi kasnije output i zaposlenost rasli dok se stopa nezaposlenosti smanjuje. Iako su ovakva kretanja karakteristična za sve tržišne privrede, ovom problematikom najviše su se bavili američki ekonomisti, zato što je njihova privreda doživela jake fluktuacije i ozbiljne potrese u periodima privrednih depresija, naročito u pogledu nezaposlenosti. Vodeći položaj ove zemlje u savremenom zapadnom svetu, povezanost i zavisnost ostalih privreda utiču da stanje i promene u privredi ove zemlje imaju značajne efekte na privrede ostalih zapadnih zemalja.

Literatura

1. Keynes, J.M., Opšta teorija zaposlenosti, kamate i novca, Kultura, Beograd, 1956.
2. Arnold, L.G., Business Cycle Theory, Oxford University Press Inc., 2002.
3. Abel, B.A., Bernanke, S.B., Macroeconomics, Addison-Wesley Publishing Company, Inc., 1995.
4. Samuelson, P.A., Nordhaus W.D., Ekonomija, Mate, Zagreb, 2007.

Značaj privrednih ciklusa u savremenim tržišnim privredama

5. Prescott, E. (1986) Theory Ahead of Business Cycle Measurement, u Snowdon, B., Vane, H.R., eds. A Macroeconomic Reader, Routledge, 1997.
6. Mankiw, N.G., Makroekonomija, Cekom, 2005.
7. Begg, D., Fischer, S., Dornbusch, R., Economics, The McGraw-Hill Companies, London, 1994.
8. Sharp, A. M., Register, C.A., Grimer, P.W., Economics of Social Issues, McGraw-Hill, 2006.
9. Stanković, K., Doprinosi dinamičkoj makroekonomiji F.E.Kydlan-a i E.C. Prescott-a, Ekonomski horizonti, 2004, br.6(1-2).
10. Burda, M., Viploš, Č., Makroekonomija, Centar za liberalno-demokratske studije, Beograd, 2004.
11. Romer, D., Advanced macroeconomics, The McGraw-Hill Companies, Inc, 1996.

THE IMPORTANCE OF ECONOMIC CYCLES IN THE MODERN MARKET ECONOMY

Abstract: All market economies are exposed to economic cycles that are mutually rotating more or less, so that one of the most important and always the current problem are economic fluctuations economy. Namely, economic cycles are subject to analysis of modern macroeconomic theory, because the actual economic trends point to the cyclical fluctuations of the economy with certain economic consequences. Also, the appearance of cyclical fluctuations in the economy are considered to be a key impediment to achieving the objectives of macroeconomic policy to ensure macroeconomic stability, and dynamic stability of the general price level, full employment, the balance in the balance of payments, balance the state budget as a positive consequence of the previously achieved goals growth standards of citizens.

Key words: business cycles, unemployment, inflation.

Marija Pavlović



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 169-175
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

NEMAČKI JEZIK EKONOMSKE STRUKE I ANGLICIZMI

Mr Bratislava Žarić*

Rezime: U nekoliko zadnjih decenija evidentan je veliki uticaj engleskog jezika na nemački jezik ekonomske struke. Uzroci se nalaze u globalizaciji i velikom političkom, kulturnom i naučnom napretku Sjedinjenih američkih država, što je na području jezika, posebno jezika ekonomske struke, dovelo do čestog korišćenja engleskih termina u skoro svim oblastima ekonomije. To je proizvelo i mnoge probleme vezane za poslovnu komunikaciju.

Ključne reči: nemački jezik, anglicizam, nemački jezik ekonomske struke.

Uvod

Svi jezici u toku razvoja su doživljavali uticaje drugih jezika (često iz susedstva) i oni sami, naravno, uticali na druge jezike. Tako, ni nemački jezik nije bio oslobođen spoljašnjih uticaja, već je u svojoj istoriji preuzimao određene reči iz drugih jezika, prvo iz grčkog, latinskog i francuskog, i najzad, iz engleskog jezika. Uticaj engleskog jezika je, ipak, bio najjači i najsnažniji, i još uvek postoji tendencija njegovog sve većeg širenja, te se često govori, mada sa preterivanjem, o ugroženosti „čistog“ nemačkog jezika. Korišćenje anglicizama u nemačkom jeziku je još uvek centralna tema. Neki govornici koriste anglicizme svesno i sa velikom naklonošću, drugi ih namerno izbegavaju. Sigurno je jedno, vrlo teško ih je izbeći, jer se nalaze u mnogim područjima života i nauke. U mas medijima se veoma koriste, a iz njih ulaze u svakodnevni govorni jezik. Postoje područja u kojima se često koriste, sreću se u ekonomiji, politici, tehnicu, u umetnosti i kulturi, u sportu. Do danas u nemačkom jeziku ne postoje odgovarajući termini za mnoge stručne pojmove u oblasti ekonomije (marketing, know -

* Ekonomski fakultet Niš
UDK 811.112.2; Pregledni rad
Primljeno: 28.04.2009.

how i sl.). Zato se veliki značaj pridaje istraživanju anglicizama u nemačkom jeziku. Pokušavaju se zameniti engleske reči nemačkim, ne samo ako su u pitanju imenice, pridevi ili glagoli, već i govorne partikule, što predstavlja jedan od vidova odbrane pred prekomernom upotrebom anglicizama koja se u pojedinim tematskim područjima doživljava veoma dramatično, na primer na berzi ili u oblasti ekologije. Često korišćenje anglicizama u govoru i pisanju vezano je za pripadnost određenim društvenim grupama, povezano sa shvatanjima o savremenosti i modi, sa obrazovanjem i poznavanjem stranih jezika. Mnoge reči, koje su označene kao „strane“, ukorenjene su tako jako u nemačkom jeziku da ne zvuče kao strane reči. Izgovor i pravopis tih reči često su prilagođeni Nemačima ili su tako dugo bile u upotrebi da se danas smatraju nemačkim rečima. Na drugoj strani se nalaze termini, došli iz engleskog jezika, koji mogu biti razumljivi samo ako se poseduju izvesna znanja (anglo - amerikanizmi).

Ovaj rad će se baviti upotrebom anglicizama u okviru nemačkog jezika ekonomske struke, koja je znatno povećana političkim i privrednim jačanjem Amerike posle 1945. godine, kada je engleski jezik prerastao u jezik međunarodne ekonomske komunikacije.

1. Anglicizmi u nemačkom jeziku – pojam i istorijski razvoj

Postoji više aspekata tumačenja pojma anglicizam, ali ćemo, zbog osnovnog problema kojim se ovaj rad bavi, pomenuti samo manji broj. Pojedini rečnici stranih reči [11], anglicizam smatraju engleskom rečju koja je ušla u neki drugi jezik i tu se odomaćila. Enciklopedijska tumačenja [12] ovog pojma označavaju uticaj engleskog jezika na druge jezike, pri čemu se ne ograničava tumačenje samo na reči, već ono obuhvata i glasovne promene i promene u sintaksi. Neki autori [4, str. 7] ne vide razliku između termina „pozajmljena reč“ i „anglicizam“, jer su granice između njih veoma male i kod pojedinih reči je teško oceniti da li je to pozajmljena reč iz engleskog jezika, koja se odomaćila u drugom jeziku, ili je to anglicizam. Međutim, pozajmljene reči se koriste da obeleže pojmove, delatnosti, osobine i predmete, ukoliko za njih u maternjem jeziku ne postoje reči kojima bi se oni obeležili. Izgovor i pisanje tih reči ostaju, obično, nepromenjeni. Anglicizam je širi pojam koji obuhvata jezički obrt, engleske skraćenice ili produkt jezika koji se izmenio pod uticajem engleskog jezika [5, str. 2 – 6]. Promene nastaju u morfološkom, sintaktičkom, ortografskom, semantičkom i glasovnom smislu. Anglicizmi ne dolaze samo iz britanskog engleskog, već i iz američkog, kanadskog, južno - afričkog, australijskog i novozelandskog dijalekta engleskog jezika. Nemački jezik je do Prvog svetskog rata bio pod uticajem britanskog engleskog jezika, a posle Drugog svetskog rata

dominaciju je preuzeo anglo – američki dijalekt. Koliko anglicizama se danas koristi u nemačkom jeziku, teško je oceniti, ali pojedini autori [1, str. 44], nakon istraživanja smatraju da je taj broj najbliži zbiru od hiljadu reči, mada u nemačkim rečnicima nisu popisani svi anglicizmi koji se koriste u govoru ili pisanju.

Anglicizmi u nemačkom jeziku su se javili, doduše, u vrlo oskudnom broju, još u ranijim epohama jezičkog razvoja. U Srednjem veku uticaj engleskog jezika je zanemarljiv, ako izuzmemo nekoliko termina koji su putem bogoslužjenja ili zahvaljujući prekookeanskoj trgovini dospeli do Nemačke (Flotte, Harpune, Kapitaen). U to doba je uticaj latinskog bio veoma snažan i preneo se na humanizam. U 16. veku zabeleženo je [10, str. 938] više termina koji su prešli iz engleskog u nemački jezik (dogge, gentleman, milord, lord). Barok je promovisao veliku naklonost prema francuskom jeziku, tako da je engleski uticaj u ovom periodu bio potpuno zapostavljen, da bi se u 18. veku pojavili prvi prevodi engleskih knjiga u Hamburgu. Tada se odomaćuju mnogi termini [9, str. 85] koji su od značaja za ekonomiju (Import, Exportieren, Banknote).

U 19. veku Severna Amerika je imala jak politički i privredni značaj. Pored britanskog engleskog počinje i američki engleski da vrši uticaj na druge jezike. U nemačkoj se osnivaju prva društva nemačkih purista. 1885. godine osnovano je “Opšte nemčko jezičko društvo” (ADSV) koje je sebi postavilo za cilj da nemački jezik očisti od anglicizama. Naročito na području trgovine je anglizacija bila veoma velika (Schutzmarke – trade – mark, Treuhandverein – trust). Uprkos velikim nastojanjima jezičkim puristima nije pošlo za rukom da spreče uticaj engleskog jezika u oblasti ekonomije. On se, naprotiv, pojačao u 20. veku i postao još intenzivniji posle Drugog svetskog rata.

U 20. veku razvoj anglicizama u nemačkom jeziku se može podeliti na tri perioda: vreme do Prvog svetskog rata, vreme između dva rata i period posle 1945. godine. Posebno bi trebalo istaći uticaj američkog engleskog na nemački jezik, koji je bio uslovljen političkim razvojem Sjedinjenih američkih država, privrednim, tehničkim i naučnim napretkom. Tada su se u nemačkom jeziku pojavile reči koje danas predstavljaju internacionalizme (business, manager, clearing i dr.).

2. Korišćenje anglicizama u nemačkom jeziku ekonomske struke

Skлонost ka preteranoj upotrebi anglicizama je posebno uočljiva u nemačkom jeziku ekonomske struke. Nemački jezik se sve manje javlja u poslovnoj komunikaciji u svom čistom obliku. Nazivi radnih mesta,

odeljenja u preduzećima, proizvoda, reklamnih poruka, zatim kompjuterske komunikacije, poslovne komunikacije na radnom mestu – svi oni su pod pritiskom engleskih termina. Najčešće za te anglicizme postoje adekvatni termini na nemačkom jeziku, ali se više i ne razmišlja o njihovoj upotrebi u poslovnoj komunikaciji.

Jozef Šnevajs [6, str.66] razlikuje četiri grupe anglicizama koji se u različitim oblicima pojavljuju u nemačkom jeziku ekonomske struke:

- engleske reči koje imaju adekvatne prevode na nemačkom jeziku (boom – Hochkonjunktur, job – Arbeitsplatz);
- engleske reči koje imaju adekvatnu zamenu u nemačkom jeziku, ali se ta zamena retko koristi u komunikaciji (menagment – Unternehmensleitung, performance – Wertzuwachs);
- engleske reči za koje ne postoje adekvatni termini i koje su preuzete u originalu (mobbing, internet, laptop) i
- engleske reči koje su se zbog česte upotrebe u medijima odomaćile u nemačkom jeziku, mada za njih postoje adekvatne zamene, ali su one istisnute iz upotrebe (merger – Fusion, venture capital – Risikokapital).

Nasuprot gore prikazanom mišljenju o vrsti anglicizama u nemačkom jeziku ekonomske struke, drugi autori, pre svega M. Deleman [2, str. 2], govoreći o anglizaciji nemačkog jezika, razlikuje dva tipa anglizacije: spoljašnji i unutrašnji. Spoljašnja anglizacija se ogleda u upotrebi pravilnih i čistih oblika engleskih reči ili u dodavanju nemačkih delova reči engleskim rečima. Unutrašnja anglizacija se pojavljuje u doslovnim prevodima angloameričkih izraza, koji na nemačkom jeziku zvuče često komplikovano i komično i mogu da promene značenje termina.

Anglicizmi se u nemačkom jeziku ekonomske struke pojavljuju u različitim područjima: u jeziku teorije (udžbenici, monografije, predavanja, naučna saopštenja), u jeziku stručne komunikacije (ugovori, protokoli, poslovna korespondencija, novinski članci, reklame, poslovna informatika, bankarstvo, berzansko poslovanje) i jeziku svakodnevnne stručne komunikacije (preduzeća, trgovina, predstavništva, profesori i studenti ekonomije, političari).

Uzroci sve veće i češće upotrebe anglicizama u okviru nemačkog jezika ekonomske struke se pronalaze u jačanju ekonomskih odnosa između Severne Amerike i Nemačke, preko kojih su u nemački jezik dospeli američki ekonomski termini. Proces globalizacije, u smislu kompijeterizovane privredne komunikacije, istakao je engleski jezik, kao prvi svetski jezik. Interesovanje za učenje engleskog jezika je veliko, ali ono

ne uključuje zapostavljanje nemačkog kao maternjeg jezika. Svetsko tržište i novi proizvodi koji se na njemu pojavljuju su, takkođe, dobra osnova da se promovišu engleski termini. Najzad, „mit o Americi“, kao „obećanoj zemlji“, zemlji glamura, optimizma i blagostanja, uticao je i još uvek utiče na sve veću pojavu novih termina u nemačkom jeziku ekonomske struke.

Veliki privredni giganti u Nemačkoj (Deutsche Telekom, Post, Deutsche Bahn, Europaeische Zentralbank) se izražavaju „globalno“. Oni deluju, verovatno, protiv svoje volje, često komično [2, str. 3], jer većina njihovih klijenata ne razume plimu anglicizama koji se pojavljuju u njihovim reklamama (lucky Paecks, highspeed zu low cost).

Kako bi se zaštitili od suvišnih anglicizama u marketinškim sloganima, koji su često nerazumljivi širokim masama konsumentenata, u lancu parfimerija Douglas su došli na ideju da koriguju bar neke od postojećih reklama [8]. Tako su poznati slogan „Douglas – Come in and find out“ promenili u „Douglas macht das Leben schoener“. Na drugim mestima su zadržali anglicizme, ali su to bili slogani za časopise koji su namenjeni mlađim populacijama. Može se, dakle, zaključiti da je upotreba engleskih termina razumljivija mlađim generacijama, kod kojih ne postoji opasnost od pogrešnog tumačenja. Mladi, takode, jače reaguju na engleske slogane, nego na slogane napisane na nemačkom jeziku.

U časopisima ekonomske struke situacija je jezički zaista zabrinjavajuća, posebno ako se radi o tekstovima vezanim za informatiku. Tekst „Die Behoerde im Computer“ [7] samo u podnaslovu ima pet anglicizama (computer, bit, byt, e-Government, pictures of the future), dok se u čitavom tekstu koji nije veći od jedne stranice može izbrojati čak 30 anglicizama. Bez dobrog poznavanja engleskog jezika, osoba kojoj je nemački jezik maternji ne bi bila u stanju da pravilno razume ovaj tekst.

Pojava anglicizama u nemačkom jeziku ekonomske struke je prisutna odavno već i u svakodnevnoj poslovnoj komunikaciji. Pojmovi kao onlinebanking, timwork, marketing, workshop su odomaćeni u mnogim firmama. Radnici u fabrikama i preduzećima odpozdravljaju na engleskom jeziku, što je trenutno u velikoj modi. Menadžeri vole floskule, pozajmljene reči i anglicizme i teško razumljive stručne reči [3, str. 1]. To otuđuje sagovornike i komplikuje stručnu komunikaciju. Jezičke nejasnoće mogu često da dovedu do grešaka, špekulacija i pogrešnog razumevanja, što bi moglo skupo koštati preduzeće. Apstraktni pojmovi često dovode do sudskih sporova zbog pogrešnog tumačenja termina, a tako i do nesigurnosti i propadanja radnog morala. Mnoga preduzeća, da bi se zaštitila od pomenutih pojava, uvela su jezička pravila, a sa ciljem izbegavanja nejasnoća i grešaka u radu, što je takode pogrešno. Tehnički napredak na angloameričkim

prostorima uslovljava veoma brz razvoj novih termina u jeziku, koji nemački jezik ne može da sledi takvom brzinom. Mnogi autori pripisuju veliko korišćenje engleskih termina u komunikaciji nedostatku ugleda i renomea, koje takve osobe žele da pribave za sebe, koristeći komplikovane i nejasne stručne termine. U Saksoniji je na ekonomskim fakultetima uobičajen jezički trening među studentima na posebnim kursevima, koji imaju zadatak da studente podstaknu da govore razumljivim jezikom.

Jezik je socijalni kod i neprestano se razvija. Ljudi načine svoje komunikacije izgrađuju, kako u privatnom, tako i u poslovnom životu, putem simbola, ponašanja ili karakterističnog izražavanja. Za svakog radnika je od velike važnosti da postane deo svog poslovnog ambijenta, nikako strano lice u kolektivu. On to može samo ukoliko prihvati vokabular svojih pretpostavljenih i svojih kolega i tako se uklopi u poslovni tim. Preduzimanje odgovarajućih mera za održanjem nemačkog jezika ekonomske struke ne bi pomoglo proterivanju anglicizama iz njega, jer se jezik ne može diktirati. Međutim, jezik ne ostaje na istom stupnju razvoja. Takav slučaj je i sa jezikom ekonomske struke, koji prati moderne razvojne tokove ekonomske nauke. Zbog toga ne postoji opasnost da nemački jezik ekonomske struke, koji je u ovom vremenu veoma otvoren za uticaje iz engleskog jezika, potpuno nestane iz sfere poslovne komunikacije. Ostaje da se vidi koliko dugo će trajati nadiranje anglicizama. Za sada se sve uklapa u sadašnji istorijski razvoj.

Zaključak

Velika upotreba anglicizama u nemačkom jeziku ekonomske struke je tema koja već više decenija privlači pažnju nemačke javnosti.. Vrlo su česta zapažanja o propadanju nemačkog jezika usled anglicizacije i o njegovom sve većem povlačenju iz oblasti poslovne komunikacije. Nemci poseduju dugu tradiciju jezičkog purizma, koja doseže barem do 17. veka. Savremenu osnovu jezičkog purizma predstavlja Društvo za očuvanje nemačkog jezika (VdS), osnovano 1997. u Dortmundu. Ono ima za zadatak da pokrene javnost protiv prekomerne upotrebe anglicizama i to čini putem javnih lingvističkih diskusija i izdavanjem niza publikacija u kojima se kritikuje anglicizacija nemačkog jezika ekonomske struke. Međutim, takva namerna skretanja jezičkih prirodnih tokova ne mogu doprineti manjem korišćenju anglicizama u okviru nemačkog jezika ekonomske struke.

Literatura

1. Carstensen, B., Wieder: Die Englaenderei in der deutschen Sprache, Goettingen , 1984.
2. Doehlemann, M., Denglich, Engleutsch, Germeng oder what ?, Lebenswandel, W. Verlag, Muenster, 2003.
3. Matthes, S., Karsten Roebisch, Modern Talking, Handelsblatt, 11.5.2009.
4. Prikriova, L., Anglizismen im Deutschen am beispiel der Jugendsprache, Masaryk Uni, Bruenn, 2008.
5. Schneider, M. A. F., Die Integration der Englischen in die deutsche Sprache im 19. und 20. Jahrhundert, G. Verlag ,
6. Schneeweiss, J., Journalistische Wirtschaftssprache in Oesterreich, Wien, 2000.
7. Siemens, Zeitung fuer Forschung und Innovation, Muenchen, Fruejahr 2006.
8. Stern, Come in and find out, 11.11. 2004.
9. Uhrova ,G., Grundlagen der deutschen Lexikologie, Brno, 1996.

GERMAN BUSINESS LANGUAGE AND ANGLISIZMS

Abstract: In the last few decades there is a great influence of the English language on the german language. Causes are to find in globalization and great political, cultural and scientific prosperity of the USA, which brings on the field of language, especially in the german business language, frequent use of the English terms in almost every sequent (segment) of economy. That also brought a lot of problems related to the business communication.

Keywords: german language, anglicizm, german business language.



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 177-190
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

NEOLOGIZMI U FRANCUSKOM POSLOVNOM JEZIKU KAO SREDSTVO ZA OČUVANJE I OBOGAĆIVANJE FRANCUSKOG JEZIKA

Slavica Pejić*

Rezime: *Da li zbog snobizma ili intelektualne lenjost, ljudi iz različitih oblasti privrede, nauke i tehnike prekomerno upotrebljavaju strane reči, koje se javljaju u okviru profesije, a potiču pre svega iz američke varijante engleskog jezika. Ovaj jezik, kojeg mnogi nazivaju basic American, vrši snažan uticaj na mnoge jezike. Francuski jezik kao viševekovni univerzalni jezik civilizacije u čitavoj Evropi ugrožen je masovnim uplivom stranih pojmova. Da bi zaštitila svoj jezik, Francuska država je preduzela niz mera kojima štiti jezik i radi na njegovom stalnom obogaćivanju. Jedna od tih mera je stvaranje neologizama, novostvorenih reči i izraza koji zamenjuju strane reči u svim oblastima života.*

Ključne reči: *francuski jezik, vokabular francuskog poslovnog jezika, očuvanje jezika, neologizmi*

Uvod

Evropu sačinjavaju narodi čiji jezici pripadaju različitim jezičkim grupama. Danas, međutim, u većini evropskih jezika možemo konstatovati posledice onoga što se uobičajeno naziva *mondijalizacijom*, a ova reč potiče iz američke verzije engleskog jezika ili, kako ga mnogi nazivaju, *basic American*. U toku je proces amerikanizacije evropskih jezika, koji je iz dana u dan sve ubrzaniji, a samim tim je i sve veća amerikanizacija navika stanovnika Evrope. Ovaj proces nameće se sam po sebi i oseća se manje-više

* Ekonomski fakultet Niš
UDC 811.133.1; Pregledni rad
Primljeno: 31.03.2009.

u svim evropskim zemljama, kako u onima koje su članice Evropske unije tako i u onima koje to nisu. Prelazak Evropske unije na jedinstvenu valutu, evro, bio je prilika da se, u francuskoj štampi na primer, ujedinjena Evropa nazove Euroland-om. A ova reč stvorena je, očigledno, po modelu reči Disneyland, pa su se mnogi zapitali da li će Euroland, kao i Disneyland, imati samo jedan univerzalni jezik: *basic American*.

