

Postgraduate Studies “Entrepreneurial Economy”
Faculty for International Economics, Finance and Business

Entrepreneurial Economy

Podgorica, May 2008

“Entrepreneurial economy”
Volume XV, Issue I, 05/2008

Glavni i odgovorni urednik: Prof. dr Veselin Vukotić

Redakcioni odbor:

Prof.dr Mladen Šljivančanin, prof.dr Stojan Dabić, prof.dr Danilo Šuković, prof.dr Miroslav Prokopijević, doc.dr Maja Drakić, mr Milica Vukotić

Uređivački odbor:

prof.dr Mladen Šljivančanin, prof.dr Danilo Suković, prof.dr Miroslav Prokopijević, prof.dr Stojan Dabić, prof.dr Branko Rakita, doc.dr Petar Ivanović, doc.dr Maja Drakić, doc.dr Maja Bacović, dr Zoran Djikanović, dr Igor Luksić, dr Duško Bjelica, mr Ivana Stesević, mr Jadranka Kaludjerović, mr Jelena Boljević, mr Jelena Janjusević, mr Milorad Katnić, mr Nikola Perović, mr Nina Vujosević

Izdavač: Postdiplomske studije »Preduzetnička ekonomija«, Fakultet za međunarodnu ekonomiju, finansije i biznis, Podgorica

Tehnički urednik: dr Maja Drakić

Dizajn korica: Nebojša Klačar, studio »Arhangel«, Beograd

Rukovodilac Studija: **prof. dr Veselin Vukotić (Podgorica)**

Predsjednik Savjeta Postdiplomskih studija: **prof. dr Steve Pejovich, Texas, USA**

Adresa: Ul. Kralja Nikole 27, Podgorica, 81000, Crna Gora

Telefon/fax: +382 (0)20 444 423

e-mail: pe@udg.cg.yu

web: www.udg.cg.yu

ISSN 1451-6659

Tiraž: 500

Štampa: Montcarton, Podgorica

Uvodna napomena

Časopis „Preduzetnička ekonomija“ počeo je da izlazi 2002.godine. Do sada je izdato XIV brojeva.

Pred vama je XV broj časopisa.

Kao i ranije, časopis izdaje Fondacija „Preduzetnička ekonomija“ i Postdiplomske studije „Preduzetnička Ekonomija“, koje se sada organizuju u okviru Fakulteta za međunarodnu ekonomiju, finansije i biznis.

Ovaj broj časopisa izlazi iz tehničkih razloga (broj i obim radova) u dva toma:

- **Tom I**, koji sadrži naučne članke i
- **Tom II**, u kojem su stručni članci i pregledni članci.

Razumije se, cjelinu čine oba toma.

Drago nam je da smo i u novim okolnostima nastavili da publikujemo ovaj časopis međunarodnog karaktera i da se na taj način dalje razvija teorijska i stručna misao Crnogoske ekonomske škole.

Glavni i odgovorni urednik

Veselin Vukotić

Autori (po abecednom redu) / Authors (in alphabetical order)

1. *Vlado Bečanović*, Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica
2. *Bojana Bošković*, Ministarstvo finansija Vlade Crne Gore, Podgorica
3. *mr Tanja Bošković*, USAID Projekat za pristupanje STO, Podgorica; *Magistar Postdiplomskih studija "Preduzetnička ekonomija" (sedma generacija)*
4. *Ivana Božanović*, Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica
5. *Milica Daković*, Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica
6. *Milica Daković-Tadić*, Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica
7. *Biljana Doderović*, Agencija za nadzor osiguranja, Podgorica; *Postdiplomske studije "Preduzetnička ekonomija" (osma generacija)*
8. *mr Nina Drakić*, USAID Projekat za pristupanje STO, Podgorica; *Magistar Postdiplomskih studija "Preduzetnička ekonomija" (sedma generacija)*
9. *Andrijana Drobñjak*, Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica
10. *Vlado Drobñjak*, Komisija za hartije od vrijednosti, Podgorica; *Postdiplomske studije "Preduzetnička ekonomija" (osma generacija)*
11. *Lucija Filipović*, Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica
12. *Jadranka Glomazić*, Univerzitat, Podgorica; *Postdiplomske studije "Preduzetnička ekonomija" (sedma generacija)*
13. *Vojin Golubović*, Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica
14. *Agron Ibrahimović*, Opština Ulcinj – Sekretarijat za finansije, *Postdiplomske studije "Preduzetnička ekonomija" (osma generacija)*
15. *mr Neda Ivović*, Pravni fakultet; Komisija za hartije od vrijednosti, Podgorica
16. *Marija Janković*, Montenegro Business School, Podgorica; *Postdiplomske studije "Preduzetnička ekonomija" (osma generacija)*
17. *Veljko Jovančević*, Centar preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica
18. *Ivan Jovetić*, Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica; *Postdiplomske studije "Preduzetnička ekonomija" (osma generacija)*
19. *Tamara Jovović*, Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica
20. *mr Milorad Katnić*, Ministarstvo finansija Vlade Crne Gore, Podgorica; *Magistar Postdiplomskih studija "Preduzetnička ekonomija" (peta generacija)*
21. *Nataša Kovačević*, Ministarstvo finansija Vlade Crne Gore, Podgorica
22. *mr Ana Krsmanović*, Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica; *Magistar Postdiplomskih studija "Preduzetnička ekonomija" (peta generacija)*
23. *mr Danijela Laketić*, Atlas Mont Group, Podgorica; *Magistar Postdiplomskih studija „Preduzetnička ekonomija“ (treća generacija)*