Ljudi iz oblasti nauke, trgovine, turizma, poslovni svet, različiti mediji komuniciraju na tom sažetom američkom jeziku. Američkom, a ne engleskom, jer je očigledno da ovaj skraćeni i primenjeni jezik ne možemo nazvati engleskim jezikom. Sintaksa i vokabular ovog jezika prilično su siromašni. Na ovom jeziku se sporazumevaju turisti, osoblje velikih hotela, ljudi iz trgovinskih preduzeća i javnih institucija, baš kao što su, u periodu od XIII do XVII veka, mornari i trgovci iz mediteranskih zemalja koristili *lingua franca*, jezik na kome su mogli razmenjivati elementarne informacije. Ovaj jezik se sastojao od reči, donekle izmenjenih i pozajmljenih iz različitih živih jezika zemalja Mediterana. Bio je to jezik komunikacije, koji je omogućavao pripadnicima različitih naroda da se sporazumevaju trgujući jedni s drugima. *Basic American*, koji je zasnovan na engleskom jeziku, dosta podseća na *lingua franca*.

Upotreba ovog američkog, elementarnog jezika, ali i način razmišljanja i navike koji uz njega idu, neosporno utiču na odnos prema maternjem jeziku, pa u svakodnevnoj komunikaciji sve češće težimo uprošćavanju, zanemarujući lepotu i bogatstvo sopstvenog jezika. Italijanski pisac i semiolog Umberto Eco dao je odličan primer ovog novog jezika komunikacije, citirajući tekst jedne reklame koji je pročitao na reklamnom panou u Briselu i koji objedinjuje tri jezika: „*Pizza Pino, la plus speedy des pizzas*“ (Pica Pino, najbrža od svih pica). U ovom primeru, osnovna reč koja nosi reklamnu poruku i koja poziva na kupovinu jeste pridev *speedy*. Ova reč označava brzinu (*speedy* = brz), a njena simbolika asocira na moderan način života, užurbanost i pokretljivost, na brzu hranu koja se konzumira s nogu, što je u totalnoj suprotnosti s načelima gastronomije koja zahteva vremena kako za pripremu hrane tako i za samo uživanje u njoj. Francuske i italijanske reči ovde su upotrebljene samo da bi istakle jedinu američku reč koja u ovom primeru potire sve ono čemu su Francuzi i Italijani vekovima učili Evropljane: da uživaju u dobroj trpezi i prijatnom razgovoru, bez žurbe, za stolom.

**Neologizmi u francuskom poslovnom jeziku
kao sredstvo za očuvanje i obogaćivanje francuskog jezika**

Univerzalnost francuskog jezika

Neosporno je da ekonomski, politički, kulturni i naučno-tehnički razvoj zemlje utiče na vitalnost jezika koji se u toj zemlji govori. Francuski je bio univerzalni jezik civilizacije u međunarodnim razmerama u periodu kada je Francuska bila najmoćnija i najdinamičnija evropska zemlja. U Antičko doba ulogu univerzalnog jezika imao je grčki jezik, dok su u nekim kasnijim epohama i u različitim domenima to bili neolatinski, italijanski, španski i nemački jezik. Do Drugog svetskog rata engleski jezik je, takođe, za mnoge Evropljane bio univerzalni jezik. Upravo je ovaj jezik najviše ugrožen mondijalizacijom koju nameće *basic American*. U naše doba Amerika kao najmoćnija sila širi svoj politički i vojni uticaj na sve ostale zemlje, istovremeno šireći uticaj svog jezika, kroz nauku, tehnologije, umetnost, industriju zabave.

Francuski jezik je doživeo međunarodnu ekspanziju u periodu koji je trajao od potpisivanja ugovora u Vestfaliji sredinom sedamnaestog veka pa sve do Drugog svetskog rata. Međutim, to ni u kom slučaju nije bio *basic* francuski, već odnegovani, rafinirani jezik Francuske akademije, univerzalni jezik kulture, obrazovanih ljudi i aristokratije mnogih zemalja Evrope tog doba. Ljudi koji su učili i koristili ovaj jezik sa svim njegovim nijansama čitali su francuske klasike, dela Korneja, Voltera, Igoa, Stendala, Balzaka, poeziju Bodlera i Verlena. Francuski jezik bio je univerzalni jezik evropskog duha, obrazovane i kultivisane Evrope. Univerzalnost francuskog jezika nije bila neželjeni fenomen pred kojim se zatvaraju oči, već predmet blagonaklonog odobravanja.

Status univerzalnog jezika civilizacije francuski jezik nasledio je od neolatinskog nakon velikih istorijskih promena u Srednjem veku. Sa završetkom viševekovne političke i teološke dominacije rimokatoličke crkve, koja je neolatinski namenila prevashodno svom sveštenstvu, nametnula se ujedinjena i ekonomski i vojno moćna Francuska kraljevina, kao vodeća evropska sila i ključni faktor ravnoteže moći, zauzevši ulogu koju je u prethodnim vekovima imala Sveta stolica. Tako je francuski jezik postao, od sredine XVII veka, međunarodni jezik diplomatije na kome su napisani svi najvažniji ugovori, ali i univerzalni jezik književnosti i nauke. Širenje francuskog jezika izvan nacionalnih granica nije bilo posledica samo francuske političke, ekonomske i vojne moći, niti bilo kakvih pritisaka i nametanja, već je rezultat nekih specifičnosti samog francuskog jezika i izuzetno bogate kulture.

Ono što francuski jezik čini drugačijim od ostalih jezika jeste konstrukcija rečenice i utvrđeni redosled reči u njoj. Na početku gotovo svake rečenice nalazi se subjekat u vidu imenice ili lične zamenice, potom dolazi glagol koji opisuje radnju koju vrši subjekat i najzad objekat nad kojim se vrši ta radnja. Ovakav redosled čini francusku rečenicu jasnom i logičnom, on odgovara logici svojstvenoj svakom čoveku. Upravo ova sintaksička pravila doprinose izuzetnoj jasnoći i preciznosti koje vladaju u francuskom jeziku.

Dok se kod drugih evropskih jezika javlja značajna razlika između književnog (pisanog) i svakodnevnog (govornog) jezika, u francuskom jeziku to nije slučaj. Potpuno istovetna pravila vladaju u svim okolnostima, bilo da je reč o svakodnevnoj komunikaciji ili književnim tekstovima. Francuska Akademija (*l'Académie française*) simbolizuje i istovremeno garantuje stabilnost ovih pravila koja važe u svakoj situaciji i za sve ljude bez obzira na pol, socijalni status, starost, profesiju ili imovinsko stanje. Janoća koja vlada u francuskom jeziku objedinjuje više jezičkih nivoa, a sve ljude koji ga govore okuplja u jednu jedinstvenu zajednicu u kojoj vladaju jednakost i humanost.

Očuvanje i obogaćivanje francuskog jezika

Francuski jezik je drugi jezik u međunarodnoj komunikaciji, on je oficijalni ili radni jezik većine međunarodnih organizacija. Istovremeno, francuski jezik je zvanični ili jedan od oficijalnih jezika u 28 evropskih, azijskih i afričkih zemalja. Stoga je od neprocenjivog značaja da taj jezik poseduje odgovarajuće termine iz svih specijalnosti, što znači da je neophodno neprestano prilagođavati francuski jezik razvoju savremenog društva, pre svega u oblasti ekonomije, nauke i tehnologije. U tom cilju i francuska Vlada čini napor da okupi sve zemlje u kojima se govori francuski jezik u jednu institucionalizovanu zajednicu, Frankofoniju, koja danas okuplja 63 zemlje iz svih delova sveta (naša zemlja ima status posmatrača u ovoj organizaciji).

Gramatika francuskog jezika i najveći deo njegovog vokabulara nastali su na osnovama narodnog latinskog jezika. Francuski jezik stvaran je vekovima od mnoštva dijalekata, uz neprestano pozajmljivanje određenog broja reči iz drugih jezika, pre svega onih koji se govore u susednim zemljama. Njegov razvoj se ne zaustavlja ni danas. U oblasti ekonomije ili informacionih tehnologija ljudi upotrebljavaju ogroman broj vrlo preciznih, specifičnih termina, neprestano se pojavljuju novi pojmovi za koje treba naći odgovarajuće reči ili izraze. Potreba da se imenuju pojave u novonastaloj

**Neologizmi u francuskom poslovnom jeziku
kao sredstvo za očuvanje i obogaćivanje francuskog jezika**

realnosti dovodi do toga da se francuski jezik stalno obogaćuje usvajanjem novih reči, neologizama, koji su ili stvoreni na osnovu već postojećih, francuskih reči ili su pozajmljeni iz drugih jezika. Adaptiranje vokabulara razvoju modernog društva velikim delom vrši se spontano, u laboratorijama, istraživačkim centrima, projektnim biroima, obrazovnim institucijama. Međutim, da bi se izbegla masovna i preterana upotreba stranih termina u pojedinim oblastima društva, francuska država već više od trideset godina podstiče stvaranje, širenje i upotrebu novih, francuskih termina. Stvaranje ovih novih termina mora biti, pre svega, saglasno pravilima za formiranje reči u francuskom jeziku.

U procesu očuvanja jezika najznačajniju ulogu ima Francuska akademija (*l'Académie française*), jedna od najstarijih institucija u Francuskoj osnovana daleke 1635. godine, čiji je zadatak da stalno „*bdiye nad francuskim jezikom*“. U prošlosti, Akademija je prevashodno radila na utvrđivanju elemenata samog jezika, sa osnovnim ciljem da ga učini opštim dobrom svih Francuza i svih drugih naroda koji se služe francuskim jezikom. U članu XXIV statuta ove institucije određen je njen osnovni zadatak:

„Osnovna funkcija Akademije biće da sa najvećom brigom vredno radi na donošenju čvrstih pravila u našem jeziku i da ga učini čistim, rečitim i pogodnim za umetnost i nauku“.

Danas Akademija ima zadatak da deluje na očuvanju kvaliteta francuskog jezika, da prati njegov razvoj i na taj način definiše „*le bon usage*“ (pravilnu upotrebu). Ona to čini, pre svega, kroz izradu rečnika *Dictionnaire de l'Académie française* (prvi rečnik objavljen je 1694. godine), ali i davanjem preporuka i kroz stalnu saradnju sa različitim specijalizovanim komisijama za utvrđivanje terminologije.

Sredinom sedamdesetih godina prošlog veka, Francuska Vlada je oformila, pri različitim ministarstvima, **specijalizovane Komisije za terminologiju i neologiju** (*les Commissions spécialisées de terminologie et de néologie*) čiji je zadatak da predlažu nove termine u oblastima za koje su ova ministarstva nadležna. Svaka komisija, sastavljena od eksperata iz određene oblasti, daje predlog koju francusku reč ili izraz i na koji način treba upotrebljavati u datoj oblasti, ili stvara odgovarajuće nove termine kojima će biti zamenjene određene strane reči ili kojima će se označiti neki novi pojam ili nova, još uvek neimenovana pojava. Komisije upućuju svoje predloge **glavnoj Komisiji** (*la Commission générale de terminologie et néologie*) koja ih prikuplja, sortira i šalje **Francuskoj Akademiji** čiji je zadatak da o njima iznese svoje mišljenje. Termini koji dobiju pozitivno mišljenje Akademije objavljuju se u **Službenom listu Francuske Republike**

(*Journal Officiel de la République française*), uz odgovarajuće definicije i strane, najčešće engleske ekvivalente. Tako je umesto engleske reči „*tie-break*“ predložena francuska *jeu décisif*, a francuska reč *logiciel* zamenila je engleski *software*.

Liste objavljenih termina pokrivaju mnogobrojne oblasti: od informacionih tehnologija, preko industrije, različitih oblasti prirodnih nauka, poljoprivrede, kulture, transporta, obrazovanja do ekonomije i finansija, i mogu se pronaći i na Internetu.¹ Namenjene su, pre svega, ljudima iz određenih struka, nastavnicima i studentima, prevodiocima i svima ostalima koji objavljuju radove na francuskom jeziku. Objavljivanje ovih lista termina predstavlja način da se obogati francuski jezik, da se proširi upotreba određenih termina i olakša njihovo razumevanje u široj javnosti, izvan usko specijalizovanih stručnih krugova.

Prva takva lista termina iz oblasti ekonomije i finansija sastavljena je sada već davne 1973. godine. Od tada su stvorene i zvanično ušle u upotrebu mnoge reči koje se danas koriste u svakodnevnoj poslovnoj komunikaciji, kao što su *jardinerie* umesto engleskog termina *garden center*, *espèces* umesto pojma *cash*, izraz *gestion du savoir* umesto *knowledge management* ili *courtier* umesto engleske reči *broker*. Samo u periodu od 1985. do 1995. godine specijalizovana Komisija za terminologiju i neologiju u oblasti ekonomije i finansija stvorila je 300 novih termina. Ova komisija najpre vrši selekciju stranih pojmova kojima će se baviti, imajući u vidu koliko su u datom momentu značajni za struku i koliko su često u upotrebi. Nakon toga, odabrani termini se analiziraju i pristupa se stvaranju odgovarajućih reči i izraza u francuskom jeziku. Stvaranje novog termina se ne vrši po prethodno utvrđenom receptu. Na primer, moguće je:

- proširiti značenje već postojeće reči;
- prevesti ili adaptirati strani termin;
- od dve posebne reči sastaviti novi termin;
- napraviti reč koristeći grčki ili latinski koren reči;
- prilagoditi ili proširiti skraćenicu, itd.

Koliko je svaki od novostvorenih termina dobar, odnosno koliko uspešno zamenjuje strani termin, može se proveriti jedino u praksi. Ako je termin prihvaćen u stručnim krugovima, ako se njegova upotreba veoma brzo proširi ne samo među stručnjacima već i u široj javnosti, zadatak je uspešno izvršen. U suprotnom, Komisija će ponovo razmotriti određeni termin i pokušati da pronade adekvatniju zamenu. Dakle, nijedan

¹ Liste novih termina objavljuju se na sajtu www.franceterme.culture.fr

**Neologizmi u francuskom poslovnom jeziku
kao sredstvo za očuvanje i obogaćivanje francuskog jezika**

novostvoreni termin ne može biti nametnut nekakvom administrativnom uredbom, već mora biti proveren i prihvaćen u praksi.

Neologizmi u francuskom poslovnom jeziku

Termini i definicije iz oblasti ekonomije i finansija uglavnom se ne mogu naći u opštim rečnicima, a oni termini koji se u njima nalaze uglavnom su dati sa značenjem koje nemaju u ovim domenima. Svaki termin ima određeno, specifično značenje u svakoj od oblasti u kojima se upotrebljava. Shodno tome, svaki termin može imati sasvim različita značenja u različitim oblastima. Na primer, postoji najmanje tri značenja termina *profilage*:

- U oblasti mehanike, on označava operaciju kojom se daje specifičan oblik određenom delu konstrukcije, karoseriji na primer.
- U oblasti kriminologije, označava sastavljanje psihološkog profila lica za kojim se traga.
- U oblasti ekonomije, isti termin opisuje radnju kojom se vrši upoređivanje profila određene grupe potrošača sa profilom prosečnog potrošača.

Reč *acquisition* (pribavljanje, nabavka), na primer, u svakodnevnom jeziku može da se zameni drugim rečima. Može se reći “*J’ai fait l’acquisition d’un portable*“ (Nabavio/la sam mobilni telefon), ali se isto tako može kazati „*J’ai fait l’achat d’un portable*“ (Kupio/la sam mobilni telefon). Međutim, u oblasti telekomunikacija ovaj termin označava prijem signala koji emituje neki prirodni ili veštački izvor emisije i ne može se zameniti nekim drugim terminom. Prema tome, reči koje koristimo u svakodnevnom govoru često možemo zameniti nekim sinonimom, dok su u stručnoj terminologiji sinonimi retkost. Zbog toga je za ljude iz ekonomske struke veoma važno da se upoznaju sa novostvorenim terminima i njihovim definicijama i da dobiju odgovarajuće preporuke o načinu upotrebe tih termina. Objavljivanjem lista novonastalih i usvojenih ekonomskih termina u Službenom listu i na sajtu Ministarstva ekonomije, finansija i industrije omogućava se svim zainteresovanim licima da prate i što lakše usvoje promene koje nastaju u stručnoj terminologiji. U daljem tekstu biće prikazano kako izgleda jedna lista termina i koje elemente ona sadrži.

Lista usvojenih termina iz oblasti ekonomije i finansija objavljena u Službenom listu od 12. juna 2007. godine (*Journal officiel du 12 juin 2007, Vocabulaire de l’économie et des finances, liste de termes, expressions et définitions adoptés*) sastoji se od desetak novih reči i izraza iz

oblasti ekonomije, upravljanja preduzećem i finansija, svaki termin je definisan, a dati su i strani, engleski ekvivalenti. Na ovoj listi se nalaze sledeći termini:

- ***bouche à oreille***

Domaine: Économie et gestion d'entreprise.

Définition: Technique mercatique fondée sur l'exploitation des messages circulant entre les consommateurs.

Équivalent étranger: buzz marketing.

U prevodu:

- **usmena propaganda (od usta do usta)**

Oblast: ekonomija i upravljanje preduzećem

Definicija: marketinška tehnika zasnovana na eksploataciji poruka koje kruže između samih potrošača.

Strani ekvivalent: buzz marketing

- ***bouche à oreille électronique***

Domaine: Économie et gestion d'entreprise.

Définition: Technique mercatique reposant sur la transmission de proche en proche, par voie électronique, de messages commerciaux.

Note: Les expressions « marketing viral » et « marketing de propagation » sont à proscrire.

Équivalent étranger: viral marketing.

U prevodu:

- **viralni marketing**

Oblast: ekonomija i upravljanje preduzećem

Definicija: marketinška tehnika koja se zasniva na prenosu komercijalnih poruka, elektronskim putem, od jedne osobe do njoj bliske druge osobe.

Beleška: izraze *marketing viral* i *marketing de propagation* treba ukinuti.

Strani ekvivalent: viral marketing

- ***commerce sans fil***

Domaine: Économie et gestion d'entreprise.

Définition: Technique commerciale recourant à des moyens de communication portables.

Note: L'expression commerce mobile est à proscrire.

Équivalent étranger: m-commerce, mobile commerce.

**Neologizmi u francuskom poslovnom jeziku
kao sredstvo za očuvanje i obogaćivanje francuskog jezika**

U prevodu:

- **m-Commerce (bežična trgovina)**

Oblast: ekonomija i upravljanje preduzećem.

Definicija: tehnika u trgovini koja podrazumeva upotrebu mobiln sredstava komunikacije.

Beleška: izraz *commerce mobile* treba ukinuti.

Strani ekvivalent: m-commerce, mobile commerce.

- *gestion consultative*

Domaine: Économie et gestion d'entreprise.

Définition: Méthode de gestion impliquant de consulter le personnel avant de prendre les décisions.

Équivalent étranger: top-down and bottom-up approach

U prevodu:

- **top-down i bottom-up strategije** (pristup od dna ka vrhu i pristup odozgo nadole).

Oblast: ekonomija i upravljanje preduzećem.

Definicija: metoda upravljanja koja nalaže konsultovanje zaposlenih pre donošenja odluke.

Strani ekvivalent: top-down and bottom-up approach

- *indemnité de rupture*

Domaine: Finances.

Définition: Indemnité versée par une des parties aux autres dans le cas où l'exécution d'un engagement, par exemple l'ouverture ou la poursuite de négociations, est interrompue de son fait.

Note: Dans le cas particulier de la rupture d'un contrat, on parle d'« indemnité de résiliation ».

Équivalent étranger: break-up fee

U prevodu:

- **nadoknada zbog raskida ugovora**

Oblast: finansije.

Definicija: nadoknada koju uplaćuje jedna od ugovornih strana ostalim stranama u slučaju kada je izvršenje neke obaveze, na primer otvaranje ili nastavak pregovora, bilo prekinuto njegovom krivicom.

Beleška: u posebnom slučaju raskida ugovora, govorimo o “naknadi zbog poništenja”.

Strani ekvivalent: break-up fee

- **notation sociale**

Domaine: Économie et gestion d'entreprise.

Définition: Appréciation du comportement d'une entreprise à l'égard de son personnel et de ses partenaires.

Note:

1. Parmi les critères pris en compte, on peut citer la gestion des ressources humaines, le respect de l'environnement, les relations avec les fournisseurs, le gouvernement d'entreprise, les liens avec la société civile.

2. L'expression « rating social » est à proscrire.

Équivalent étranger: social rating.

U prevodu:

- **rejting preduzeća**

Oblast: ekonomija i upravljanje preduzećem.

Definicija: ocena ponašanja jednog preduzeća prema zaposlenima i prema poslovnim partnerima.

Beleška:

1. Među kriterijumima koji se uzimaju u obzir, mogu se navesti upravljanje ljudskim resursima, očuvanje okoline, odnosi sa dobavljačima, rukovođenje preduzećem, veze sa civilnim društvom.

2. Izraz *rating social* treba ukinuti.

Strani ekvivalent: social rating

- **optimisation de rendement**

Domaine: Finances.

Définition: Gestion de portefeuille qui recherche le meilleur rendement compte tenu du niveau de risque contractuellement convenu.

Équivalent étranger: optimized portfolio management, yield management.

Attention: Cette publication annule et remplace celle du terme «gestion de taux» au Journal officiel du 22 septembre 2000.

U prevodu:

- **optimizacija prinosa**

Oblast: finansije

Definicija: Upravljanje portfeljom koje teži najboljem prinosu uzevši u obzir nivo ugovorenog rizika.

Strani ekvivalent: optimized portfolio management, yield management

**Neologizmi u francuskom poslovnom jeziku
kao sredstvo za očuvanje i obogaćivanje francuskog jezika**

Pažnja: ovom objavom anulira se i zamjenjuje objavljivanje termina *gestion de taux* u Službenom listu od 22. septembra 2000. godine.

Kada je reč o preporukama koje se tiču upotrebe određenih stručnih termina, objavljena je, na primer, ona koja se odnosi na francuske ekvivalente engleskog prefiksa *e-*. Upotreba ovog prefiksa sa značenjem «elektronski» veoma je raširena i označava aktivnosti zasnovane na korišćenju informacionih i telekomunikacionih mreža. U francuskom jeziku ne postoji jedinstveno rešenje za svaki od pojmova koji sadrže prefiks *e-*. Najprikladnije bi bilo tražiti adekvatni ekvivalent za svaki poseban pojam koji sadrži ovaj prefiks. Neka rešenja koja se sreću u praksi Komisija za terminologiju ne preporučuje, naročito upotrebu prefiksa *e-*, *é-* ili *i-*, jer se iz fonetskih razloga teže identifikuju, za razliku od engleskog *e-* u kome je ovaj samoglasnik dug i akcentovan. Prefiks *cyber* je ušao u upotrebu u nekoliko termina i može biti od koristi u slučajevima kada realnost koju treba opisati ima karakter konkretne stvari, dakle njegova upotreba treba da bude ograničena na nauku o mehanizmima, regulatorima i servomehanizmima. Komisija preporučuje da se umesto engleskog prefiksa *e-* upotrebljavaju:

- Prefiks *télé-* koji treba koristiti uvek kada je moguće, što znači kada njegova upotreba ne dovodi do dvosmislenosti same reči, a posebno uz pojmove koji dolaze iz oblasti televizije ili aktivnosti na daljinu;
- Strukturu *en ligne* (on line) koja je najbolje rešenje u najvećem broju slučajeva.

Preporuka o upotrebi naziva zajedničke evropske valute, evra, odnosi se na pravopis. Reči *euro* i *centime* pišu se malim početnim slovom i dobijaju obeležja za množinu: *un euro, des euros, un centime, des centimes*.

Masovna je upotreba engleske reči *coach* (trener), koja je najpre zavladała svetom sporta, kao i njenih izvedenica imenice *coaching* i glagola *coach* koji se upotrebljavaju u preduzećima, u oblasti obrazovanja i usavršavanja kadrova. Upotreba ovih reči je prisutna i u privatnom životu, gde označavaju različite vidove obrazovanja i pružanja savetodavnih usluga pojedincima. Preporučuje se upotreba odgovarajućih ekvivalenata u francuskom jeziku:

- u oblasti sporta: *entraîneur* za reč *coach* (trener) ;
- u oblasti ekonomije (preduzeća): *mentor* i *mentorat* (mentor, mentorstvo) umesto reči *coach* i *coaching*;
- u visokom obrazovanju: *tuteur* i *tutorat* (mentor, mentorstvo).

Upotreba reči *mentor* i *mentorat* može biti proširena i na druge domene. Radi se, naime, o individualnoj ili kolektivnoj obavezi prema određenim osobama koja se sastoji u pružanju saveta i usmeravanju s ciljem da se prevaziđu poteškoće i postignu profesionalni ciljevi, da se popravi ponašanje i pronade lično zadovoljstvo.

Ne treba se lišiti ni savršeno prilagođenih, već postojećih termina, budući da ovo leksičko polje sadrži mnogobrojne glagole kao što su: *aider* (pomagati), *assister* (asistirati), *conseiller* (savetovati), *entraîner* (obučavati) *former* (formirati), *guider* (uputiti), *soutenir* (podržavati) itd. Upotrebom ovih glagola mogu se u potpunosti opisati aktivnosti koje sprovodi *coach*. U Kanadi, na primer, *coaching* ima nekoliko ekvivalenata: *assistance professionnelle* ili *accompagnement professionnel*. U Kvebeku se koristi glagol *accompagner* umesto glagola *coach*.

Prikazani termini i preporuke samo su jedan izuzetno mali deo onoga što je Komisija zadužena za ekonomsko-finansijsku terminologiju uradila do danas na polju obogaćivanja i očuvanja francuskog jezika. Njen rad se nastavlja, uz stalnu saradnju sa ostalim institucijama koje imaju istovetnu misiju: da stalnim inoviranjem, predlaganjem novih termina omoguće da vokabular francuskog jezika uspešno prati razvoj svih oblasti savremenog društva. Objavljivanjem novih termina u Službenom listu i na sajtovima ministarstava njihova upotreba postaje obavezna za sve zaposlene u državnoj administraciji. Liste novostvorenih termina predmet su interesovanja i prevodioca i stručnjaka za terminologiju. Budući da je francuski jezik u većini međunarodnih organizacija oficijalni ili radni jezik, prevodioci u ovim organizacijama moraju raspolagati svim odgovarajućim terminima iz različitih oblasti da bi mogli uspešno obavljati svoj posao. Najzad, upoznavanje sa novostvorenim vokabularom važno je i za sve ljude koji se služe francuskim jezikom, pre svega u profesionalnom životu.

Zaključak

Malo je u Evropi onih koji glasno protestuju protiv osiromašivanja evropskih jezika. Čini se da su Francuzi najglasniji i najaktivniji u tom protestu. Mnogi bi možda rekli da se u slučaju Francuske radi o jezičkom nacionalizmu. Međutim, pitanje jezika u Evropi izvan je svakog nacionalizma. Ovde se radi o suštini svakog naroda pojedinačno, ali istovremeno i o identitetu celog kontinenta.

Ne sme se zaboraviti da je jezik jedno od osnovnih obeležja svakog naroda, da on oslikava duh tog naroda i način na koji on vidi i doživljava svet oko sebe. Gubljenje jezika vodi ka postepenom nestajanju samog naroda.

**Neologizmi u francuskom poslovnom jeziku
kao sredstvo za očuvanje i obogaćivanje francuskog jezika**

Bez svog jezika, bez svog identiteta, nestaćemo u uniformisanom sivilu globalizovanog svetskog tržišta u kome će se komuniciralo na jednom jedinom jeziku.

Čini se da je u Evropi, a posebno u Francuskoj, sve više onih koji shvataju veličinu problema. Francuzi, a zajedno sa njima i ostali frankofoni narodi, se nisu zadovoljili kritikom preterane upotrebe stranih, pre svega američkih termina, svesni da takva upotreba ugrožava i osiromašuje francuski jezik. Imajući u vidu stalni pritisak koji vrši *basic American*, posebno putem Internet mreže, inoviranje i očuvanje francuskog jezika jesu izuzetno važni zadaci postavljeni pred celu frankofonu zajednicu. Način na koji se u Francuskoj pristupilo ovim zadacima dobar je primer drugim narodima kako treba negovati i čuvati svoj jezik.

Jezik nije jednom zauvek utvrđena i fiksirana celina. On je plod jedne duge evolucije, u stalnom je kretanju, otvoren za uticaje drugih jezika i upravo ta neprestana jezička aktivnost menja malo po malo njegovu leksiku. Vokabular trpi neizbežne promene i jezik se neprestano i nezaustavljivo menja, prateći stalne promene koje nastaju u stvarnom životu. Da bi jedan jezik ostao vitalan, i da bi bio u stanju da uspešno prati moderno društvo sa svom njegovom raznovrsnošću i složenošću, stvaranje neologizama je jedan od glavnih zadataka.

Literatura

1. Fumaroli M. (2002), *La question des langues en Europe*, Revue des deux mondes (mai 2002), p. 57-73.
2. Délégation générale à la langue française et aux langues de France, *La langue française dans le monde*, Références 2006.
3. Premier ministre, Commission générale de terminologie et de néologie, *Vocabulaire de l'économie et des finances 2006* (Termes, expressions et définitions publiés au Journal officiel).
4. Journal officiel du 7 septembre 2007, *Vocabulaire de l'économie et des finances* (liste de termes, expressions et définitions adoptés).
5. www.culture.gouv.fr
6. <http://franceterme.culture.fr>

**NEOLOGISMES EN FRANCAIS DES AFFAIRES COMME
MOYEN DE SAUVEGARDE ET D'ENRICHISSEMENT DE LA
LANGUE FRANCAISE**

Résumé: Par snobisme ou par paresse intellectuelle, de nombreux spécialistes des différents domaines d'économie, de sciences et de techniques utilisent sans mesure les mots étrangers qui apparaissent dans le domaine de leurs professions et qui proviennent surtout de la variante américaine de la langue anglaise. Cette langue que de nombreux spécialistes appellent *basic American* exerce une influence importante sur de nombreuses langues. La langue française comme une langue universelle de civilisation pendant plusieurs siècles est menacée par l'entrée massive des termes étrangers. Pour protéger sa langue, l'Etat français a pris des mesures par lesquelles il sauvegarde la langue et travaille continuellement sur son enrichissement. La création des néologismes, de nouveaux mots et expressions qui remplacent les termes étrangers dans tous les domaines de la vie, est l'une de ces mesures.

Mots clés: langue française, vocabulaire de français des affaires, sauvegarde de la langue, néologismes



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 191-199
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

KARAKTERISTIKE KRETANJA POLJOPRIVREDNOG STANOVNIŠTVA BEOGRADA PREMA POPISU IZ 2002. GODINE

Mr Zoran Simonović*
Mr Branko Mihailović*
Dr Dragoljub Simonović*

***Rezime:** Proces smanjenja poljoprivrednog stanovništva Grada Beograda biće i dalje zastupljen, ali ne tako dinamično kao ranijih godina. U budućnosti će se sve manji broj ljudi baviti poljoprivrednom proizvodnjom i živeti od nje. Doći će do uvećanja broja radnika u nepoljoprivrednim zanimanjima. Sa druge strane smanjenje broja poljoprivrednog stanovništva, naročito aktivnog poljoprivrednog stanovništva vodi produktivnijoj i racionalnijoj poljoprivrednoj proizvodnji. Transfer radne snage iz poljoprivrede u nepoljoprivredne delatnosti ima uticaja i na razvoj poljoprivrede i na razvoj delatnosti u koje ta radna snaga dolazi.*

***Ključne reči:** poljoprivredno stanovništvo, tranzicija, zaposlenost radne snage.*

Uvod

Prema popisu stanovništva iz 2002. godine, na široj teritoriji Beograda živi 1.576.124 stalna stanovnika, a na užoj 1.273.651 stanovnika. Najveća opština po broju stanovnika je Novi Beograd sa 217.773 stanovnika, a najmanja je Sopot sa 20.390 stanovnika.

* Institut za ekonomiku poljoprivrede - Beograd

• Ekonomski fakultet - Niš

Rad predstavlja deo rezultata istraživanja na projektu br. 149007D "Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj u funkciji uključivanja Republike Srbije u Evropsku Uniju" finansiranog od strane MNZŽS.

UDK 314.93; Pregledni rad

Primljeno: 15.12.2008.

Na osnovu popisa stanovništva iz 1991. i 2002. godine primećujemo nejednak trend porasta ili pada stanovništva koji je zastupljen u gradskim opštinama Beograda. U nekim opštinama imamo prirodni priraštaj, dok u drugim imamo smanjenje broja stanovnika. Generalno posmatrano porast stanovnika na području grada Beograda prosečno godišnje na 1000 stanovnika iznosi 1,4. Odnosno broj stanovnika Beograda se povećao u ovom periodu za 25.000 stanovnika. Ovaj registrovani rast je ostvaren isključivo sa povećanjem broja stanovnika van užeg gradskog područja (naselje Beograd). Poslednjih pet godina porast broja stanovnika Beograda raste prosečno 5000 stanovnika godišnje. Ovaj porast je uslovljen pozitivnim mehaničkim priraštajem odnosno doseljavanjem stanovništva.

Kretanje poljoprivrednog stanovništva

Proces industrijalizacije je odigrao značajnu ulogu u smanjenju broja poljoprivrednog stanovništva. Zakonitost privrednog razvoja ogleda se u tome da poljoprivreda kao jedna od privrednih grana stalno gubi na značaju u odnosu na druge grane privrede. Odlazak stanovništva iz poljoprivrede i ubrzavanje tempa tog odlaska su bili velikim delom uslovljeni razlikom ekonomske razvijenosti sela i grada i socijalnog položaja zemljoradnika i radnika u drugim delatnostima.

Tabela 1. Poljoprivreno i nepoljoprivredno stanovništvo Grada Beograda

	1961		2002	
	poljoprivredno	nepoljoprivredno	poljoprivredno	nepoljoprivredno
Ukupno	15,4	84,6	2,3	97,7
Opštine na užem području grada ¹	5,6	94,4	0,8	99,2
Opštine na širem području grada ²	49,4	50,6	8,4	91,6

Izvor: Statistički godišnjak Beograda 1979, Bgd. 1980, str. 113, Popis stanovništva 2002, knj. 19 str. 12-20.

Grad Beograd spada u visoko urabanizovane sredine u kojima je poljoprivreda samo jedna od privrednih delatnosti. Poljoprivredom se bavi nešto više od 2% ukupnog stanovništva. Trend u kome se sve manje stanovnika bavi poljoprivredom dovodi do izjednačavanja područja Grada

¹ Opštine sa užeg područja: Čukarica, Novi Beograd, Palilula, Savski venac, Stari grad, Voždovac, Vračar, Zemun, Zvezdara, Rakovica.

² Opštine na širem području grada: Barajevo, Grocka, Lazarevac, Mladenovac, Obrenovac, Sopot.

**Karakteristike kretanja poljoprivrednog stanovništva Beograda
prema popisu iz 2002. godine**

Beograda sa urbanim sredinama visoko razvijenih zemalja (Velika Britanija, SAD ili Nemačka).

Na osnovu Tabele 1. gde su dati uporedni podaci iz 1961. sa podacima iz 2002. godine. možemo da uočimo stalni trend opadanja poljoprivrednog stanovništva. Uočava se konstantno smanjenje poljoprivrednog stanovništva Beograda u odnosu na nepoljoprivredno i to od 15,4% 1961. godine na 2,3% 2002. godine.

Najveća pokretljivost stanovništva bila je u najnerazvijenijim opštinama. U prigradskim naseljima su se događale uglavnom dnevne migracije. Doduše, smanjenje broja poljoprivrednog stanovništva, naročito aktivnog poljoprivrednog stanovništva vodi produktivnijoj i racionalnijoj poljoprivrednoj proizvodnji. Generalno posmatrano poljoprivredno stanovništvo ostaje značajan faktor ukupnog razvoja. Ta pokretljivost doprinosi sve više ukidanju razlika između sela i grada i obezbeđuje ravnomerniji razmeštaj kadrovskog dela proizvodnih snaga u okviru nacionalne teritorije.

Uopšteno posmatrano problemi sa kojima se sreće poljoprivredno stanovništvo Srbije je slično ili isto i na teritoriji grada Beograda.

Tabela 2. Poljoprivredno stanovništvo, po popisu 2002.

Grad Opština	Poljoprivredno stanovništvo			Aktivno poljoprivredno stanovništvo		
	svega	žensko	%	svega	žensko	%
Grad Beograd	35629	17292	48	23041	9758	42
Barajevo	1864	879	47	1411	610	43
Voždovac	743	379	51	426	181	42
Vračar	117	55	47	46	25	54
Grocka	6366	3014	47	3931	1515	38
Zvezdara	629	301	47	296	109	39
Zemun	1263	568	45	681	238	35
Lazarevac	2316	1291	56	1735	914	53
Mladenovac	5212	2560	49	3595	1585	44
Novi Beograd	548	260	47	255	106	41
Obrenovac	7340	3541	48	4837	2033	42
Palilula	4206	2078	49	2659	1171	44
Rakovica	267	131	49	124	47	38
Savski Venac	87	47	54	42	22	52
Sopot	2343	1147	49	1617	729	45
Stari Grad	103	63	61	40	22	55
Surčin	1433	594	41	924	285	31
Čukarica	792	384	48	422	166	39

Izvor: Opštine u Srbiji 2007, Republički zavod za statistiku, Beograd 2008, op.cit. 84 strana.

Na osnovu Tabele 2. možemo da vidimo koliki je broj poljoprivrednog stanovništva na teritoriji grada Beograda (35629). Skoro dve trećina (23041) od ukupnog broja ove kategorije stanovništva se bavi poljoprivrednom delatnošću. Sa druge strane oko jedne trećine ovog broja predstavlja izdržavano poljoprivredno stanovništvo.

Na osnovu podataka iz ove tabele uočavamo nejednaku zastupljenost poljoprivrednog stanovništva u opštinama Grada Beograda. Najmanja zastupljenost poljoprivrednog stanovništva je u najurbanizovanim opštinama kao što su na primer: Stari Grad, Savski venac i Novi Beograd. S druge strane najveće učešće poljoprivrednog stanovništva u ukupnom stanovništvu imaju: Sopot (11,5%) i Obrenovac (10,3%). Interesantno je istaknuti da je u čisto gradskim opštinama registrovano poljoprivredno stanovništvo. Predpostavka je da su ti stanovnici prijavljeni u gradu a žive na svom poljoprivrednom gazdinstvu u okolini grada.

Polna struktura poljoprivrednog stanovništva

Prema Tabeli 2. takođe, možemo da uočimo da dolazi do nejednakog smanjenja ne samo ukupnog poljoprivrednog stanovništva, već dolazi i do nejednakog smanjenja muškog i ženskog stanovništva. [8, str. 265] Zanimljivo je da je u ranijim periodima poljoprivredne proizvodnje na ovim prostorima dolazilo da većeg smanjenja muškog stanovništva u odnosu na žensko. Iz prostog razloga što je muško stanovništvo bilo pokretljivije, u smislu promene delatnosti kojom se bavi. Aktivnost van poljoprivrede je preuzela višak muške radne snage, dok su žene nastavile da se i dalje bave poljoprivrednom proizvodnjom, u skladu sa tradicijom. [10, str. 127-129] Danas se uglavnom poljoprivrednom proizvodnjom bave udate žene, jer se devojke školuju i odlaze iz poljoprivrede. Prema popisu iz 2002. godine udeo muškaraca u poljoprivrednoj radnoj snazi iznosio je 57,7 %. Prema ovom popisu beleži se manji procenat poljoprivrednog ženskog u ukupnom ženskom stanovništvu, nego što je procenat kod muškog (10,3 naspram 11,5). [5, str. 242] Prema broja individualnih poljoprivrednih proizvođača koji takođe spadaju u aktivno poljoprivredno stanovništvo na teritoriji grada Beograda možemo da uočimo još drastičniji slučaj smanjenja ženskog stanovništva u odnosu na muško stanovništvo prema popisu iz 2002. godine. Tako na primeru pojedinih opština iz šireg područja Grada Beograda odnos ženskog stanovništva u poljoprivredi prema muškom u procentima iznosi: Barajevo (44%), Grocka (38%), Mladenovac (44%), Sopot (46%) itd. Samo je u opštini Lazarevac (53%) veći broj ženskog stanovništva u odnosu na muško. (Tabela 3).

**Karakteristike kretanja poljoprivrednogstanovništva Beograda
prema popisu iz 2002. godine**

Tabela 3. Individualni poljoprivrednici, po popisu iz 2002. godine

	svoga	žensko	%
Grad Beograd	19569	8296	42
Barajevo	1345	591	44
Voždovac	235	83	35
Vračar	22	8	36
Grocka	3659	1408	38
Zvezdara	176	46	26
Zemun	415	116	28
Lazarevac	1615	859	53
Mladenovac	3469	1541	44
Novi Beograd	79	14	18
Obrenovac	4455	1892	42
Palilula	1680	737	44
Rakovica	41	8	19
Savski Venac	10	3	30
Sopot	1543	706	46
Stari Grad	12	6	50
Surčin	549	181	33
Čukarica	264	97	37

Izvor: Opštine u Srbiji 2007, Republički zavod za statistiku, Beograd 2008, op.cit. 84 strana

Na osnovu tri poslednja popisa stanovništva (1981, 1991 i 2002. godine) (Tabela 4.) možemo da uočimo da je prema zadnjem popisu stanovništva iz 2002. godine došlo do opadanja učešća žena aktivnih u poljoprivredi i na nivou Republike. Na primeru iz 1991. godine uočavamo da se veći broj žena bavio poljoprivredom 57% u odnosu na 2002. godinu 32%. Proces feminizacije je značio i smanjenje radnog potencijala aktivnog poljoprivrednog stanovništva i korišćenja poljoprivrednih mašina, jer se žene pored rada na gazdinstvu bave i radom u okviru domaćinstva.

Tabela 4. Polna struktura poljoprivrednog stanovništva

godina	svoga	indeks	muško	indeks	žensko	
1981.	2285053	100	1040821	100	1244232	100
1991.	1305426	57	594241	57	711185	57
2002.	817052	35	420222	40	396830	32

Izvor: Statistički godišnjak Srbije 2007, Republički zavod za statistiku, Beograd 2007, op.cit. 78 strana.

Starosna struktura poljoprivrednog stanovništva

Starosna struktura zaposlenih, kao i osnovne odlike radne snage u poljoprivrednom području Beograda slična je kao u drugim područjima koja se nalaze u zemljama u tranziciji. Te odlike su:

1. Starosna i obrazovna struktura je nepovoljna,
2. Zaposlenost u primarnom sektoru je visoka,
3. Zaposlenost u tercijarnom sektoru je niska.

Od ukupnog broja starih stanovnika Srbije (1684289) u Gradu Beogradu živi 20,2%. Populacija starih Beograđana je u porastu. Takođe raste i broj najstarijih kategorija stanovništva. [6, str. 101]

U tabeli 5. možemo da vidimo stanje poljoprivrednog stanovništva Beograda prema starosti i aktivnosti. Podaci su dobijeni na bazi popisa iz 2002. godine.