24. *mr Marina Milić*, Ambasada SAD, Podgorica; *Magistar Postdiplomskih studija „Preduzetnička ekonomija“ (šesta generacija)*
25. *Milika Mirković*, Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica
26. *mr Vinko Nikić*, Jugopetrol, Kotor, *Magistar postdiplomskih studija „Preduzetnička ekonomija“ (četvrta generacija)*
27. *Nebojša Obradović*, Swiss osiguranje, Podgorica; *Postdiplomske studije „Preduzetnička ekonomija“ (osma generacija)*
28. *Sead Osmanagić*, Komisija za hartije od vrijednosti, Podgorica; *Postdiplomske studije „Preduzetnička ekonomija“ (osma generacija)*
29. *Vladimir Pavićević*, Montenegro broker-diler, Podgorica; *Postdiplomske studije „Preduzetnička ekonomija“ (osma generacija)*
30. *mr Gordana Radojević*, Monstat; Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica; *Magistar Postdiplomskih studija „Preduzetnička ekonomija“ (sedma generacija)*
31. *Ana Radunović*, Montenegro broker-diler, Podgorica; *Postdiplomske studije „Preduzetnička ekonomija“ (osma generacija)*
32. *Sanja Radusinović*, Komisija za hartije od vrijednosti, Podgorica; *Postdiplomske studije „Preduzetnička ekonomija“ (osma generacija)*
33. *mr Ivana Stešević*, Fakultet za međunarodnu ekonomiju, finansije i biznis, Podgorica; *Magistar Postdiplomskih studija „Preduzetnička ekonomija“ (sedma generacija)*
34. *mr Ivana Vojinović*, Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica; *Magistar Postdiplomskih studija „Preduzetnička ekonomija“ (sedma generacija)*
35. *mr Milica Vukotić*, Fakultet za međunarodnu ekonomiju, finansije i biznis, Podgorica; *Asistent na Postdiplomskim studijama „Preduzetnička ekonomija“*
36. *Katarina Živković*, Ministarstvo finansija Vlade Crne Gore, Podgorica, *Postdiplomske studije „Preduzetnička ekonomija“ (osma generacija)*

Sadržaj:

STRUČNI RADOVI:

1. Milorad Katnić, Evropska poreska perspektiva - Harmonizacija <i>versus</i> konkurencija poreskih sistema.....	11
2. Milica Vukotić, Američki zdravstveni sistem: izuzetak ili pravilo.....	21
3. Neda Ivović, Razvoj kompanijskog prava u Crnoj Gori – korak naprijed ili nazad.....	30
4. Ana Krsmanović, Indikatori regulative tržišta proizvoda, sa osvrtom na regulativu tržišta proizvoda u Crnoj Gori.....	43
5. Ivana Stešević, Ekonomske slobode i veličina države.....	55
6. Gordana Radojević, Inflacija u Crnoj Gori vs inflacija u Euro zoni	62
7. Ivana Vojinović, Javno privatno partnerstvo – put ka ekonomskoj efikasnosti	73
8. Jadranka Glomazić, Kako izračunati i razumijeti prinos od investicija.....	86
9. Marina Milić, Poreski sistem i siva ekonomija	100
10. Nina Drakić, Liberalizacija međunarodne trgovine poljoprivrednim proizvodima – dometi i nedostaci.....	110
11. Tanja Bošković, Značaj zaštite intelektualne svojine	124
12. Milica Daković, Informaciono društvo i 2007. godina	133
13. Vladimir Pavićević, Hongkongški ekonomski model kao osnova ekonomskog sistema Crne Gore.....	141
14. Vojin Golubović, Potencijali industrije flaširanja prirodnih voda u Crnoj Gori ..	152
15. Vinko Nikić, Slobodne zone, razvojna šansa Crne Gore u procesu globalizacije	162
16. Milica Daković Tadić, Uticaj politike dividendi na cijenu kapitala u korporativnim preduzeća	172
17. Sanja Radusinović, Intelektualni kapital – pokretački resurs na putu ka uspjehu...	184
18. Ivan Jovetić, Institucije kao konkurentska prednost.....	196
19. Bojana Bošković i Biljana Doderović, Izazovi politike obrazovanja, istraživanja i razvoja u svjetlu dostizanja ekonomskih kriterijuma iz Kopenhagena	208
20. Ana Radunović, Razvoj i značaj intelektualnog kapitala.....	220
21. Marija Janković, Uticaj ključnih pokretačkih faktora na strateško korporativno upravljanje	230