Tabela 5. Ukupno poljoprivredno stanovništvo Beograda prema starosti i aktivnosti, po popisu iz 2002. godine

starost	svoga	% od uk. stanovn.	aktivno, koje obavlja zanimanje			izdržavano
			svoga	% uk.ak. stanovn.	% uk. polj. sta.	
ukupno	35629	2.3	23041	3.2	64.7	12588
ispod 10	2944	2.0	-	3.2	64.7	2944
10-14	1780	2.1	-	3.2	64.7	1780
15-19	2028	2.0	328	2.4	16.2	1700
20-24	1979	1.8	777	1.4	39.3	1202
25-29	2012	1.8	1080	1.2	53.7	932
30-34	1999	1.9	1446	1.5	72.3	553
35-39	2010	2.0	1576	1.7	78.4	434
40-44	2427	2.2	2076	2.1	85.5	351
45-49	3392	2.5	3092	2.7	91.2	300
50-54	3516	2.7	3256	3.4	92.6	260
55-59	2487	3.0	2295	6.8	92.3	192
60-64	2491	2.6	2307	20.6	92.6	184
65-69	1977	2.1	1774	57.9	89.7	203
70-74	2057	2.7	1702	82.0	82.7	355
75 i više	2398	3.0	1255	87.6	52.3	1143
nepoznato	132	1.4	77	2.7	58.3	55

Izvor: Stanovništvo ukupno i poljoprivredno, knjiga 19, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2005, op.cit. 12 strana.

Izdržavano poljoprivredno stanovništvo

Izdržavano poljoprivredno stanovništvo predstavlja nezaobilaznu kategoriju prilikom izučavanja poljoprivrednog stanovništva u celini. U ovu posebnu kategoriju stanovništva ulaze: domaćice, deca, učenici i đaci (Tabela 6.). Domaćice su lica koja rade na gazdinstvima – okućnicama seljaka radnika, t.j. reč je o porodicama u kojima muškarci rade van gazdinstva (rade u gradu, stanuju na selu; svakodnevno putuju do radnog

**Karakteristike kretanja poljoprivrednogstanovništva Beograda
prema popisu iz 2002. godine**

mesta), a žene rade na gazdinstvu. U pogledu broja dece, učenika i studenata može se primetiti trend opadnja. Migracije su učinile svoje: selo kao rezervoar učenika i studenata je iscrpljen, broj mladih sa sela se smanjuje. Sa druge strane gradovi su podmlađeni. Po pitanju izražavanog stanovništva veća je zastupljenost žena u odnosu na muškarce. U procentima bi to značilo da je 59% izdržavanog stanovništva žene. Neujednačena zastupljenost izdržavanih lica među ženskim i muškim stanovništvom u radno sposobnom uzrastu je pokazatelj ne samo ekonomske nejednakosti već i neravnopravnog društvenog položaja polova. [7, str. 66]

Tabela 6. Izdržavano poljoprivredno stanovništvo

	svega	Od toga							
		žen- sko	%	doma- ćice	%	deca pred.	uč. O.Š.	stu- denti	osta- li
Grad Beograd	12588	7534	59	2531	75	1896	2792	1181	3581
Barajevo	453	269	59	101	45	46	88	55	149
Voždovac	317	198	62	63	48	30	63	28	94
Vračar	71	30	42	2	250	5	19	9	14
Grocka	2435	1499	61	596	66	394	511	213	651
Zvezdara	333	192	58	63	67	42	71	29	91
Zemun	582	330	57	127	68	86	150	50	124
Lazarevac	581	377	65	142	62	88	101	50	184
Mladenovac	1617	975	60	286	85	242	386	147	501
Novi Beograd	293	154	52	31	125	39	60	31	93
Obrenovac	2503	1508	60	521	76	399	542	221	740
Palilula	1547	907	59	270	98	265	361	157	425
Rakovica	143	84	59	19	84	16	34	15	45
Savski Venac	45	25	55	3	100	3	12	9	4
Sopot	726	418	57	111	102	113	175	78	227
Stari Grad	63	41	65	2	350	7	22	6	15
Surčin	509	309	61	128	55	71	120	52	122
Čukarica	370	218	59	66	78	50	77	31	102

Izvor: Opštine u Srbiji 2007, Republički zavod za statistiku, Beograd 2008, op.cit.

Ovakvo statističko prikazivanje promena je već dovoljno upečatljivo u pogledu izraza o značaju i suštini promene. Međutim, ako se ima u vidu da nije reč o završenom procesu, već o procesu koji je u toku, onda se podatak o stalnom opadanju broja poljoprivrednog stanovništva može u više pravaca korigovati. S jedne strane, dakle, dolaziće do daljeg smanjenja poljoprivrednog stanovništva i apsolutno i relativno, a s druge, oni koji ostaju u poljoprivredi u dobrom broju su starci i starice. To znači da će se u budućem vremenu broj poljoprivrednog stanovništva još više smanjivati.

Zaključak

Proces smanjenja poljoprivrednog stanovništva će i dalje teći, ali ne tako dinamično kao ranijih godina. U budućnosti će se sve manji broj ljudi baviti poljoprivrednom proizvodnjom i živjeti od nje. Doći će do uvećanja broja radnika u nepoljoprivrednim zanimanjima na selu.

Sa druge strane smanjenje broja poljoprivrednog stanovništva, naročito aktivnog poljoprivrednog stanovništva, vodi produktivnijoj i racionalnijoj poljoprivrednoj proizvodnji. Transfer radne snage iz poljoprivrede u nepoljoprivredne delatnosti ima uticaj i na razvoj poljoprivrede i na razvoj delatnosti u koje ta radna snaga dolazi. U periurbanim područjima Beograda dolazi do smanjenja agrarnog stanovništva.

Pojava nedovoljne zaposlenosti radne snage u poljoprivrednim delatnostima doprinosi postojanju visokog agrarnog pritiska, odnosno viška poljoprivredne radne snage u odnosu na zemljišne fondove. Prisustvo visokog agrarnog pritiska karakteristično je za početnu etapu razvoja privrede, odnosno za privrednu nerazvijenost. Transfer poljoprivrednog stanovništva u nepoljoprivredne delatnosti otvara veće mogućnosti primene poljoprivrednih mašina u poljoprivrednoj proizvodnji. Na smanjenje broja poljoprivrednog stanovništva i agrarnog pritiska uticala je i promena strukture potrošnje stanovništva u pravcu većeg učešća industrijskih proizvoda.

Smatramo da se do sada proces odlaska poljoprivrednog stanovništva ravnomerno nadoknađuje uvođenjem poljoprivrednih mašina. Ovakva konstatacija može biti od relativnog značaja i za Beograd, odnosno da li postoji ravnoteža ili ne, zavisi od više faktora, odnosno može se uzeti više kriterijuma:

1. Da li naša poljoprivreda uspeva da proizvede dovoljno prehambenih proizvoda i dovoljno sirovina za industriju,
2. Zadovoljava li naš sadašnji izvoz poljoprivrednih proizvoda,
3. Da li je poljoprivreda dovoljno mehanizovana,
4. Koliki je stepen produktivnosti rada u našoj poljoprivredi i dr.

**Karakteristike kretanja poljoprivrednogstanovništva Beograda
prema popisu iz 2002. godine**

Literatura

1. Statistički godišnjak Beograda 1979, Republički zavod za statistiku, Beograd, 1980.
2. Statistički godišnjak Srbije 2007, Republički zavod za statistiku, Beograd 2007.
3. Popis stanovništva, domaćinstva i stanova 2002, Stanovništvo ukupno i poljoprivredno, knjiga 19, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2005.
4. Opštine u Srbiji 2007, Republički zavod za statistiku, Beograd 2008.
5. Grupa autora, Stanovništvo i domaćinstva Srbije prema popisu 2002. godine, Republički zavod za statistiku, Bograd, 2006.
6. Devedžić Mirijana., Demografske karakteristike starog stanovništva Beograda; Glasnik srpskog geografskog društva, broj 2, Bograd, 2007.
7. Kuburović Ankica, Rodna neravnopravnost na primeru socio-demografskih struktura stanovništva Beograda, Stanovništvo, br. 1, Beograd 2007.
8. Rašević Mirijana, Penev Goran, Demografska sadašnjost i neposredna budućnost Beograda, Sociološki pregled XXXV, Broj 3-4, Beograd, 2001.
9. Rašević Mirijana, Penev Goran, Demografska slika Beograda na početku 21. veka, Stanovništvo 1, Beograd.
10. Simonović Dragoljub, Ekonomika poljoprivrede, Univerzitet u Nišu, Niš, 1990.

**DEMOGRAPHY OF AGRARIAN POPULATION
IN BELGRADE ACCORDING TO 2002 CENSUS**

Abstract: There will still be decrease in the number of agrarian population of Belgrade, however, not so much as in the previous years. In the future, fewer and fewer people will be involved in agrarian production and live on it. There will be an increase in the number of people having jobs out of the agrarian industry. On the other hand, decrease in the number of agrarian population, especially active agrarian population will lead to a more productive and rational agricultural production. Work force transfer from agriculture to industries not related to agriculture will also influence the development of agriculture and industries to which the work force will be transferred.

Key words: agrarian population, transition, work force employment.

Zoran Simonović, Branko Mihailović, Dragoljub Simonović



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET

Časopis "EKONOMSKE TEME"

Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 201-213
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

PRIMENA KONCEPTA UPRAVLJANJA ZNANJEM U VIRTUALNIM ORGANIZACIJAMA

Mr Ivan Stefanović*

Mr Bojana Radević*

***Rezime:** Koncept upravljanja znanjem ima značajnu ulogu u razvoju virtualnih organizacija. Njegovom implementacijom, virtualne organizacije i svi njihovi članovi evoluiraju u učeće organizacije. Na ovaj način, virtualne organizacije se tokom vremena razvijaju putem organizacionog učenja i time ostvaruju stabilne konkurentske pozicije na promenljivom globalnom tržištu. U ovom radu je opisana struktura znanja u virtualnim organizacijama, proces učenja u njima, kao i proces upravljanja znanjem tokom svih faza životnog ciklusa virtualnih organizacija.*

***Ključne reči:** Virtualna organizacija, upravljanje znanjem, znanje, učenje, životni ciklus.*

Uvod

Trend permanentnog globalnog tehnološkog razvoja je uslovio da znanje postane jedan od ključnih organizacionih resursa. Organizacije koje su u stanju da upravljaju svojim ukupnim znanjem na optimalan način, obezbeđuju sebi veliki kapacitet za uspostavljanje vodećih konkurentskih pozicija na globalnom tržištu. To je ujedno i osnovni razlog zbog koga se u poslednje vreme velika pažnja u literaturi posvećuje konceptu organizacionog znanja (engl. *organizational knowledge*) i upravljanja znanjem (engl. *knowledge management*), kao i što se u sve većoj meri ovi

* Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd
UDK 005.94; Stručni rad
Primljeno: 10.02.2009.

koncepti pokušavaju na adekvatan način implementirati u sve ključne organizacione procese.

Koncepti organizacionog znanja i upravljanja znanjem su od ključnog značaja za virtualne organizacije. S obzirom da virtualne organizacije predstavljaju elektronski povezane mreže pojedinaca i organizacija sa ciljem ostvarivanja zajedničkih interesa, jasno je da ovi koncepti igraju važnu ulogu u povećanju njihove efektivnosti i efikasnosti. Organizaciona znanja koja u jednom trenutku postoje u okvirima virtualne mreže su, zbog međusobne heterogenosti organizacija koje čine tu mrežu, veoma raznolika i vredna. Bez implementacije odgovarajućeg procesa upravljanja znanjem, ta znanja, po završetku projekta i po rasformiranju mreže, mogu biti izgubljena.

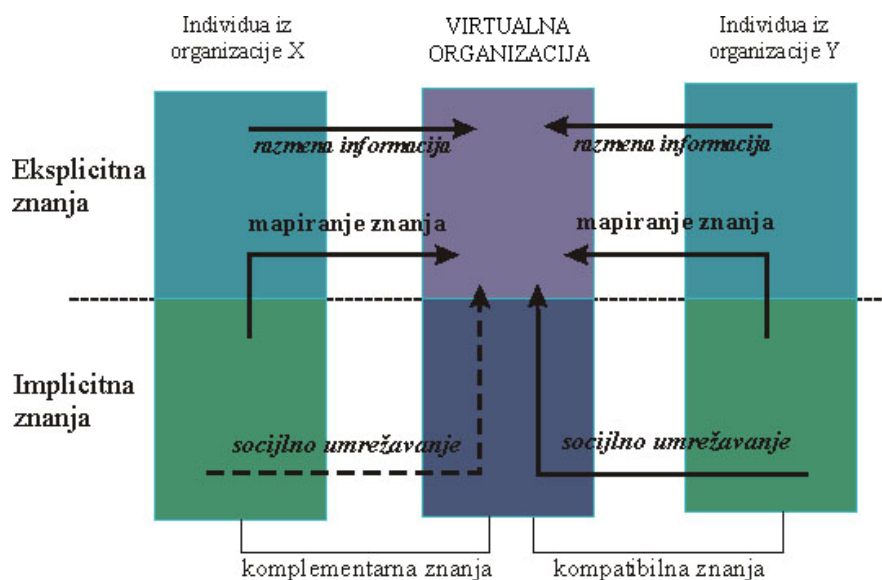
1. Struktura znanja u virtualnim organizacijama

Znanja koja se primenjuju unutar virtualne organizacije se mogu klasifikovati u odnosu na različite kriterijume. Na primer, znanja koja se koriste tokom funkcionisanja virtualnih organizacija mogu se klasifikovati u dve kategorije: kompatibilna znanja i komplementarna znanja [4]. Kompatibilna znanja se odnose na proširenje znanja koja zaposleni već poseduju, dok je kod komplementarnih znanja reč o znanjima koja nisu iz njihovog domena. Sa druge strane, znanja unutar virtualne organizacije se prema obimu (organizacionoj dimenziji) dele na: individualna, grupna, znanja unutar cele organizacije i znanja koja su interorganizacionog karaktera (npr. joint venture partnerstva). Ako posmatramo znanja preko kognitivne dimenzije, ona mogu biti: eksplicitna (koja mogu da se lako iskažu) i implicitna (koja se teško izražavaju, jer su obično vezana za odgovarajući kontekst; po nekim istraživanjima čak 42% ukupnih znanja spada u ovu kategoriju). Slika 1 ilustruje različite kategorije znanja unutar virtualne organizacije.

Virtualne organizacije karakteriše izražena problematika jedinstvenog (centralizovanog) ukupnog znanja usled postojanja različitih organizacionih entiteta koje karakterišu različite delatnosti, tehnologije, sistemi, procesi, strukture, pa i organizacione kulture. Zbog toga je neophodno uspostaviti model znanja koji će biti u stanju da definiše skup znanja, koji je neophodan za konkretnu organizaciju u određenom vremenskom intervalu, odnosno, koji je neophodan za konkretni projekat na kome je organizacija angažovana.

Primena koncepta upravljanja znanjem u virtualnim organizacijama

Model nastaje definisanjem zahteva za njegovo kreiranje. Zahtevom se definišu znanja koja su potrebna određenoj organizaciji, a sam model treba da prikaže koja su konkretna znanja potrebna svakom pojedincu koji je uključen u rad. To znači da je sama svrha modela zapravo da precizno definiše neophodnu strukturu znanja. Model mora da bude u kompjuterski čitljivom obliku i sastavni deo informacionog sistema organizacije, zbog čega je ontološki pristup za kreiranje ovog modela ujedno i najpogodniji [7]. Ontologija se definiše kao obrazac podataka koji predstavlja koncepte unutar jednog domena i odnose između tih koncepata. Ontologija opisuje objekte, klase (a to su zbirke ili tipovi objekata), atribute (karakteristike koje objekat ima) i odnose (način na koji su objekti međusobno povezani).



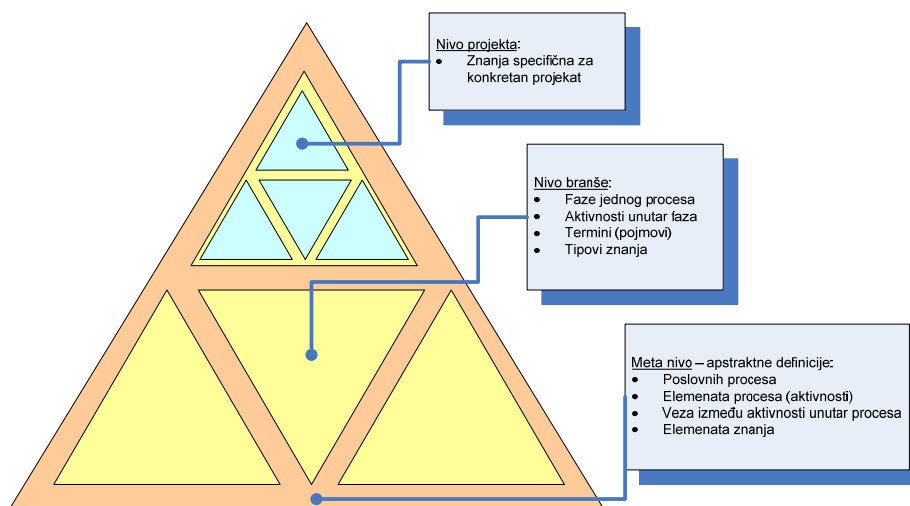
Slika 1: Komplementarna i kompatibilna znanja u virtualnoj organizaciji [2]

Prednost ontološkog pristupa leži u semantici, koja omogućava prikaz značenja svakog pojedinačnog procesa. Pogrešno razumevanje, koje može da bude slučaj u komunikaciji prilikom razmene znanja, mogu da uzrokuju dvosmisleni pojmovi, tj. različito značenje istih pojmova u različitim kontekstima. Semantika povezuje pojam sa kontekstom u kome se on primenjuje, tako da se problem dvosmislenosti i pogrešnog tumačenja eliminiše.

Model znanja, prema ontološkom pristupu, treba da se sastoji iz tri nivoa [7]:

1. Meta nivo (meta ontologija) – opisuje sve procese u organizaciji i njihove elemente.
2. Nivo branše (ontologija branše) – užiji je od meta nivoa i opisuje procese, organizacionu strukturu i znanja iz jedne branše. Unutar jedne branše poslovi i procesi se razlažu do najjednostavnijih, tako da se utvrđuje tačna alokacija tipova znanja po poslovima i procesima (reč je o tipovima, nečemu što je uopšteno, a ne o davanju konkretnih znanja za konkretne probleme) i
3. Nivo projekta (ontologija projekta) – treba da prikupi i opiše konkretna znanja potrebna za njegovo izvršenje.

Ontološki model znanja je ilustrovan na slici 2.



Slika 2: Ontološki model znanja

Rezultat implementacije ontološkog modela znanja je IT sistem koji upravlja pristupom skupu organizacionih znanja od strane svih članova organizacije, odnosno članova virtualne mreže.

2. Učenje u virtualnim organizacijama

Učenje u virtualnim organizacijama se razlikuje od drugih tipova interorganizacionog učenja (kao što je npr. učenje u strateškim alijansama) po dvema karakteristikama: orijentaciji ka informacionim tehnologijama i kraćoj socijalnoj povezanosti.

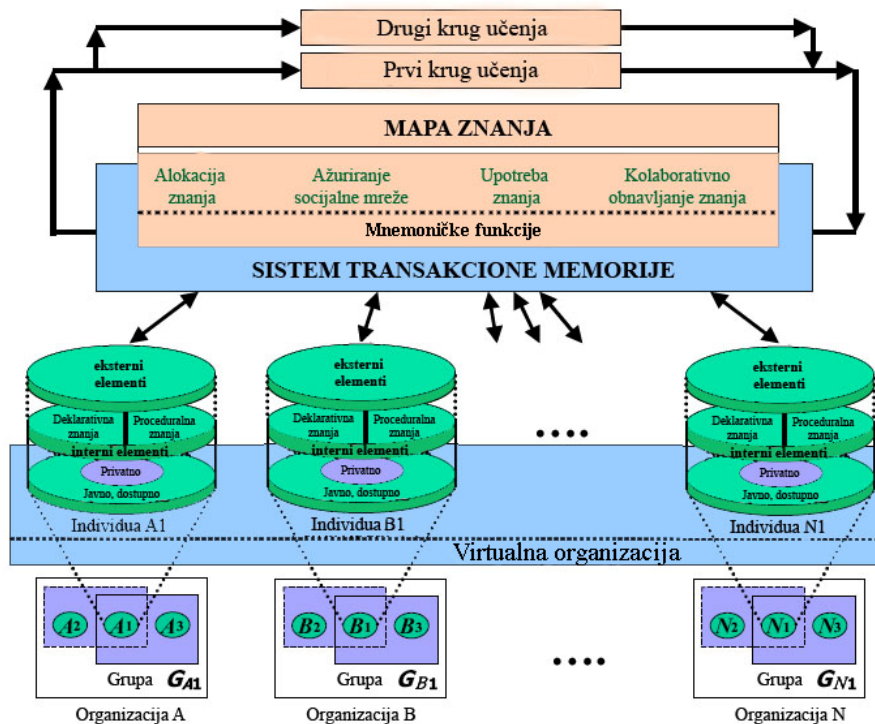
Primena koncepta upravljanja znanjem u virtualnim organizacijama

Pitanje učenja u virtualnim organizacijama se svodi na problem kako integrisati parcijalna znanja i metode pamćenja pojedinaca koji pripadaju različitim organizacijama. Za rešavanje ovog problema se koriste koncepti mapa znanja, menadžmenta baziranog na veštinama i transakcione memorije [2].

Koncept mapa znanja podrazumeva prikazivanje individualnih i grupnih znanja putem dijagrama. To je grafički prikaz prikupljenih informacija sa međusobnim vezama. Informacije mogu biti u formi teksta, priče, grafičkih prikaza, modela ili brojeva. Da bi mape bile od koristi, one moraju biti dostupne svima na svakom organizacionom nivou i prikazane u odgovarajućoj formi.

Menadžment baziran na veštinama u središte postavlja veštine, kompetencije, opis profila po pozicijama i radnim mestima. Ovaj koncept otkriva razlike između veština koje su potrebne za određeno radno mesto i veština koje zaposleni radnik poseduje. Takođe, on pomaže u razumevanju veza između veština i ciljeva poslovanja preko merljivih pokazatelja, tako da je moguće dati precizniji opis profila po pozicijama u organizaciji. Ovaj koncept ima bolju primenu od mapa znanja u poslovima koji nisu multidisciplinarni i koji su orijentisani na zadatak.