PREGLEDNI RADOVI:

1. Nataša Kovačević i Katarina Živoković, Uspostavljanje decentralizovanog sistema upravljanja (DIS) fondovima Evropske unije u Crnoj Gori.....	239
2. Milika Mirković, Uticaj globalizacije na međunarodni biznis	250
3. Vladimir Drobnjak, Koprporativne obveznice kao vid finansiranja crnogorskih kompanija	259
4. Sead Osmanović, Kako akcijama nagraditi zaposlene?	269
5. Danijela Laketić, Uloga investicione banke na finansijskom tržištu Crne Gore – Case study IBM Montenegro	279
6. Nebojša Obradović, Prodaja vs Liderstvo	291
7. Lucija Filipović, Cefta: centralnoevropski sporazum o slobodnoj trgovini.....	302
8. Andrijana Drobnjak, Značaj primjene istraživanja poslovnog tržišta za razvoj preduzeća.....	311
9. Agron Ibrahim, Budućnost kretanja kapitala.....	320
10. Ivana Božanović, Finansijski indikatori u cilju donošenja poslovnih odluka.....	331
11. Tamara Jovović, Cash Flow (Novčani tokovi).....	342
12. Veljko Jovančević, Privatizacija bankarskog sektora - efekti na visinu kamatne stope.....	353
13. Vlado Bečanović, Privatizacija u sportu	361

PRIKAZI KNJIGA:

1. Pejovich, Svetozar: “ <i>Law, informal rules and economic performance: the case for common law</i> ” (with contribution of Enrico Colombatto), Edgar Alan Publishers, UK and USA, 2008.....	371
2. Vukotić, Veselin: “ <i>Psiholofilozofija biznisa</i> ”, CID, Podgorica 2003.....	374

"Preduzetnička ekonomija"

Volume XV/II

Stručni radovi

Milorad Katnić*

Evropska poreska perspektiva - Harmonizacija *versus* konkurencija poreskih sistema

Abstract

The majority of Brussels bureaucracy presents the position in respect of necessity of international tax harmonization. Constitution of integral market through elimination of discrimination, tax evasion and double taxation, is defined as the goal, while the tax harmonization has been promoted as a tool. The representatives, being the loudest ones, of "ossified" welfare states, suffering from Keynesian fiscal formulas. Among all the others, France and Germany are being ahead. The constraints in the process of identifying of common (harmonized) solution and practical problems following their implementation are serious drawback even for the biggest enthusiasts. Likewise, at the same time, calls for tax competition being the instrument of economical growth and development are more and more frequent.

Does this reflect that the process of harmonization has become unstoppable, or the consequences of tax competitiveness already made a judgment on its adherence to historical unfulfilled ideas? Will the institutional authority and the pressure of European Union make member states give up from tax competition? What are the consequences of harmonized, or on the other side competitive tax system? Stated questions are the most important ones that the following essay elaborates.

Key Words: *Taxes, Harmonization, Competition.*

Inicijative i dostignuća poreske harmonizacije

Cjelovita harmonizacija poreza podrazumijeva jednake poreske oblike, poreske osnovice i poreske stope. Praktično to znači ambijent koji sve poreske obveznike suočava sa identičnim ili sličnim poreskim oblicima i stopama bez obzira gdje oni živjeli, štedjeli, kupovali ili ulagali. Ovakva situacija se može ostvariti na dva načina – eksplicitnom i implicitnom harmonizacijom. Eksplicitna poreska harmonizacija se postiže dogovorom država da odrede minimalne ili iste poreske stope i iste poreske oblike. Implicitna poreska harmonizacija nastaje u situaciji kada države oporezuju dohodak koji njihovi građani zarade u drugim državama.

Danas postoji više značajnih inicijativa i „organizacija“ koje se zalažu za poresku harmonizaciju. Danijel Mičel¹ navodi da je Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj

* Ministarstvo finansija; Fakultet za međunarodnu ekonomiju, finansije i biznis – UDG, Podgorica

¹ Danijel Mičel, „Ekonomija poreske konkurencije: Harmonizacija ili liberalizacija“.