Koncept transakcione memorije [2, 9] objašnjava kako ljudi koji su u neposrednoj vezi razmenjuju saznanja, sisteme kodiranja, čuvanja i korišćenja informacija. Ovaj koncept ima dve glavne komponente: individualnu memoriju članova i transakcioni proces koji konstruiše i koristi individualne memorije kako bi svim članovima one bile na raspolaganju (slika 3). Na primer, jedna osoba ne zna nešto da uradi, ali zna koja osoba to zna da uradi, tako da će se njoj obratiti za pomoć. Transakcioni proces počinje onda kada određeni članovi grupe otpočnu sa saznavanjem nečega što spada u ekspertizu drugih članova. Ovaj koncept se može opisno prikazati preko deljenja direktorijuma u kompjuterskim mrežama i tri ključna procesa: ažuriranja direktorijuma (kada ljudi uče ono što inače spada u tuđ domen znanja), alokacije informacija (kada se nove informacije šalju do osobe u čiji domen spadaju) i obnavljanje informacija (kada se informacije koje nedostaju nalaze iz znanja u sličnim domenima).



Slika 3: Model učenja u virtualnoj organizaciji [2]

Transakciona memorija se može prikazati kao funkcija [2]:

$$T_{\text{mem}} = \{K_{\text{map}}, S_{\text{net}}, M_{\text{fun}}\},$$

gde je:

$K_{\text{map}} = \{K_{\text{obj}}, K_{\text{dep}}\}$, mapa znanja predstavljena preko objekata znanja (K_{obj}) i njihovih zavisnosti (K_{dep});

$S_{\text{net}} = \{I, R, S_{\text{link}}\}$, socijalna mreža sačinjena od individua (I), njihovih veza (R) i jačine tih veza (S_{link});

$M_{\text{fun}} = \{K_{\text{allocate}}, S_{\text{update}}, K_{\text{maintain}}, R_{\text{collaborate}}\}$, mnemonička funkcija koja uključuje alokaciju znanja (K_{allocate}), ažuriranje socijalne mreže (S_{update}), upotrebu znanja (K_{maintain}) i kolaborativno obnavljanje znanja ($R_{\text{collaborate}}$).

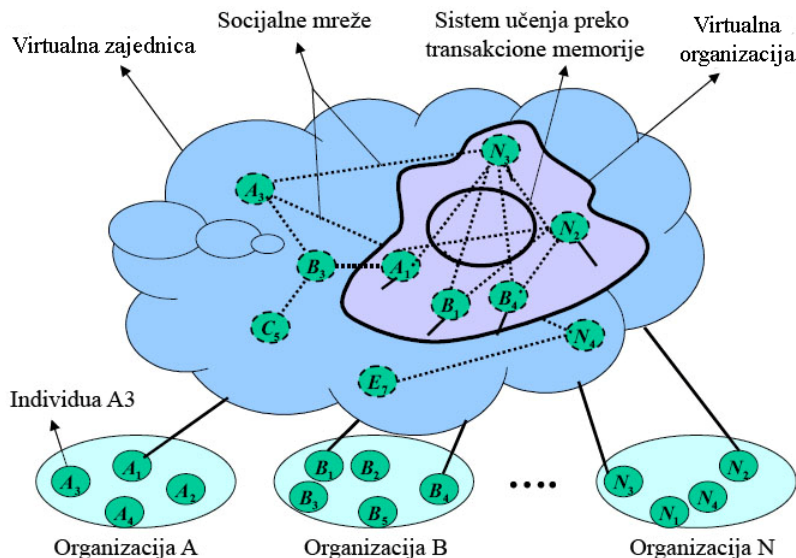
Mape znanja prikazuju znanja koja se nalaze u kontekstima (procesima, projektima i sl.) ili određenim sadržajima (domenima). Predložene su četiri mnemoničke funkcije koje služe za upravljanje i upotrebu mape znanja [2]:

Primena koncepta upravljanja znanjem u virtualnim organizacijama

1. Funkcija alokacije znanja, koja povezuje objekte znanja sa individuama iz socijalne mreže, tako da je moguće otkriti mesto (osobu) kojoj određeno znanje pripada. Ovde je moguće primeniti koncept menadžmenta baziranog na veštinama.
2. Ažuriranje socijalne mreže, funkcija koja osvežava veze koje nastaju među individuama u toku međusobnih interakcija koje se menjaju tokom vremena, a koje su predstavljene u socijalnoj mreži.
3. Upotreba znanja koja podrazumeva dodavanje, modifikovanje i brisanje objekata znanja i njihovih veza.
4. Kolaborativno obnavljanje znanja, koje obnavlja modele iz mape znanja kroz kolaborativni pristup transakcionim memorijama pojedinaca.

Pojedinci koji pripadaju jednoj virtualnoj organizaciji inicijalno moraju da obavljaju svoje poslove koristeći već stečena znanja i veštine. U virtualnim organizacijama su okupljeni pojedinci sa kompatibilnim i/ili komplementarnim znanjima, koji međusobno saraduju kako bi ispunili radni zadatak. Funkcija alokacije znanja pravi mapu znanja koja prikuplja različita znanja od pojedinaca unutar organizacije. Tehnike poput data mining se mogu koristiti u ovoj fazi. Kada je mapa znanja inicijalno konstruisana, pojedinac može da uoči nedostatke i da nauči kako da poveća individualnu memoriju, što se samim tim prenosi i u organizacionu memoriju. Ažuriranje mreže i upotreba znanja su funkcije koje podržavaju ovaj proces. Funkcija obnavljanja kolaborativnog znanja se koristi prilikom donošenja odluka, kada se uočavaju alternativni načini i biraju najbolji.

Kreiranje mape znanja se odvija brzo u virtualnim organizacijama, zbog prirode njihovog poslovanja. Pojedinci se u kratkom vremenskom roku upoznanju i razmenjuju informacije o ličnim ekspertizama. Time ekspertize dobijaju relativni karakter, jer su pojedinci upoznati sa znanjima drugih osoba i imaju predstavu kome mogu da se obrate prilikom rešavanja specifičnih zadataka. Takođe, kada novi radnik dođe u virtualnu organizaciju, on nije uključen u organizacionu memoriju. Pomoću transakcionog memorijskog sistema osoba može da identifikuje svoje mesto u socijalnoj mreži (odredi ulogu koja odgovara ličnoj ekspertizi), predstavi svoju ekspertizu i upozna se sa tuđim, kao i sa načinom funkcionisanja virtualne organizacije (slika 4). Ne postoji osoba koje može sve da zna. Funkcija obnavljanja znanja pomaže u tome da se otkrije koja su srodna znanja i gde se ona nalaze. Sve ovo rezultuje većom brzinom organizacionog učenja.



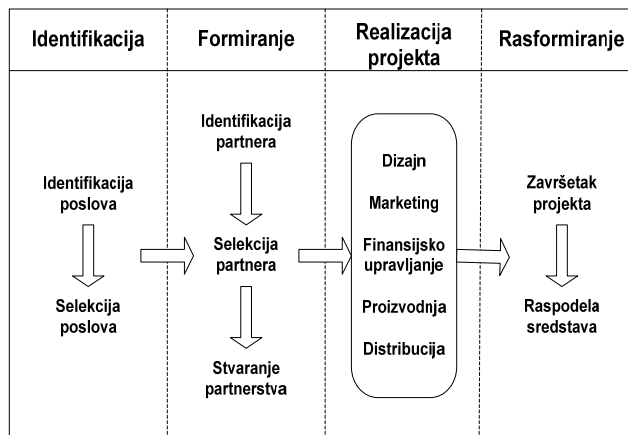
Slika 4: Formiranje virtualne organizacije i sistema učenja preko transakcione memorije [2]

3. Upravljanje znanjem tokom životnog ciklusa virtualnih organizacija

Proces upravljanja znanjem treba da prožima sve procese koji se odvijaju unutar virtualne organizacije, kako između njenih članova, tako i unutar svakog pojedinačnog člana. Institucionalizacija koncepta upravljanja znanjem u svim segmentima virtualne organizacije će neminovno dovesti do njihovog menjanja u vremenu u skladu sa naučenim, čime će virtualna organizacija kao celina zapravo postati učeća organizacija.

Ciljevi procesa upravljanja znanjem će se menjati u zavisnosti od konkretne faze životnog ciklusa u kojoj se virtualna organizacija nalazi, pri čemu se životni ciklus virtualnih organizacija može opisati kroz četiri faze: identifikacija poslova u okruženju, formiranje mreže, realizacija projekta i rasformiranje mreže [5]. Faze životnog ciklusa virtualne organizacije su ilustrovane na slici 1. Naravno, s obzirom da svaku od ovih faza karakterišu različiti ciljevi, i zadaci procesa upravljanja znanjem će se razlikovati u zavisnosti od faze životnog ciklusa u kojoj se organizacija nalazi.

Primena koncepta upravljanja znanjem u virtualnim organizacijama



Slika 5: Životni ciklus virtualnih organizacija [5]

Identifikacija prilika započinje istraživanjem tržišta, odnosno identifikacijom tražnje za određenim proizvodima ili uslugama. Na osnovu identifikovanih mogućnosti tržišne apsorpcije, ali i sopstvenih mogućnosti, organizacija vrši selekciju posla koji želi da realizuje. Ovo je faza koja traje od završetka jednog projekta, pa sve do početka novog, mada bi bilo poželjno da se aktivnosti identifikacije prilika odvijaju i tokom aktivnog rada na projektima. Drugim rečima, poželjno je da se ova faza odvija permanentno.

Tokom ove faze, organizacije treba u potpunosti da se posvete usvajanju novih znanja, kako na institucionalnom nivou (nivo organizacije), tako i na nivou svih pojedinaca u njoj. U ovoj fazi je poželjno identifikovati i mapirati sva postojeća relevantna tacitna znanja i iskustva (interna i eksterna), pretvoriti ih u eksplicitna i izvršiti njihovu institucionalizaciju, što će neminovno dovesti do konkretnih promena u načinu i dinamici funkcionisanja posmatrane virtualne organizacije.

Formiranje mreže se manifestuje kroz identifikaciju, a zatim i odabir članova koji će učestvovati u virtualnoj mreži (u ovom trenutku organizacija počinje da deluje kao broker virtualne mreže), da bi se na kraju mreža uobličila definisanjem položaja i uloge svakog člana mreže, zadacima koje treba da ostvare, standardima njihove realizacije, kao i njihovih prava i obaveza u toku realizacije projekta.

Organizacija koja želi da osnuje virtualnu mrežu (broker) prvo mora da analizira projekat koji je pred nju postavljen. Kada na osnovu izvršenih analiza utvrdi koji se poslovi moraju obaviti kako bi se projekat uspešno realizovao, na redu je formiranje mreže. Članovi mreže se pre svega biraju

na osnovu kompetencija koje poseduju. Za definisane poslove na izradi projekta, biraju se članovi koji nude najpovoljnije uslove ili kojima se veruje na osnovu pozitivnog iskustva iz proteklog perioda [6]. Međutim, izbor partnera za formiranje virtualne mreže može da predstavlja veliku teškoću. Potrebno je da broker, iz velikog skupa heterogenih organizacija, odnosno iz pula potencijalnih partnera, izvrši selekciju onih čije će kompetencije u najvećoj meri doprineti dostizanju ciljeva u okviru projekta, zbog koga se formira virtualna mreža. Proces selekcije mora da bude osmišljen tako da na kraju selekcionih filtera prođu organizacije koje imaju neophodne komplementarne kompetencije sa brokerom i drugim članovima koji su već unutar mreže. Realizacija adekvatne selekcije partnera podrazumeva da broker pre svega ima implementiran koncept upravljanja znanjem u sve svoje procese, ali i da poseduje različite metode, tehnike i instrumente, kao što su određene ontologije i mape znanja. Ontologije predstavljaju odgovarajuće domene konceptualizacije, dok su mape znanja zapravo vizualna interpretacija konkretnog domena znanja [8], o čemu je bilo više reči u prethodnom delu rada.

U ovoj fazi je neophodno uspostaviti informacione tokove koji će brokeru ukazati na ukupne mogućnosti okruženja, odnosno na sve organizacije ili pojedince u okruženju čija znanja i iskustva broker može da iskoristi radi realizacije ciljeva projekta, zbog koga se mreža i formira. Naravno, neophodno je da broker prvo definiše kriterijume za selekciju partnera u virtualnoj organizaciji i rangira ih po važnosti. Pri samoj selekciji se koriste savremena softverska rešenja koja podržavaju višekriterijumsku analizu. Međutim, broker mora da bude u stanju da, pored kratkoročnih interesa izbora partnera za trenutni projekat, uvažava i svoje dugoročne interese koji se odnose na njegove buduće projekte i sveukupan rast i razvoj u narednom periodu. U tom smislu treba istaći da višekriterijumska analiza predstavlja neophodno sredstvo za selekciju partnera za rad na projektu, ali je neophodno uvažavati i kvalitet odnosa sa partnerima iz prethodnih projekata, odnosno sa potencijalnim partnerima na budućim projektima. Zbog toga bi bilo svrsishodno izgraditi bazu podataka o što većem broju potencijalnih, bivših i postojećih partnera, koja bi morala permanentno da se ažurira, ali bi istovremeno olakšavala posao prilikom sastavljanja virtualnih mreža. Primena višekriterijumske analize i formiranje baze podataka o organizacijama iz okruženja treba da bude zadatak, ne samo brokera, već i ostalih organizacija koje žele da postanu članovi određenih virtualnih mreža. One će time sebi obezbediti donošenje kvalitetnijih odluka u vezi sa izborom virtualne mreže čiji će članovi postati.

Primena koncepta upravljanja znanjem u virtualnim organizacijama

Realizacija projekta je faza koja prati sve aktivnosti koje se odnose na dostizanje postavljenih projektnih ciljeva, odnosno ispunjavanje ugovorenih obaveza virtualne organizacije kao celine, ali i svih njenih članova zasebno, kao projektnih podugovarača. U ovoj fazi, sistem upravljanja znanjem treba da podrži sve oblike socijalnih interakcija koje se odigravaju između članova mreže [1].

Broker virtualne mreže koordinira aktivnosti svih organizacija ili pojedinaca u mreži, odabira i spaja sposobnosti prema proizvodu ili usluzi koju je specificirao klijent i na kraju pruža željenu vrednost klijentu. Tokom rada na projektu, koordinacija učesnika virtualne mreže je od presudnog značaja za dostizanje dogovorenih ciljeva. Koordinacija članova mreže se realizuje, pored standardizacija outputa projekta, i međusobnim usaglašavanjem svih članova virtualne mreže, koje se ostvaruje pomoću savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija i sveobuhvatnim usaglašavanjem putem baze podataka. Svaki član mreže ima pristup bazi podataka koja mu daje informacije neophodne za obavljanje njegovog dela ukupnog procesa, odnosno pristup bazi podataka sa svim relevantnim informacijama o drugim članovima mreže koji su u interakciji sa njim [3]. U ovoj fazi je poželjno organizovati zajedničke obuke, koje se mogu realizovati on-line, sa svrhom da sve organizacije unutar mreže aktivno uče jedna od druge, i na taj način ostvaruju sopstvene razvojne ciljeve.

Rasformiranje mreže je završna faza u životnom ciklusu virtualne organizacije koja započinje u trenutku završetka rada na projektu, da bi se zatim prešlo na prethodno ugovorenu podelu prihoda i eventualne zajedničke imovine. U ovoj fazi je potrebno organizovati analizu rada na upravo završenom projektu, od strane svih učesnika u mreži. Svako od njih treba da ukaže na dobre i loše strane realizacije projekta iz sopstvene vizure, kako bi se došlo do zajedničkih zaključaka. Ove zaključke svaka od članica mreže može da usvoji i implementira u praksu sopstvenog funkcionisanja u narednom periodu. Na taj način se obezbeđuje da se svaki član virtualne mreže zasebno razvija na bazi naučenog, što će unaprediti njihov učinak u novim mrežama čiji će članovi postati u budućem periodu.

Zaključak

U uslovima čestih i dramatičnih promena u okruženju, virtualne organizacije su se pokazale kao model koji je u stanju da ispolji zadovoljavajuće performanse. Međutim, organizaciona struktura sama po sebi neće dati zapažene rezultate, ukoliko nije dopunjena adekvatnom

dinamičkom komponentom koja će joj omogućiti da se adaptira na promene u okruženju. U pitanju je koncept upravljanja znanjem.

Koncept upravljanja znanjem je od izuzetnog značaja za funkcionisanje i razvoj virtualnih organizacija. Njegovom implementacijom u sve organizacione procese, obezbeđuje se solidna osnova za institucionalizaciju organizacionog učenja unutar virtualnih organizacija, čime one postaju učeće organizacije.

Uspostavljanjem virtualnih organizacija kao svojevrsnih učećih organizacija, povećava se stepen efektivnosti i efiksanosti kojim one nastupaju na tržištu, odnosno povećava se nivo njihove konkurentnosti. S obzirom da virtualne organizacije inače važe za visoko fleksibilne organizacione strukture, dodavanjem učeće komponente njihovom delovanju, pospešuje se njihova sposobnost adaptibilnosti na sve promene relevantnih uslova u okruženju, što je od velikog značaja za funkcionisanje svih organizacija u diskontinualnim uslovima savremenog globalnog okruženja.

Literatura

1. Akoumianaks D., Distributed Knowledge Management in Virtual Organizations: the Social Experience Factory, The Electronic Journal of Knowledge Management, Vol. 6, Issue 1, 2008.
2. Fu-Ren L., Sheng-cheng L., A Conceptual Model for Virtual Organizational Learning, Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, Vol. 11, Issue 3, September 2001.
3. Ranković Lj., Prokić S., Stefanović I., Osnovne strategijske i strukturne karakteristike virtualnih organizacija, IV Majska konferencija o strategijskom menadžmentu, Zaječar, 7-8. jun 2008.
4. Sheng-cheng L., Yu-Min W., Shee D.Y., A Conceptual Framework of Transactive Networks System, 41st Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Proceedings, Waikoloa, 7-10. January 2008.
5. Strader T.J., Lin F., Shaw M.J., Information Structure for Electronic Virtual Organization Management, Decision Support Systems, No. 23, 1998.
6. Jaško O., Stefanović I., Virtualne organizacije kao savremeno rešenje za upravljanje projektima, IX Internacionalni simpozijum iz projektnog menadžmenta YUPMA 2005, Zlatibor, 13-15. jun 2005.
7. Luczak Holger, Hauser Andreas, Knowledge Management in Virtual Organizations, www.wivu-server.de/docs/SM020_camera_ready_paper.pdf
8. Ljubić P. i grupa autora, Automated Structuring of Company Competencies in Virtual Organizations, Metodološki zvezki, Vol. 3, No. 2, 2006.
9. Wegner D.M., Transactive Memory: A Contemporary Analysis of the Group Mind, <http://www.wjh.harvard.edu/~wegner/pdfs/Wegner%20Transactive%20Memory.pdf>

**KNOWLEDGE MANAGEMENT CONCEPT APPLICATION
WITHIN VIRTUAL ORGANIZATIONS**

Abstract: Knowledge management concept has a significant role in development of virtual organizations. By implementing this concept, virtual organizations and all its members evolve in a form known as learning organizations. In this form, virtual organizations have capability of development based on organizational learning and by doing so, they achieve stable competitive position in the frequently changing global market. This paper depicts the structure of knowledge in virtual organizations, the learning process within them and knowledge management process in all stages of virtual organizations' lifecycle.

Key words: Virtual organization, knowledge management, knowledge, learning process, lifecycle.



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 215-227
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

ZAŠTO NASTAJU ŠPEKULATIVNI BALONI?

Mr Sanja Vučković*

Rezime: Pored velikog broja berzanskih krahova, razlozi za nastanak i pucanje špekulativnih balona nisu pouzdano utvrđeni. Postoji nekoliko objašnjenja, racionalne i iracionalne prirode. Racionalno formiranje visokih cena nastaje u uslovima optimističnih očekivanja u vezi sa budućim performansama kompanija. Ipak, čini se da su iracionalno ponašanje i psihologija investitora sastavni deo svakog berzanskog ciklusa. U tom smislu, treba proučiti efekte stampe, informacione kaskade, različitih heuristika i preferencija u ponašanju investitora. I državna intervencija, orijentisana ka unapređenju stabilnosti finansijskog sistema, mora da uvaži različite faktore za ponašanje berzanskih cena i špekulativnih balona.

Ključne reči: Špekulativni balon, psihologija investitora, efekat stampe, informaciona kaskada, heuristike, iracionalno bujanje

1. Uvod

Jedna od pojava na finansijskom tržištu jeste razvoj špekulativnih balona. Oni najčešće predstavljaju uvod u finansijsku krizu, koja ne zahvata samo finansijski sektor, već se često širi i pogađa različite segmente nacionalne i međunarodne privrede. Zbog toga je veoma bitno istražiti uzroke razvoja špekulativnih balona i sagledati ulogu psihologije investitora u tom procesu. Uz to, imajući u vidu nesavršenost slobodne konkurencije i tržišnog mehanizma kao regulatora ekonomskih aktivnosti, može se preispitati svrsishodnost određenih mera državne intervencije i ekonomske politike na finansijskom tržištu.

* Fakultet za poslovne studije, Megatrend univerzitet Beograd

UDK 336.7

Primljeno: 11.03.2009.

»Naduvavanje balona cena« na finansijskom tržištu, kao i njegovo »prskanje«, predstavljaju pojave koje nisu precizno definisane i istražene i pored mnogobrojnih berzanskih krahova u istoriji finansijskih tržišta. Često je do sloma berze dolazilo i kada se to nije očekivalo, dok je u drugim situacijama tržište opstajalo na visokom nivou i pored najava o neminovnom prilagođavanju cena nadole, ka realnijim, fundamentalnim nivoima. Na pitanje šta su to špekulativni berzanski baloni ili mehuri (*asset price bubble* ili *speculative bubble*) postoje različiti odgovori. U najkraćem, to su porasti cena koji nemaju racionalno ekonomsko objašnjenje. Najčešće se baloni opisuju kao situacije u kojima tržišne cene u dužem periodu i u istom smeru beleže kretanje koje odstupa od putanje određene fundamentalnim faktorima. Na berzama akcija to je najčešće oštar i trajan uspon cena akcija, koji nema uporište u očekivanom porastu dobiti i dividendi, a dimenzije balona se mere rastom odnosa tržišne cene i dobitka po akciji (P/E). Kada balon suviše naraste, dolazi do njegovog pucanja, što znači da cene menjaju smer i približavaju se realnijem nivou. Ipak, fundamentalni faktori i vrednost finansijskih instrumenata se ne mogu nedvosmisleno odrediti, pa je, samim tim, i odstupanje od ovog standarda teško merljivo. Šiler kaže da je »špekulativni balon situacija u kojoj se privremeno visoke cene održavaju zahvaljujući entuzijazmu investitora a ne konzistentnoj proceni realne vrednosti« [10]. U svakom slučaju, ukazivanje na kretanje cena, koje nije objašnjivo fundamentima jeste korisno, jer postoje dugotrajni usponi cena koji ne odražavaju formiranje balona. Drugim rečima, nije svaka uzlazna faza na finansijskom tržištu opasna, neracionalna i ne mora se završiti slomom berze.

2. Različiti koncepti nastajanja špekulativnih balona

Nepotpuno razumevanje špekulativnih balona dovelo je do nastanka različitih koncepata koji objašnjavaju ovaj fenomen. U delu stručne javnosti se zagovara teza da su baloni racionalna pojava, proistekla iz (racionalnih) očekivanja investitora o svetloj budućnosti korporativnog sektora i finansijskog tržišta, što se odražava na trajan uspon cena akcija. Polazi se, dakle, od stava da je tržište efikasno u informacionom smislu i da verno odražava sve raspoložive informacije. Uspon cena ne predstavlja, u stvari, balon, već samo odražava očekivanja o rastućim tokovima gotovine koje će akcije u dužem roku odbacivati. Zagovornici racionalnog pristupa formiranju balona pokušavaju da objasne različite berzanske krahove isključivo fundamentalnim faktorima. Tako Garber ukazuje na različite, neopravdano zaboravljene, fundamentalne poremećaje u poznatim ranim epizodama berzanskih slomova tokom 17. i 18. veka [6]. »Tulipomanija« je bila vezana

Zašto nastaju špekulativni baloni?

samo za lukovice lala obolelih od virusa, čije su posledice bile predivne šare koje se nisu mogle dobiti prirodnim ukrštanjem različitih vrsta lala; kada su se retke lukovice primile i razmnožile, cena lala je opala. Osim navedenih poremećaja na strani ponude, rasla je i tražnja: bogati Francuzi nisu pitali za cenu novih cvetova, jer su njihove dame, prateći novu modu, želele da originalnim lalama ukrase svoju odeću. Dva finansijska skandala iz 18. veka (»Misisipi balon« i »Balon Južnog mora«) takođe se, prema Garberovom mišljenju, mogu racionalno objasniti: ključnu ulogu u visokom rastu cena akcija imala su (utemeljena) očekivanja o velikim zaradama kompanija osnovanih s ciljem osvajanja neistraženih tržišta.

I Sigel brani stav o racionalnom formiranju balona cena ukazujući na činjenicu da se u analizi ove pojave mnogo pažnje poklanja kratkim vremenskim intervalima (danima, pa čak i minutima), umesto da se posmatra ono što je najmerodavnije za formiranje cena akcija – dugi rok očekivanih efekata ulaganja. On tvrdi da je, sa istorijske distance, visok nivo cena u 1929. i 1987. godini (nakon kojih je usledio sunovrat) u potpunosti opravdan visokim tokovima gotovine u četrdesetim, odnosno devedesetim godinama 20. veka. Prema proračunima koje je sproveo, visok nivo cena neposredno pre kraha berze bio je posledica dugoročno orijentisanih investitora, sa horizontom ulaganja od 30 godina. Dakle, nikakvog prenaduvanog balona nije bilo, nego su cene samo odražavale stavove investitora u pogledu očekivanih dugoročnih prinosa na tržištu akcija [12]. Favorizujući akcije kao dugoročni instrument ulaganja, Sigel čak tvrdi da su berze akcija u najvećem delu svog postojanja potcenjene i da samo u trenucima iskoka (formiranja balona) dostižu realnu vrednost [12, str. 12]:

»Samo povremeno, tokom perioda koji se najčešće opisuju kao »manijakalni« ili »špekulativni«, tržište se odvaja od potcenjenog stanja. Baloni nisu periodi iracionalnog, već periodi u kojima investitori podižu cene akcija do nivoa na kojima je margina iznad prinosa obveznica konzistentna sa profilom rizika i prinosa ovih aktiva.«

Ipak, čini se da su, i pored dejstva objektivnih ekonomskih snaga, razvoj i pucanje špekulativnih balona tesno povezani sa iracionalnim očekivanjima i psihologijom tržišta.

Iz prethodnih berzanskih kriza u različitim periodima funkcionisanja finansijskih tržišta mogu se uočiti znatna odstupanja od racionalnog ponašanja ljudi. Svako doba je bilo karakteristično po »novoj ekonomiji«, što je značilo da se otkrića precenjaju i da se predviđa svetla budućnost za inovativne forme poslovanja: prekookeanske trgovine, udruživanje akcionara, železnicu, razvoj preduzetničkog duha, razvoj tehnologije i komunikaciju u različitim oblicima. Sve je to trebalo da označi raskid sa

prošlošću i sposobnost tržišta da zaobiđe moguće potrese. Na finansijskom tržištu su razvijani specifični mehanizmi trgovine: prodaja na kratko, programirana trgovina, investiranje bez posrednika i neposrednog učešća na berzi, što je davalo osećaj moći i sposobnosti da se kontrolišu tržišna kretanja i sudbina investicija. Investiranjem su se bavili svi, bez obzira kom staležu ili struci pripadali. Investitori su očigledno skloni da previde znake upozorenja, a gramzivost ih zaslepljuje i vodi ka propasti. Ne može se prenebregnuti činjenica da su ranije države, a danas više velike korporacije i investitori, skloni prevarama i da investitori često nemaju sve relevantne informacije za odlučivanje. Ipak, samo u godinama nakon berzanskih slomova investitori su bili oprezniji; pamćenje, međutim, brzo bleđi i na svakih dvadesetak godina oni ponavljaju greške ulagača iz prošlosti. Činjenica da pomodni naziv preduzeća čije se akcije kupuju (*tronics* ili *dot com*) ima presudan uticaj na preferencije pri investiranju, predstavlja dokaz iracionalnog ponašanja. Investitori su skloni senzacionalizmu i radije ulažu u preduzeća koja obećavaju brzu zaradu. Iskazuju preveliki optimizam i samopouzdanje, odbacuju informacije koje ne potvrđuju njihove stavove ili želje, pokazuju odbojnost prema gubitku – ne žele da zatvore rizičnu poziciju na vreme (izbegavaju kajanje), čime ubrzavaju i intenziviraju pad cena akcija kada dođe do evidentnih znakova krize.

3. Racionalna objašnjenja efekta krda

Osnovna pitanja koja se postavljaju u vezi sa nastankom, razvojem i pucanjem špekulativnih balona jesu: zašto u prvoj fazi tražnja nadmašuje ponudu, te dolazi do kontinuiranog porasta cena, i zašto kasnije investitori naglo napuštaju (prodaju) hartije iz portfelja. Odgovor se može naći u činjenici da, po pravilu, većina investitora iskazuje jedinstveno grupno ponašanje koje se može opisati kao efekat stampeda ili krda (*herding*), koji se često javlja i nakon malog poremećaja (šoka).

Da li se efekat krda može uvek objasniti racionalnim faktorima? Kada na tržištu dođe, na primer, do porasta kamatne stope, obveznice postaju atraktivnije, pa će verovatno akcije postati manje interesantne za ulaganje. U navedenom slučaju se ne može reći da će bekstvo u obveznice i pad cena akcija biti posledica iracionalnih odluka investitora. Stampedo, uz to, može biti posledica nesavršenosti i specifične strukture finansijskog tržišta, koji nemaju neposredne veze sa psihologijom investitora i još uvek predstavljaju ambijent u kome odlučuju racionalni investitori. To je slučaj, prvo, sa procesom racionalnog odlučivanja u uslovima nejednakog vrednovanja javnih informacija, kada se zanemaruje bilo kakav doprinos privatnih informacija za odlučivanje. Na primer, poznato je da je centralna

Zašto nastaju špekulativni baloni?

banka objavila porast referentne kamatne stope, ali je nejasno da li to nagoveštava trajnu restriktivnu politiku ili privremenu meru. U takvim uslovima, investitori mogu da prate ponašanje drugih učesnika na tržištu i da zanemare svoje privatne informacije. Kada neki agent sledi tuđe ponašanje, ne znajući ishod odluke prethodnika i zanemarujući privatnu informaciju koju eventualno ima, dolazi do tzv. *informacione kaskade*, što označava prelivanje informacija sa jednog agenta na ostale u lancu i posledičnu konvergenciju ponašanja [2]. Primer dva nova restorana u ulici dobro objašnjava pojavu informacione kaskade. Prvi potencijalni gost mora da izabere u koji restoran će da uđe i bira jedan od dva prazna restorana samo na osnovu spoljnog izgleda. Sledeći gost kroz prozor vidi da je jedan restoran prazan, a da je u drugom jedan gost uslužen i, s obzirom na činjenicu da je neko već odlučio i pritom možda imao bolju informaciju, racionalno bira – drugi restoran. Trećem prolazniku je zadatak još lakši, jer u jednom restoranu sede dva gosta, dok je drugi prazan. Na taj način, krajnji rezultat može da bude da jedan restoran bude popunjen do poslednjeg mesta, a da drugi ostane prazan, iako objektivne razlike nema (ili je prazan restoran čak bolji) [1]. Dakle, preneseno na oblast finansijskih tržišta, stav da nivo tržišnih cena odražava prosečan stav investitora o vrednosti određenog instrumenta može da bude pogrešan. Umesto da tragaju za informacijama i racionalno razmotre korisnosti, ljudi ne troše uzalud sredstva i vreme (pošto prema tradicionalnoj teoriji ionako ne mogu da proniknu u tržište), pa slepo slede ponašanje drugih, koji su možda istraživali tržište i imaju pouzdanu privatnu informaciju. Teorija informacione kaskade, prema tome, sugeriše da je fundamentalna vrednost neodrživ koncept, jer tržišne informacije nisu ravnomerno zastupljene, distribuirane i vrednovane. Jedan od mogućih ishoda je istovetno ponašanje grupe investitora i rast/pad cena (formiranje/pucanje balona) i kada za to nema objektivnih razloga. Još jedna od zanimljivih implikacija informacione kaskade je da je sastavljeni lanac investitora i odluka lako lomljiv. Naime, investitori znaju da su osnove donesenih odluka krhke – njima je jasno da se nalaze u kaskadi i nisu uvereni da su prethodnici imali sasvim sigurne informacije na osnovu kojih su rangirali alternative, pa i mali poremećaj može porušiti uspostavljene trendove. Na primeru dva restorana to može biti, recimo, činjenica da je iskusni gurman izabrao do tog trenutka prazan restoran, da su gosti iz punog restorana to primetili, uznemirili se i promenili mesto na kome će jesti. Na finansijskom tržištu bi to značilo da u određenom trenutku (nakon, na primer, ubedljivog javnog saopštenja ili uverljive privatne informacije), špekulativni balon na tržištu pukne bez većeg opiranja investitora (odnosno, težnji da se smer kretanja cena zadrži). Petog decembra 1996. godine uticajni

šef američkog FED-a Alan Greenspan (*Alan Greenspan*), na poluzvaničnoj večeri prenošenoj preko televizije, javno se upitao (prema [11]):

»Ali, kako da znamo kada je iracionalno bujanje u punoj meri eskaliralo u vrednosti imovine, koja zatim postaje podložna neočekivanoj i produženoj kontrakciji kao što je slučaj u Japanu u poslednjoj deceniji.«

Nakon citirane Grinspenove izjave oštro su opale vrednosti indeksa na tržištu u Tokiju, zatim u Hongkongu, Londonu i Frankfurtu, a na otvaranju sledećeg dana i u SAD. Investitori nisu bili uvereni da tržišta zaista treba da budu na visokom nivou, pa su se lako predomislili. Izraz »iracionalno bujanje« (*irrational exuberance*) postaje veoma popularan, iako ga obazriviji Grinspen nikad više nije koristio.

U drugom racionalnom objašnjenju efekta krda naglašava se briga menadžera za reputaciju i zaposlenje u uslovima neproverenih informacija. Kada su, naime, menadžeri zabrinuti kako će tržište reagovati na njihove loše postupke (pogrešno odabran portfelj hartija od vrednosti), oni imaju podsticaj da imitiraju odluke većine prisutnih menadžera, naročito ako veruju da neki imaju više (pouzdatih) informacija. Tada će, ukoliko se *a posteriori* pokaže da je njihova odluka pogrešna, menadžeri imati opravdanje jer su svi menadžeri pogrešili. U suprotnom, oni moraju imati jače opravdanje za odluke donete suprotno opštem opredeljenju i stavovima tržišta. Dakle, umesto da pri odlučivanju slede svoje privatne informacije, *menadžeri imaju podsticaj da se, mimo bilo kakvog istraživanja, priključe dominantnoj tržišnoj struji i imitiraju ponašanje drugih* [9]. U određenim slučajevima se zarada menadžera određuje u zavisnosti od odstupanja njegovih rezultata od performansi nekog drugog repornog portfelja (tj. portfelja nekog drugog menadžera). Tada postoji još veći podsticaj da se pomno i pasivno prate kupoprodaje relevantnog menadžera.

4. Psihološki faktori formiranja špekulativnih balona

U više radova je istražen značaj i psiholoških faktora za nastanak špekulativnih balona. Oni se razlikuju u zavisnosti od vrste heuristika i preferencija koje se nalaze u fokusu analize, a zatim i od tipa informacije (privatne ili javne) koje pokreću investitore. Konačno, posebno se ističe značaj socijalnih interakcija između investitora.

U principu, teorije koje objašnjavaju varijabilitet cena na finansijskom tržištu mogu da objasne i formiranje špekulativnog balona. Na primer, *model formirane navike* ukazuje na činjenicu da će na visokim nivoima potrošnje (u ekspanzivnoj privrednoj fazi) sklonost ka investiranju

Zašto nastaju špekulativni baloni?

biti veća, što podrazumeva visoku tražnju i kontinuirani rast cena. Dalje, na tržištu u usponu odbojnost prema gubitku u proseku opada, što dovodi do većeg prihvatanja rizika, manje zahtevane stope prinosa i daljeg uspona cena.

Najveća pažnja se ipak posvećuje *samouverenosti* i *optimizmu* investitora. Šiler navodi da je poverenje u berze na američkom tržištu tradicionalno na izuzetno visokom nivou. U poslednjih nekoliko godina 20. veka više od 95% investitora se slagalo da su akcije najbolji mogući finansijski instrument za ulaganje na dugi rok, oko 90% da bi se berza već za nekoliko godina oporavila kada bi došlo do njenog sloma, a 75% investitora je smatralo da nakon pada indeksa za 3% u jednom danu sutradan sledi njegov porast (a ne dodatni pad). Navedeni rezultati su bili zastupljeni i nakon pada tržišta u periodu 2000-2002. Oni se mogu objasniti samo subjektivnim iskustvom i slabim pamćenjem – vremenske serije pokazuju da nakon većih poremećaja na berzi oporavak ne dolazi brzo. Investitori radije pamte skorašnje periode uspona berze i ne vole da se sećaju epizoda višegodišnjih kriza iz dalje prošlosti.

Zanimljiva je Šilerova sistematizacija faktora koji utiču na savremena finansijska tržišta. Pored fundamentalnih snaga i osnovnih ekonomskih zakona (produktivnost, profit, kamatne stope i sl.), tu su i različiti faktori koji pojačavaju iracionalne stavove investitora. Značajan je proboj Interneta, »koji ljudima daje osećaj da vladaju svetom«. S obzirom na rasprostranjenost Interneta, mnogo je lakše zamisliti posledice napretka tehnologije u ovoj oblasti nego, na primer, u brodogradnji ili razvoju novih materijala. Napredak zapadnih ekonomija i paralelni razvoj Interneta, kod ljudi je stvorio utisak da su ove dve pojave blisko povezane i da je nova tehnologija omogućila dugoročni privredni razvoj u kome su krize manje moguće i opasne. Takođe, raspad komunizma i SSSR, tranzicija u zemljama Istočne Evrope, put Kine ka tržišnoj ekonomiji, finansijske krize u Latinskoj Americi i Jugoistočnoj Aziji u drugoj polovini devedesetih, stvorili su utisak da su politički i ekonomski rivali slabi, pa je u zapadnom svetu zavladao osećaj trijumfalizma, koji, kombinovan sa patriotskim osećanjima nakon razbuktavanja terorizma, predstavlja dobru podlogu za agresivnije ponašanje na domaćem tržištu. Vladavina novca i materijalnih interesa u čitavom svetu izbacuje tržište akcija u prvi plan, pa ljudi smatraju da su gospodari svoje sudbine i da treba da prihvate rizik investiranja na berzi. Poreska reforma tokom devedesetih u razvijenim zemljama, koja je obećavala smanjenje poreza na kapitalni dobitak, upućivala je investitore na držanje akcija u portfelju, a obeshrabrivala je prodaju i realizaciju dobitaka; kao posledica, ponuda na tržištu je bila niža, što je održavalo tržište na visokom nivou.

Generacije dece rođene u prve dve decenije nakon Drugog svetskog rata (bejbi bum generacije) sazrele su i postale deo teme o kojoj se veoma često govori u kontekstu pokretačke snage privrede; jedna od najprodavanijih knjiga krajem devedesetih godina predviđala je kraj buma američkih berzi tek 2009. godine, jer tada počinje da opada broj ljudi koji imaju 46 godina (kada bejbi bum generacija gubi dominantan uticaj). Dalje, televizijske stanice koje emituju pretežno vesti postaju deo svakodnevice; danas i televizije i novine mnogo veću pažnju posvećuju ekonomiji (i naročito berzi) nego ranije, što ostavlja utisak da je normalno da se i stanovništvo uključi u investiranje. Ovome doprinose i tržišni analitičari, koji su često povezani sa kompanijama i bankama, a, pri tome, favorizuju u svom izveštavanju kupovinu akcija: u 1999. godini prilikom praćenja 6.000 kompanija analitičari su samo u 1% slučajeva savetovali da se akcije prodaju a u 70% slučajeva da se one kupe. Rasprostranjenosti investiranja doprinose i penzioni planovi koji zaposlenim nude mogućnost da investiraju i tako povećaju primanja za penzijske dane; i zvanična poreska politika preko različitih olakšica i stimulacija ohrabruje ovakve transakcije. Dinamičan porast broja uzajamnih fondova uvlači i laike na finansijsko tržište, jer ljudi misle da će prepuštanjem odluke ekspertima izbeći promašene investicije; inače, naziv za ove investicione kompanije je lukavo izabran, jer su berzanski krah iz 1929. godine izbegle neke finansijske institucije koje su u svom nazivu imale upravo reč »uzajamni« (*mutual*) – pošto današnji uzajamni fondovi nemaju veze sa tim institucijama od poverenja, reč je očigledno o nameri da se ljudi osećaju sigurnijim i opuštenijim u berzanskoj utakmici. Razvoju finansijskog tržišta pogoduje i niska inflacija u poslednjih dvadesetak godina u razvijenim zemljama, koja uliva poverenje u sigurnost tržišta i prinose. Konačno, sklonost ka kockanju je znatno povećana u devedesetim godinama: u 1998. godini 125 miliona Amerikanaca je učestvovalo u igrama na sreću, a za 7,5 miliona građana je ocenjeno da su patološki kockari; ova činjenica upućuje na zaključak da je sklonost ka preuzimanju rizika izuzetno visoka.

U jednom od radova u kome je detaljnije razrađen uticaj psihologije na investiranje, pretpostavlja se da investitori slede principe impulsivne trgovine, kada reaguju na poznatu tržišnu informaciju – uočeno kretanje cena hartija od vrednosti u proteklom periodu: kada je cena porasla, oni kupuju, i obrnuto, prodaju kada cena opada. Često investitori prate kratkoročni trend i pokušavaju da se prilagode kretanjima na tržištu. Ukoliko se, sa druge strane, pretpostavi da arbitražeri imaju informacije o fundamentalnim vrednostima hartija od vrednosti, to ne znači da će oni uvek uticati na primirivanje tržišta i približavanje cena realnom nivou. Naprotiv, njihov racionalni odgovor na prisustvo impulsivnih trgovaca može biti praćenje trenda i priključivanje

Zašto nastaju špekulativni baloni?

tržištu. Naime, ukoliko arbitražeri mogu da predvide ponašanje impulsivnih trgovaca (a, kako je rečeno, pretpostavlja se da je obrazac njihovog investiranja predvidljiv), onda će *arbitraža pojačati uticaje impulsivnih trgovaca i još više destabilizovati tržište*. Kada arbitražeri čuju dobru vest, oni znaju da će posledični inicijalni rast cena stimulisati kupovine impulsivnih trgovaca u sledećem periodu. Zbog toga će racionalni investitori već danas kupovati više i, na taj način, uticati na tekući porast cena iznad fundamentalnog nivoa. Dakle, i pre nego što su impulsivni investitori počeli da kupuju, doći će do natprosečnog rasta cena i za to su odgovorni informisani racionalni trgovci. Kada u budućem periodu impulsivni trgovci počnu da kupuju hartije čija cena raste, doći će do ubrzanog rasta cena, da bi u jednom trenutku arbitražeri počeli da se oslobađaju precenjenih hartija i cene počele da opadaju ka fundamentalnom nivou [4].

Način investiranja Džordža Soroša (*George Soros*) u velikoj meri potvrđuje opisani mehanizam. Na primer, tokom šezdesetih godina 20. veka slabo informisani investitori su bili oduševljeni porastom godišnjih profita konglomerata u SAD. Investicija zasnovana na pravim informacijama, prema Sorošu, trebalo je da bude dalja kupovina akcija tih preduzeća, a ne prodaja (pošto se očekuje kolaps cena, do čega je zaista došlo do kraja decenije). Naime, inicijalna kupovina od strane špekulanata dovela je do povećanja apetita neinformisanih investitora, porasta tražnje i cena akcija. Kasnije su špekulanti ostvarili ogromne zarade od prodaje precenjenih akcija. Do zanimljivih rezultata, koji takođe potvrđuju postavljenu hipotezu, došli su Fišer i Statman, utvrdivši da je u 2000. godini oko polovina anketiranih (od jedne hiljade) investitora verovala da je tržište prenaduvano, ali da će i dalje da raste. Čak 80% investitora je verovalo da je to pravo vreme za investiranje. *Investitori, dakle, smatraju da špekulativni balon neće odvratiti mnogo učesnika na tržištu i da nerealno visoka cena akcija može potrajati* [5]. Raspoloženje investitora se u 2001. godini, nakon pada vrednosti tržišta, naglo promenilo: sada je samo jedna trećina investitora verovala da je prisutan špekulativni balon, pri čemu se u proseku u sledećoj godini očekivao dalji pad tržišta. Znači, investitori su i u 2000. i u 2001. godini predviđanja o budućem kretanju cena zasniivali na ekstrapolaciji rezultata iz bliske prošlosti.

Tvrđenje da racionalni investitori mogu da doprinesu formiranju špekulativnog balona izaziva oprečne ocene. Ukoliko je hipoteza da se arbitražeri svesno priključuju euforiji (*ride the bubble*) tačna, to bi značilo da je osnovni argument uspostavljanja ravnotežnih cena u kontekstu tradicionalne teorije – netačan. Empirijska istraživanja su zaista pokazala da *i racionalni trgovci koriste stanje balona na finansijskom tržištu*.

Objašnjenje je jednostavno: žele da ostvare profit od rastućih cena pre nego što dođe do njihovog vraćanja na realniji nivo. Navedena pojava se mogla uočiti još u vreme Balona Južnog mora, kada je jedna londonska banka (*Hoare's Bank*) znala da je formiranje balona u toku, ali se, svejedno, upustila u trgovinu, kupovala akcije, na vreme povukla (prodala akcije) i ostvarila profit od izuzetnih 28.000 funti [13]. Za vreme skorašnjeg eksplozivnog porasta cena akcija tehnološkog sektora u SAD, pojedini investicioni fondovi su se priključili masi, kupovali akcije u usponu i prodali ih pre kraha [3].

Prethodnoj analizi investiranja arbitražera i impulsivnih trgovaca može da se uputi jedna zamerka: pretpostavlja se da između investitora nema nikakve komunikacije i razmene informacija. Pošto navedena pretpostavka nije u potpunosti ispravna, postavlja se pitanje da li interakcija između investitora utiče na njihovo ponašanje i na formiranje tržišnih cena. Investitori mogu da uče iz ponašanja drugih ili da međusobno razgovaraju, hvale se i teše nakon uspešnih i neuspešnih investicija. Šiler navodi rezultate ankete, u kojoj su na pitanje šta je privuklo njihovu pažnju pri odabiru akcija anketirani postavili na prvo mesto razgovor sa prijateljima i rođacima [10]. Hong, Kubik i Stajn su razvrstali 7.500 američkih domaćinstava na socijalna i asocijalna, u zavisnosti od toga da li razgovaraju sa svojim komšijama i da li idu u crkvu. Nakon izuzimanja uticaja drugih relevantnih faktora (obrazovanje, rasa, imovina), pokazalo se da druželjubivi ljudi više investiraju na berzi: verovatnoća da oni investiraju je za 4% veća nego za preostale anketirane (za belce verovatnoća je još veća i iznosi 8%) [8]. Takođe je utvrđeno da i profesionalni finansijski menadžeri (u investicionim fondovima) imaju sklonost da kupuje (drže ili prodaju) iste akcije kao njihove kolege iz istog grada. Ovaj rezultat nije posledica uočene sklonosti ka investiranju u lokalna preduzeća, jer se imitira ponašanje i kada je reč o manje poznatim akcijama udaljenih kompanija [7]. Može se zaključiti da do grupnog ponašanja investitora, formiranja balona i njegovog pucanja modu da dovedu i lični kontakti i međusobni razgovori. *Javne informacije o fundamentima ne moraju da budu odlučujuće za promene na finansijskom tržištu*. Robert Šiler iznosi viđenje koje dobro opisuje funkcionisanje savremenog finansijskog tržišta [10, str. xxxiv]:

»Tržište je na visokom nivou zahvaljujući kombinovanom efektu različitih razmišljanja miliona ljudi, od kojih retko ko oseća potrebu da preuzima pažljivo istraživanje o vrednosti dugoročne investicije na tržištu akcija i koji su podstaknuti svojim emocijama, slučajno primećenim stvarima i percepcijom uvreženih stavova.«

Zašto nastaju špekulativni baloni?

Može se postaviti pitanje da li problemi u funkcionisanju finansijskih tržišta (i naročito slomovi tržišta akcija) treba da izazivaju bojazan i veliku pažnju, pošto je u neku ruku reč o korekciji tržišta i svođenju cena na pravu meru (tj. fundamentalnu vrednost). Profesionalni investitori su svesni činjenice da preuzimaju rizik i da postoji mogućnost da pretrpe gubitak. Ipak, treba imati u vidu posledice sa kojima se obični ljudi suočavaju. Budućnost velikog broja ljudi zavisi od finansijskog tržišta ili, preciznije, od prinosa ulaganja koje je trebalo da omogući veću potrošnju u vremenu koje dolazi. Često su ljudi podstrekivani da ne ostanu pasivni i da ulažu na finansijskom tržištu, kako bi oplodili svoje sredstva i uvećali kapital za finansiranje planiranih aktivnosti. Na primer, ljudi koji su ulagali deo prihoda za buduće obrazovanje svoje dece mogu da pretrpe pad vrednosti portfelja i da se suoče sa činjenicom da je planirano školovanje nemoguće. Stariji, koji su tokom radnog veka ulagali u penzione planove, mogu doživeti da pasivno posmatraju propast svojih ulaganja i snova o mirnim danima u penziji. Koledži i fakulteti se mogu suočiti sa činjenicom da poslovanje zadužbina nije uspešno, što će se odraziti na broj odobrenih stipendija i uslove školovanja i života studenata. Dakle, konstatacija: »svođenje finansijskih cena na niži nivo predstavlja jednu od neizbežnih faza u funkcionisanju tržišne privrede«, treba posmatrati u kontekstu potencijalnih problema različitih slojeva stanovništva. U krajnoj liniji, *osim ličnih tragedija, ispoljiće se potresi i na makro planu: veći socijalni izdaci i opterećenost budžeta, porast nezaposlenosti i ugrožavanje razvojnih performansi privrede.*

5. Državna intervencija i sprečavanje špekulativnih balona

Imajući u vidu iracionalne špekulativne balone, berzanske krahove, prevarene investitore, osiromašene građane, potencijalnu nerazvijenost finansijskog tržišta i suboptimalne rezultate nacionalne privrede, nameće se zaključak da je državna intervencija na finansijskom tržištu neophodnost. Ipak, pre nego što se tako zaključi, treba pažljivo razmotriti nekoliko pojava i principa svojstvenih ljudskoj prirodi i savremenom finansijskom tržištu.

U prilog tvrđenju da državna intervencija nije poželjna ide činjenica da su *kreatori ekonomske politike, jednako kao učesnici na finansijskom tržištu, podložni psihološkim zamkama u odlučivanju.* Podsticaji da zvaničnici prevaziđu psihološka ograničenja mogu da budu čak slabiji od motiva investitora, s obzirom na neposrednu štetu (novčani gubitak) koju učesnici na tržištu trpe. Investitori imaju jaču volju da unaprede svoje ponašanje i izbegnu greške pri odlučivanju, jer se njihova neuspešna odluka ogleda u gubitku novca, posla i reputacije. Dalje, upravljanje privredom trpi

velike uticaje iz oblasti politike i kreatori ekonomske politike mogu da budu pod pritiskom različitih interesnih grupa. Akademski ekonomisti koji utiču na kreiranje zvaničnih stavova o ekonomskoj politici, takođe podležu trenutnim, često pomodnim, teorijama i praksama. Ne postoji, dakle, garancija da regulacija aktivnosti na finansijskom tržištu vodi boljim rezultatima sa stanovišta pojedinaca i društva u odnosu na slobodnu konkurenciju.

Kreatori ekonomske politike treba da imaju u vidu još dva bitna pitanja pri razmatranju stepena i oblika intervencije. Prvo je stepen samokontrole ljudi, a drugo je odnos između etike i efikasnosti u ekonomiji. Ljudi su često svesni da im nedostaje moć samokontrole, pa ili odlažu neprijatne radnje za neko bolje vreme ili svesno ograničavaju nedisciplinovano buduće ponašanje (čak i po cenu snošenja određenih troškova). Drugo, i pored tvrdnji da je tržište surovo i da se najbolje može opisati kao »bara puna krokodila«, mogu se primetiti altruizam i uvažavanje društvenih preferencija – ljudi ponekad odustaju od optimalnog rešenja ukoliko će ono ugroziti interese drugih i zadovoljavaju se manje dobrim ishodom ako i drugi ljudi od toga imaju koristi. Dakle, efikasnost ne mora uvek da pobeđi etiku, pa bi i državna intervencija koja bi uključivala socijalne elemente mogla da naiđe na odobravanje javnosti i investitora.

6. Zaključak

Pri donošenju investicionih odluka na finansijskom tržištu psihološki faktori imaju veliki značaj. Investitori koji ignorišu ovu činjenicu mogu doživeti velike gubitke. Bez obzira da li efikasnost tržišta prihvatimo kao dugoročno ravnotežno stanje oko koga postoje (retka ili česta) odstupanja ili negiramo njenu bilo kakvu utemeljenost, jasno je da investitori ne odlučuju bez emocija, sledeći isključivo razum. Ova činjenica ima značajne implikacije za funkcionisanje finansijskog tržišta, zbog čega psihologiju investitora treba da uvažava i kreatori ekonomske politike pri koncipiranju odgovarajućih mera državne intervencije na finansijskom tržištu.

Literatura

1. Banarjee, A. (1992), "A Simple Model of Herd Behavior", *Quarterly Journal of Economics*, 107(3), 797-817.
2. Bikhchandani, S, D. Hirshleifer and I. Welch (1992), "A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Information Cascades", *Journal of Political Economy*, 100(5), 992-1026.

Zašto nastaju špekulativni baloni?

3. Brunnermeir, M. and S. Nagel (2004), "Hedge Funds and Technology Bubble", *Journal of Finance*, 59(5), 2013-2040.
4. De Long, B. A. Shleifer, L. Summers and R. Waldmann (1990), "Positive Feedback Investment Strategies and Destabilizing Rational Speculation", *Journal of Finance*, 45(2), 379-395.
5. Fisher, K. and M. Statman (2002), "Bubble Expectations", *Journal of Wealth Management*, Fall, 17-22.
6. Garber, P. (1990), "Famous First Bubbles", *Journal of Economic Perspectives*, 4(2), 35-54.
7. Hong, H., J. Kubik and J. Stein (2003), "The Neighbor's Portfolio: Word-of-Mouth Effect in the Holdings and Trades of Money Managers", NBER Working Paper No. 9711.
8. Hong, H., J. Kubik and J. Stein (2004), "Social Interaction and Stock-Market Participation", *Journal of Finance*, 59(1), 137-163.
9. Scharfstein, D. and J. Stein (1990), "Herd Behavior and Investment", *American Economic Review*, 80(3), 465-479.
10. Shiller, R. (2000), *Irrational Exuberance*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey.
11. Shiller, R. (2001), "Definition of Irrational Exuberance – Origin of Term", <http://www.irrationalexuberance.com/definition.htm>, (sajtu pristupljeno 18. oktobra 2008).
12. Siegel, J. (2003), "What is an Asset Price Bubble? An Operational Definition", *European Financial Management* 9(1), 11-24.
13. Temin, P. and H. Voth (2003), "Riding the South Sea Bubble", MIT Working Paper No. 04-02.

WHY DO SPECULATIVE BUBBLES EMERGE?

Abstract: Notwithstanding great number of stock market crashes, reasons for emergence and bursting of speculative bubbles are not known with certainty. There are several explanations, both rational and irrational. Rational emergence of high prices occurs under optimistic expectations considering future corporate performance. Nevertheless, it seems that irrational behaviour and psychology of investors are constituent elements of every market cycle. In that sense, it is needed to analyze herd effect, information cascades, various heuristics and preferences in investor's behaviour. Government policy, oriented towards financial system stability, has to acknowledge various factors important for stock market prices and speculative bubbles.

Key words: Speculative bubble, psychology of investors, herding, information cascades, heuristics, irrational exuberance



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET

Časopis "EKONOMSKE TEME"

Godina izlaženja XLVII, br. 2, 2009., str. 229-240
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 523 268

POLITIKA ZAŠTITE KONKURENCIJE U SRBIJI – STANJE I PERSPEKTIVE

Ivan Đekić*

Rezime: Autor u ovom radu predstavlja stanje u kome se nalazi zaštitna konkurencije u Srbiji, i na osnovu njega ukazuje na buduće prioritete politike zaštite konkurencije. Sama politika zaštite konkurencije se sagledava kroz četiri ključna faktora koji su se desili u bližoj prošlosti, a još uvek utiču, ili koji trebaju da se dese u bližoj budućnosti i prema kojima se moramo unapred odrediti. Paralelno sa određenim političkim prioritetima prikazan je istorijski uvid regulisanja konkurencije, zatim dostignuti nivo u pravu konkurencije Srbije i izgrađeni institucionalni okvir. Takođe su prikazani praktični problemi i slučajevi narušavanja funkcionalne konkurencije na tržištu, a to pre svega u vidu postojanja restriktivnih sporazma, zloupotrebe dominantnog položaja i koncentracija, kao i reakcija Komisije u datim slučajevima.

Ključne reči: politika zaštite konkurencije, pravo zaštite konkurencije, institucionalni kapaciteti, faktori okruženja.

Uvod

U sistemu slobodnog tržišnog privređivanja, koji preovlađuje u savremenom svetu, sprovođenje politike i prava zaštite konkurencije služi ostvarenju važnih ekonomskih i političkih ciljeva, između ostalog: povećanju ekonomske efikasnosti privrednih subjekata i podsticanju njihove inovativnosti i razvoja, pravilnoj alokaciji ekonomskih resursa, uspostavljanju i očuvanju ravnopravnosti uslova u ponudi robe i usluga na tržištu, pravnoj raspodeli društvanog dohodka, jačanju konkurentnosti domaćih privrednih subjekata u nacionalnoj i međunacionalnoj tržišnoj

*UDK 346.9; Stručni rad
Primljeno: 29.08.2008.

utakmici i, u krajnjem ishodu, ekonomskom blagostanju društva u celini i svakog pojedinca ponaosob. Politika i pravo zaštite konkurencije čine normativni i institucionalni okvir koji omogućava da zakoni slobodne tržišne utakmice, kao dokazani neophodni činilac ekonomskog razvoja, neometano deluju. Efektivna primena prava konkurencije jedan je od ključnih uslova za spremnost države za pristupanje Evropskoj uniji. Otuda primena propisa i sprovođenje politike zaštite konkurencije, osim neospornog dugoročnog ekonomskog značaja, ima i kratkoročnu i neposrednu političku važnost za Republiku Srbiju.

Zaštita konkurencije u Srbiji se sa sadašnje pozicije sagledava u svetlu Zakona o zaštiti konkurencije iz 2005. godine, kao i na osnovu rada Komisije za zaštitu konkurencije. Sa druge strane veoma su važni faktori okruženja, kao što je potpisivanje Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, a samim tim i pretstojeća liberalizacija spoljnotrgovinskih odnosa sa EU, kao i opredeljenost Srbije za ekonomske i pravne reforme i tržišni sistem privređivanja, što je navedeno i u novom Ustavu.

1. Istorijski pregled regulisanja konkurencije u Srbiji

Srbija spada u red malobrojnih zemalja koje su još početkom 19. veka, doduše u rudimentalnom obliku, počele sa regulisanjem nekih oblika konkurencije. Tako je već 1822. godine u Srbiji bio donet propis kojim je trgovcima stoke bilo zabranjeno da kude stoku drugih trgovaca, a kao kazna zbog nepoštovanja ovog pravila predviđeno je isključenje takvog trgovca iz udruženja. Sto godina nakon ovog prvog propisa 1922. godine u Kraljevini Srba, Hrvata i Slovenaca donet je Zakon o zaštiti industrijske svojine u kome su, između ostalog, bila regulisana pitanja povrede prava industrijske svojine. Na prvi Zakon o suzbijanju nelojalne konkurencije se čekalo do 1930. godine, kada ga je donela Kraljevina Jugoslavija, ispunjavajući preuzetu obavezu Srbije kao potpisnice Pariske konvencije o zaštiti industrijske svojine. Zakon je donet po ugledu na odgovarajuće zakone tog doba, a posebno po ugledu na austrijski i čehoslovački zakon i sadržao je generalnu klauzulu i posebne slučajeve nelojalne utakmice. Zakon je pratila Uredba o kartelima iz 1934. godine, kojom je prvi put na celovit način regulisano pitanje ograničenja slobodne utakmice. Uredbom je bilo dopušteno postojanje kartela, ali je njihovo delovanje stavljeno pod pravnu kontrolu. Karteli kojima su ugrožavani „interesi narodne privrede“ ili „javni interesi“ bili su zabranjeni, a nadzor nad regulisanim kartelima obavljalo je Ministarstvo za trgovinu i industriju [2, str. 11 – 12].

Politika zaštite konkurencije u Srbiji – stanje i perspektive

U periodu posle drugog svetskog rata regulisanje konkurencije je pratilo postepenu transformaciju ekonomskog sistema od krutog centralističkog i administrativnog, ka tržišnom i liberalnom privrednom sistemu. U periodu neposredno posle oslobođenja do tzv. privrede reforme iz sredine sedamdesetih, nije bilo mesta za pravo regulisanje konkurencije, iako su i u ovom periodu doneti osnovni zakoni o prometu robe i usluga sa inostranstvom i osnovni zakon o regulisanju poslovnih odnosa na tržištu. Njime je proklamovano načelo slobodnog i samostalnog poslovanja privrednih organizacija na tržištu, uz obavezu poštovanja zdrave utakmice i uzdržavanje od postupaka koji su usmereni na to da nanesu štetu drugim privrednim organizacijama, društvenoj zajednici ili potrošačima.

U sklopu privrednih reformi za prijem Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije u GATT, već je Ustavom SFRJ iz 1963. godine proklamovano načelo zabrane udruživanja sa ciljem stvaranja monopola, dok je osnovnim Zakonom o prometu robe iz 1967. godine, bila propisana zabrana međusobnog sporazumevanja privrednih organizacija radi postizanja monopolskog ili povlašćenog položaja na tržištu, kao i zabrana špekulacije u prometu robe i nelojalne utakmice. U narednom periodu, od 1974. do 1988. godine, pitanje prava konkurencije bilo je regulisano Zakonom o suzbijanju nelojalne utakmice i monopolističkih sporazuma iz 1974. godine. Zakonom su prvi put sankcionisani monopolistički sporazumi zaključeni konkludentnim radnjama, tj. dogovornim radnjama, dok je pojam špekulacije zamenjen odgovarajućim pojmom zloupotrebe preimućstva.

Poslednji pokušaj da se u okviru socijalističkog društvenog sistema stvore pretpostavke za slobodno tržišno privređivanje učinjen je Zakonom o trgovini iz 1990. godine u kome su kao radnje narušavanja konkurencije navedene: monopolističko delovanje, nelojalna konkurencija, špekulacija i ograničavanje tržišta. Zakonom je prvi put predviđen i poseban organ zadužen za praćenje i primenu odredbi o monopolističkom delovanju – Komisija za zaštitu od monopolističkog delovanja.

Iako propise iz perioda postojanja prethodne Jugoslavije karakteriše brojnost i relativno česte promene, u praksi se pokazalo da su promene bile više terminološkog karaktera, nego što su njima zaista ostvareni novi ciljevi te su, u tome smislu, okarakterisane kao prilagođavanje zakonske terminologije važećoj privredno-pravnoj terminologiji određenog perioda. U normativnom smislu, uglavnom je pravljena razlika između dva osnovna oblika tržišnih ponašanja kojima je mogla biti narušena konkurencija: monopolističkih sporazuma i radnji samostalnog korišćenja monopola ili sličnog stanja na tržištu. Pri tome su monopolistički sporazumi bili apsolutno nedopustivi, dok je regulisanje različitih oblika samostalnog isticanja na

tržištu preduzeća koja raspolazu značajnom tržišnom moći, bilo nedosledno i nepotpuno u odnosu na praksu koja je postojala u razvijenim tržišnim privredama. Neusklađenost sa odgovarajućim zakonodavstvom razvijenih tržišnih privreda se ogledalo i u načinu regulisanja postupaka za sprovođenje normi prava konkurencije, kao i u pogledu predviđenih sankcija. Razlog za takvo stanje je trebalo tražiti u nepostojanu pravog tržišnog sistema privređivanja, ali i u zaštitničkom odnosu države prema pojedinim privrednim subjektima. Navedeni nedostaci i neusklađenosti iz prethodnog perioda pokušao je da reši Antimonopolski zakon iz 1996. godine u kome su prvi put jedinstvenim zakonskim tekstom bila uređana pitanja antimonopolskog prava [5, str. 106]. Zakonom su bila regulisana dva osnovna oblika tržišnog ponašanja kojima se mogla narušiti fer ili lojalna konkurencija: monopolistički sporazumi i zloupotreba dominantnog položaja. Izostalo je, međutim, regulisanje trećeg oblika – koncentracije preduzeća [2, str. 14 – 15].

Iako su prilikom regulisanja pomenuta dva oblika tržišnog ponašanja iz ondašnjih članova 81. i 82 Ugovora o osnivanju Evropske zajednice gotovo „mehanički pretočena“ u tekst Zakona, pokazalo se da to nije dovoljno. Razlog bi trebalo tražiti ne samo u nepotpuno regulisanom postupku primene i predviđenim mehanizmina kontrole, već i u nedostatku političke volje da se takva rešenja dosledno sprovode. Konkretnije razloge bi trebalo tražiti u položaju Antimonopolske komisije. Bez obzira što je Antimonopolskoj komisiji bila poverena ključna uloga u sprovođenju zakona, ona nije posedovala potrebnu stručnost i nezavisnost od uticaja različitih političkih i interesnih grupa.

2. Ocena postojećeg stanja zaštite konkurencije

Trenutno stanje zaštite konkurencije u Srbiji karakterišu pozitivni pomaci u odnosu na stanje koje je važilo pre 2000. godine. Osnovu zaštite konkurencije čini odgovarajući zakonsko-regulatorni okvir, pre svega, Zakon o zaštiti konkurencije, Zakon o trgovini, Zakon o privrednim društvima, Zakon o cenama, Zakon o oglašavanju, Zakon o zaštiti potrošača i dr.

Zakonom o zaštiti konkurencije iz 2005. godine učinjen je veliki napredak u zaštiti konkurencije u našoj zemlji. Ciljevi zakona su uspostavljanje tržišne privrede, ravnopravnost učesnika na tržištu, potsticanje ekonomske efikasnosti, vladavina prava, dominacija preduzetništva, stvaranje uslova za ubrzaniji privredni rast i stvaranje ekonomskog blagostanja društva u celini, a naručito potrošača [2, str. 15, 39]. Zakon sankcioniše sporazume kojima se sprečava funkcionalna

Politika zaštite konkurencije u Srbiji – stanje i perspektive

konkurencija, pre svega kroz monopolističke sporazume o cenama i dominantan položaj jednog privrednog subjekta u kontroli tržišta, koncentracije i povezivanja dva ili više preduzeća koja su u stanju da zajedno kontrolišu više od 50% tržišta.

Značaj Zakona o zaštiti konkurencije Republike Srbije ogleda se u okviru unutrašnjeg pravnog sistema i procesa usklađivanja ili harmonizacije nacionalnog prava sa pravom Evropske unije. Stupanjem na snagu ovog zakona 24. 09. 2005. godine prestaje da važi Antimonopolski zakon (Službeni list SRJ broj 29/96) iz 1996. godine kojim je regulisano područje konkurencije.

Donošenjem Zakona o zaštiti konkurencije stvorena je startna osnova za preduzimanje daljih aktivnosti u sprovođenju politike zaštiti konkurencije Srbije. Zakonom o zaštiti konkurencije osnovana je Komisija za zaštitu konkurencije. Shodno odredbama Zakona, Komisija za zaštitu konkurencije (Komisija), je samostalna i nezavisna organizacija koja odgovara Narodnoj skupštini Republike Srbije za svoj rad, i daje prioritete slučajevima koji ozbiljno utiču na tržište i određuje stroge kazne u slučaju povreda [6, str. 2].

Komisija počinje sa radom danom izbora Saveta. Savet je organ Komisije koji donosi odluke i druge akte iz nadležnosti Komisije. Odlukom o izboru članova Saveta izabran je petočlani Savet. Na sednici održanoj 26. 04. 2006. godine, Savet je usvojio Statut Komisije (Službeni glasnik Republike Srbije broj 46/06, na snazi od 02. 06. 2006), kojim je regulisana organizacija, način rada, delokrug rada, kao i druga pitanja od značaja za rad Komisije [11].

Pored navedenih propisa, za zaštitu konkurencije bitni su i, Uredba o kriterijumima za utvrđivanje relevantnog tržišta (Službeni glasnik Republike Srbije broj 94/05, na snazi od 12. 11. 2005) i Uredba o sadržini i načinu podnošenja zahteva za izdavanje odobrenja za sprovođenje koncentracija (Službeni glasnik Republike Srbije broj 94/05, na snazi od 12. 11. 2005), kao i Tarifnik o visini naknade za poslove (Službeni glasnik Republike Srbije broj 58/06, na snazi od 07. 07. 2006) iz nadležnosti Komisije za zaštitu konkurencije. Zakonom je predviđeno sankcionisanje tri oblika povreda konkurencije na tržištu:

- sporazumi kojima se bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija;
- zloupotreba dominantnog položaja;

- koncentracije kojima se bitno sprečava ili narušava konkurencija, pre svega stvaranjem, odnosno jačanjem dominantnog položaja na tržištu.¹

Zakonom o izmenama i dopunama zakona o zaštiti konkurencije koji je usvojen januara 2008. godine, usavršava se Zakon o zaštiti konkurencije u onim delovima gde je bio nejasan i nedorečen. Na ovaj način se njegova primena olakšava, kako za učesnike na tržištu na koje se Zakon odnosi, tako i na Komisiju koja Zakon sprovodi, otklanjajući na taj način postojeće nedostatke u okviru definisanja radnji povrede konkurencije i usavršavajući sam postupak pred Komisijom [12].

U oblasti kontrole državne pomoći, Republika Srbija je u okviru Ministarstva finansija uspostavila strukturu za praćenje državne pomoći i vršenje priprema za režim kontrole [9, str. 44]. Trenutno je u toku rad na donošenju Zakona o kontroli državne pomoći. Zakon o kontroli državne pomoći treba da uredi opšte uslove i pravila odobravanja, nadzora, primene i povraćaja državne pomoći u cilju očuvanja preduzetništva i tržišnih sloboda, osiguranja jednakog privrednog položaja svih preduzetnika na tržištu, podsticanja privrednog napretka, socijalnog blagostanja građana i brige za ekonomski razvoj i očuvanje životne sredine Republike Srbije [8].

3. Primeri narušavanja funkcionalne konkurencije

Nadzor nad primenom Zakona o zaštiti konkurencije sprovodi Komisija za zaštitu konkurencije. Od početka primene Zakona, beleže se brojni slučajevi narušavanja funkcionalne konkurencije, kako bi smo ukazali na te primere poslužićemo se Izveštajima o radu Komisije za 2006. i 2007. godinu.

Tabela 1. Struktura ukupno primljenih zahteva u Komisiji za 2006. godinu

	Broj zahteva	%
Primljeno	111	100,00
Zahtevi za utvrđivanje postojanja zabranjenih sporazuma	4	3,6
Zahtevi za pokretanje postupka za utvrđivanje zloupotrebe dominantnog položaja	19	17,12
Zahtevi za izdavanje odobrenja za sprovođenje koncentracija	56	50,46
Zahtevi za davanje mišljenja	32	28,82

¹ Član 2. stav 1. Zakona o zaštiti konkurencije.

Politika zaštite konkurencije u Srbiji – stanje i perspektive

U 2006. godini Komisija za zaštitu konkurencije je primila 111 zahteva i pokrenula 2 postupka po službenoj dužnosti. Što se tiče strukture zahteva u njoj uglavnom dominiraju zahtevi za odobrenjem koncentracija, dok su na znatno nižem nivou po broju zahtevi za utvrđivanje zloupotrebe dominantnog položaja, kao i zahtevi za utvrđivanja postojanja zabranjenih sporazuma [6, str. 11]. Sličan slučaj jeste i u 2007. godini kada je u pitanju struktura zahteva, odnosno po broju zahteva na prvom mestu su koncentracije, pa zloupotreba dominantnog položaja a na trećem mestu su restriktivni sporazumi, što se vidi iz priložene tabele br. 2.

Komisija je u toku 2006. godine primila četiri zahteva za utvrđivanje postojanja zabranjenih sporazuma, od tog broja iste godine okončan je jedna postupak i pri tome nije utvrđeno postojanje zabranjenog sporazuma. Kada je u pitanju postojanje zloupotrebe dominantnog položaja Komisija je primila 19 zahteva. Okonačno je pet postupka u kojima Komisija nije utvrdila postojanje zloupotrebe dominantnog položaja. U ostalim slučajevim Komisija je zaključkom odbacila zahteve ili rešenjem odbila zahteve kao neosnovane, ili je obustavila postupak. U 2006. godini kada su u pitanju koncentracije, Komisija je primila 56 zahteva, od čega je Komisija okončala 47 postupaka. Od 47 izdata rešenja u 40 slučajaja izvršeno je odobrenje koncentracija, s tim što imamo jednu ulovljeno odobrenu koncentraciju, ostale su neuslovljene [6, str. 13, 18, 27].

Tabela 2. Struktura ukupno primljenih zahteva u Komisiji za 2007. godinu

	Broj zahteva	%
Primljeno	178	100,00
Zahtevi za utvrđivanje postojanja zabranjenih sporazuma	8	4,49
Zahtevi za pokretanje postupka za utvrđivanje zloupotrebe dominantnog položaja	13	7,30
Zahtevi za izdavanje odobrenja za sprovođenje koncentracija	130	73,0
Zahtevi za davanje mišljenja	27	15,16%

Komisija je u toku 2007. godine utvrđivala postojanje zabranjenih sporazuma, ili odlučivala po zahtevu za izuzeće sporazuma od zabrane u ukupno osam slučajeva. Od tog broja iste godine okončala je pet postupka, dok su tri postupka pred Komisijom u toku. Od pet okončanih postupka utvrđeno je postojanje zabranjenih sporazuma u 4 slučajaja. Kada je u pitanju postojanje zloupotrebe dominantnog položaja Komisija je primila 13 zahteva. Okonačno je sedam postupka, dok je šest postupaka pred Komisijom u toku. Od okončanih sedam postupaka, Komisija je u dva

slučaja donela rešenje kojim je utvrdila postojanje zloupotrebe dominantnog položaja. U ostala pet slučajeva, Komisija je zaključkom predsednika Saveta Komisije odbacila zahteve ili rešenjem odbila zahteve kao neosnovane, ili je obustavila postupak. U istoj godini kada su u pitanju koncentracije, Komisija je primila 130 zahteva, od čega je Komisija izdala 110 rešenja, a 20 postupka pred Komisijom je u toku. Od 110 izdata rešenja u 105 slučajeva izvršeno je odobrenje koncentracije, s tim što imamo 3 ulovljeno odobrene koncentracije, ostale su ne uslovljene [7, str. 6, 9, 14].

4. Okruženje u kojem se razvija politika zaštite konkurencije

Postoje četiri osnovna elementa okruženja unutar koga se ostvaruje politika zaštite konkurencije Srbije, to su:

1. pristupanje STO i karakter liberalizacije spoljne trgovine;
2. proces stabilizacije i pridruživanja sa EU i izgledi za pristupanje EU;
3. novi Ustav Srbije i njen samostalni put;
4. opšta putanja ekonomskih i pravnih reformi.

Pristupanje STO i karakter liberalizacije spoljne trgovine – Politika konkurencije mora u opštim crtama biti u skladu sa zahtevima Svetske trgovinske organizacije (STO, odnosno WTO). Bez obzira na to, nema striktnih zahteva STO u pogledu prava i politike zaštite konkurencije. Postoji svega nekoliko naručenih zahteva i to samo u nekim oblastima, odnosno sektorima: razmena usluga, prava industrijske svojine, telekomunikacione politike, itd. Ovakvi zahtevi su u osnovi obaveza članice STO da ne povredi pojedine odredbe sporazuma koji su potpisani i ratifikovani u procesu pristupanja STO ili tokom članstva u STO. Shodno tome, postoje neka specifična ograničenja koja se odnose na sprovođenje politike zaštite konkurencije zemlje članice STO, ali ne i ograničenja u pogledu opšte koncepcije politike zaštite konkurencije [1, str. 21 – 22]. Drugim rečima, iz procesa pristupanja Srbije STO ne proizilaze bilo kakva ograničenja u formulisanju politike i prava zaštite konkurencije.

Bez obzira na to, očekivana liberalizacija spoljne trgovine bi predstavljala veoma važan rezultat mogućeg pristupa STO. S obzirom na pretstojeću liberalizaciju pravo zaštite konkurencije bi trebalo da stvori osnov za koegzistenciju politike zaštite konkurencije koja bi bila određena brzinom prestojeće liberalizacije i promena. Pored toga, politika zaštite konkurencije, naročito u oblasti kontrole i sprečavanja vertikalnih ograničenja je veoma važna za ostvarivanje spoljnotrgovinske (uvozne) liberalizacije, a samim tim i stvaranje konkurencije iz uvoza.

Politika zaštite konkurencije u Srbiji – stanje i perspektive

Proces stabilizacije i pridruživanja sa EU i izgledi za pristupanje EU su relevantni za politiku zaštite konkurencije, odnosno zakonodavstvo iz dva razloga. Najpre, smer, odnosno brzina liberalizacije spoljne trgovine mora biti usaglašena sa zahtevima politike zaštite konkurencije, s tim da spoljnotrgovinski režim i politika zemlje moraju biti konzistentni sa spoljnotrgovinskim režimom EU.² Ulazak Srbije na jedinstveno tržište će snažno liberalizovati spoljnotrgovinski režim i stvoriti uvoznu konkurenciju iz drugih zemalja EU (na jedinstvenom tržištu nema trgovinskih barijera), a biće snižene i uvozne barijere za uvoznu konkurenciju iz drugih zemalja (van EU). U skladu sa tim, što je bliži proces pristupanja EU, manja će biti potreba za čvrstom primenom prava i politike zaštite konkurencije, sobzirom da će dobar deo konkurencije dolaziti iz uvoza sa tržišta zemalja EU. Drugi razlog je taj što će Srbiji u okviru procesa pristupanja EU biti nametnut institucionalni okvir EU za domaću politiku zaštite konkurencije.

Politike zaštite konkurencije u širem smislu, a posmatrajući Zakon o zaštiti konkurencije i Zakon o izmenam i dopunama zakona o zaštiti konkurencije, kao i rad Komisije za zaštitu konkurencije uglavnom jeste kompatibilan sa načelima politike konkurencije EU (osnovna načela politike, osnovna pravna načela, pravna terminologija, nap. pravni jezika EU, itd). Međutim, potrebno je koristeći opšti pravni okvir, uz korišćenje nekih elemenata koji će biti plod kreativnog razmišljanja dodatno uzeti u obzir specifičnost domaćeg pravnog i tržišnog okruženja, odnosno više prilagoditi pravo i politiku zaštite konkurencije zahtevima prakse.

Novi Ustav Srbije i njen samostalni put - Pošto je prethodno došlo do izdavanja Republike Crne Gore iz Državne Zajednice Srbije i Crne Gore, Republika Srbija 2006. godine je donela novi Ustav. Prema Ustavu Republike Srbije svi imaju jednak pravni položaj na tržištu. Zabranjene su aktivnosti kojima se, suprotno zakonu, ograničava sloboda konkurencije, stvaranjem ili zloupotrebom monopolskog ili dominantnog položaja. Posebno su zabranjene radnje usmerene protiv zdravlja, bezbednosti i privatnosti potrošača, kao i sve nečasne radnje na tržištu.³ Ovakvo određenje potreba zaštite konkurencije i tržišta pretstavlja osnovu za dalja unapređenja i jasno definisanje prioriteta politike zaštite konkurencije.

Opšta putanja ekonomskih i pravnih reformi – Glavni put reforme ima značajan i raznovrstan uticaj na razvoj politike i prava zaštite

² Politika konkurencije je jedan od suštinskih elemenata koji predstavlja kamen temeljac stvaranja jedinstvenog tržišta. Bez utemeljenja sistema koji će voditi tome da ne dođe do povrede konkurencije na unutrašnjem tržištu ne bi bilo moguće ni funkcionisanje unutrašnjeg tržišta.

³ Član 90. Ustava Republike Srbije, Službeni glasnik Republike Srbije broj 83/06.

konkurencije. Uticaj je u prvom redu zasnovan na opštoj javnoj (političkoj) pažnji koja se poklanja reformama i ponudi i tražnji raspoloživih resursa (u prvom redu ljudskih resursa) za razvoj i naručito sprovođenje novih ekonomskih politika, odnosno izgradnju institucija [1, str. 27]. Sve što ugrožava reforme u Srbiji utiče negativno i na razvoj tržišta odnosno na zaštitu konkurencije. Međunarodne i unutrašnje političke okolnosti, vladavina prava, demokratska kontrola javnosti i uloga medija jesu faktori koji pozitivno utiču na stanje konkurencije i jačanje tržišta [7, str. 57].

U početnoj fazi procesa reforme politike zaštite konkurencije i uvođenja novog zakonodavstva postoji neminovna nestašica kadrova i resursa za sprovođenje istih. Veoma je važno da zastupanje politike zaštite konkurencije, tj. uticaja na druge ekonomske politike koje utiču na stvaranje nekonkurentnih tržišnih struktura i ponašanja, bude uzeto u obzir. Koordinacija između politike zaštite konkurencije i drugih reformskih politika je bitna da bi se obezbedili poželjni krajnji rezultati.

5. Perspektive daljeg razvoja politike zaštite konkurencije

Na osnovu postojećeg stanja politike zaštite konkurencije u Srbiji, aktivnosti Komisije za zaštitu konkurencije i interesa države, privrednih subjekata i potrošača, pokušaćemo da damo doprinos u trasiranju budućih pravaca politike zaštite konkurencije u našoj zemlji.

Politika zaštite konkurencije u Srbiji u narednom periodu trebalo bi da bude bazirana na sledećim elementima:

1. inkorporiranju standarda EU u nacionalni pravni sistem zaštite konkurencije, koji je jednim delom već sproveden, kao i spremnosti za ispunjenje uslova predviđenih budućim Sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju;
2. dodatnom unapređenju zaštite konkurencije u sledećim slučajevima povrede konkurencije, kao što su: zabranjeni sporazumi, zloupotreba dominantnog položaja, koncentracije, kao i poboljšanje rada i nezavisnosti Komisije za zaštitu konkurencije;
3. formiranju nezavisnog i u potpunosti funkcionalnog tela za praćenje državne pomoći, kao i uspostavljanju adekvatnog zakonskog okvira za kontrolu državne pomoći [10, str. 9];
4. razvoju svesti i informisanju učesnika na tržištu o važnosti zaštite konkurencije, odnosno stvaranju pogodne klime za zaštitu konkurencije [4, str. 112]. Produbljenje znanja svih strana uključenih u proces, a naručito stvaranje prokonkurentnog javnog mnjenja, povećava efikasnost sprovođenja prava zaštite konkurencije;

Politika zaštite konkurencije u Srbiji – stanje i perspektive

5. povećanju blagostanja potrošača koje se uvećava sa povećanjem stepena konkurentnosti u određenoj privredi. Što prevashodno podrazumeva rad na povećanju konkurentnosti privrednih subjekata kao i nacionalne privrede u celini, putem zaštite funkcionalne konkurencije;
6. unapređenju zaštite potrošača u sledećim oblastima: bezbednost i kvalitet proizvoda i usluga, kao i ostvarenju, tržišnim putem, nižeg nivo cena proizvoda i usluga;
7. zaštitu malih i srednjih preduzeća, što ne znači zaštitu nesposobnih privrednih subjekata, već da je povećanje njihovog broja poželjno sa stanovišta politike zaštite konkurencije [3, str. 44].

Dobra politika zaštite konkurencije može da pomogne razvoju zemlje i privlačenjem stranih investicija, obično tako što se učvršćuje poverenje investitora.

Zaključak

Zaštita funkcionalne konkurencije u Srbiji je još uvek u fazi nastajanja, kao što je i samo integralno tržište robe, usluga, kapitala i novca. Jačanje ovih institucija na srednji i dugi rok doprinosi podizanju opšte konkurentnosti, odnosno ekonomske efikasnosti, zatim tehnološkom progresu, interesima potrošača i ukupnom ekonomskom i socijalnom blagostanju društva.

Politika zaštite konkurencije je ključno oružje u zaštiti i unapređenju privrednih aktivnosti koje obezbeđuju i jemče poštenje u radu tržišnih subjekata. U svetlu opšte uloge koju ima sam politika zaštite konkurencije potrebno je i sagledati date prioritete i specifične ciljeve koje nameće konkretno okruženje. Odnosno njena uloga jeste da odredi mesto države u ekonomskom životu zemlje, odnosno aktivnosti kojima će se, s jedne strane, baviti država i aktivnosti koje će preduzimati sami tržišni subjekti, s druge strane. Tako da ona mora da da smernice i reguliše način na koji će poslovati tržišni subjekti, i to tako, da to poslovanje bude u interesu celoga društva.

Literatura

1. Boris Begović, Rajko Bukvić, Boško Mijatović, Vladimir Pavić, Milan Parivodić, Robert Sepi, Boža Stojanović, Dragor Hiber, Nova Antimonopolska politika, Centar za liberalno demokratske studije, Beograd, 2003.
2. Radovan D. Vukadinović, Zakon o zaštiti konkurencije, Službeni glasnik, Beograd, 2006.

3. Boban Stojanović, Tržište Evropske unije: Konkurencija i trgovinska politika, Ekonomski fakultet, Niš, 2003.
4. Mihajlo Papazogli, Proces harmonizacije zakonodavstva Srbije i Crne Gore u oblasti konkurentskog i antimonopolskog ponašanja sa pravom Evropske Unije, magistarski rad, Beograd, jun 2005.
5. Branimir Ševčik, Kartelni sporazumi u pravu konkurencije EU i SCG, magistarski rad, Pravni fakultet, Beograd, 2005.
6. Izveštaj o radu Komisije za zaštitu konkurencije za 2006. godinu, Beograd, februar 2007.
7. Godišnji izveštaj o radu Komisije za zaštitu konkurencije za 2007. godinu, Beograd, februar 2008.
8. Akcioni plan za usklađivanje zakonodavstva Republike Srbije sa propisima EU za 2007. godinu.
9. Srbija i Crna Gora: Izveštaj o postignutom napretku, Evropska komisija, Brisel, 2005.
10. Odluka Saveta o principima, prioritetima i uslovima Evropskog partnerstva sa Republikom Srbijom uključujući i Kosovo prema rezoluciji 1244 Saveta bezbednosti Ujedinjenih nacija od 10. juna 1999. i o ukidanju Odluke 2000/56/EC, Savet Evropske unije, Brisel, od 18. februara 2008. godine.
11. Izvor: www.rattorneys.com/zakon_o_zastiti_konkurencije_republike_srbije.php
12. Izvor: www.parlament.sr.gov.yu/content/lat/akta/akta_detalji.asp?Id=641&t=P

POLITICS OF COMPETITION PROTECTION IN SERBIA - PRESENT SITUATION AND PERSPECTIVE

Abstract: The author presents the state in which we found the competitor protection in Serbia and on its bases it shows to future priorities of competition protection policy. The policy itself is observed through four equal key points which took part in the near past and still influence, or should happen in the near future, and according to which we must turn to in advance. Parallel to some political priorities we present the historical inspection of regulation of competition, the achieved level in the competition rights in Serbia and developed institutional frames. Also we have given practical problems and cases of disturbing of functional competition on the market, and mainly through existence of restrictive agreements, mistreatment of dominant position and reaction of the Commission in these cases.

Key words: competition protection policy, competition protection rights, institutional capacities, surrounding factors.