(OECD) započela inicijativu protiv "štetne poreske konkurencije" 1990-tih, ukazujući na preko 40 takozvanih "poreskih utočišta". OECD prijeti ovim jurisdikcijama finansijskim sankcijama ako ne usaglase svoje poreske sisteme sa sugerisanim pravilima koji omogućavaju državama sa visokim porezima da lakše prate i oporezuju "bježeći kapital".

Ujedinjene Nacije imaju predlog o "Finansiranju za razvoj" koji zahtijeva formiranje Međunarodne poreske organizacije. Ova nova birokratija bi trebala imati moć da nadjača poresku politiku nezavisnih država i bila bi posebno nadležna za sprječavanje poreske konkurencije. Pitanje oporezivanja je temelj nezavisnosti država pa se čini da će teško biti ubijediti donosioce odluka da delegiraju ovu funkciju.

Pored OECD-a i UN-a veliki zastupnik poreske harmonizacije je Evropska Unija (EU), koja na ovom planu jedina ima i konkretne rezultate. Zvanično obrazloženje potrebe za poreskom harmonizacijom u okviru Evropske unije je jačanje zajedničkog tržišta i uspostavljanje pravila koja bi garantovala neiskrivljeno djelovanje konkurencije. Osim ovog cilja harmonizacija poreza je promovisana i zbog težnje za postupnim međunarodnim približavanjem budžetskih politika zemalja članica, kao i težnje da se EU finansira sredstvima iz sopstvenih izvora. Proces poreske harmonizacije obuhvata harmonizaciju u domenu posrednih poreza, u domenu neposrednih poreza, u domenu eliminisanja dvostrukog oporezivanja i harmonizaciju u domenu saradnje poreskih službi zemalja članica.

Poreska harmonizacija u okviru Evropske Unije započeta je usvajanjem Rimskog ugovora, 1957. godine. Član 90 ovog ugovora zabranjuje diskriminaciju koja bi dala prednost domaćem proizvodu nad proizvodima država članica. Član 93 direktno poziva na harmonizaciju poreza na promet, akciza i drugih vrsta posrednih poreza, dok član 94 načelno nalaže harmonizaciju gdje god je ona neophodna da bi unutrašnje tržište nesmetano funkcionisalo. Kao operativni organ zadužen za harmonizaciju formiran je Fiskalni i finansijski komitet, 1960. godine. Inicijalni dokument za realizaciju procesa poreske saradnje predstavlja čuveni izvještaj Fiskalnog i finansijskog komiteta, na čijem čelu je bio Fric Nojmark, a koji je uključivao vodeće ličnosti u domenu teorije i prakse javnih finansija Evrope i svijeta, koji je objavljen početkom 1962. godine.

Najprije je otpočeto sa harmonizacijom indirektnih poreza - poreza na promet i akciza. Proces harmonizacije odvija se u tri faze: utvrđivanje oblika, utvrđivanje obuhvata i strukture i utvrđivanje poreskih stopa. Kao oblik oporezivanja u Evropskoj uniji odabran je porez na dodatnu vrijednost, a kroz niz smjernica pokušalo se garantovati što je moguće sličnija struktura ovog poreza, a posebno jedinstvena poreska osnovica. U ovoj oblasti harmonizacije se do danas u praksi najviše odmaklo. Proces je realizovan setom direktiva počev od 1967. godine, kojima su "kumulativni svefazni porezi na promet u Njemačkoj, Italiji, Belgiji, Holandiji i Luksemburgu, kao i jednofazni porez na promet u maloprodaji u Danskoj i jednofazni porez na promet u trgovini na veliko koji se primjenjivao u Velikoj

Britaniji i Irskoj, zamijenjeni jedinstvenim poreskih oblikom - svefaznim neto porezom na promet, odnosno porezom na dodatu vrijednost koji je već na neki način postojao u Francuskoj. Ovaj veliki posao je u prvoj fazi okončan donošenjem i implementacijom Šeste direktive iz maja 1977. godine. Ova direktiva kasnije je više puta mijenjana i doradivana ali ona je obezbijedila da se usklade svi najvažniji elementi. Šesta direktiva sa svojim kasnijim izmjenama i dopunama, ustanovila je skoro u potpunosti harmonizovani sistem poreza na dodatu vrijednost koji je poznat pod nazivom EU model PDV-a, koji kao takav postaje uslov za pristupanje Evropskoj uniji. Pri kraju 1992. godine usvojena je posebna direktiva (koja je integrisana u tekst Šeste direktive) kojom je predviđeno usklađivanje (približavanje) stopa poreza na dodatu vrijednost. Propisano je da u prelaznom periodu opšta stopa ne smije da bude niža od 15%, povišene stope su ukinute, a dopuštena je primjena jedne ili najviše dvije snižene stope koje ne smiju da budu niže od 5% i koje mogu da se primjenjuju samo na isporuke dobara i pružanje usluga posebno navedenih u aneksu. Tako su u aneksu navedeni proizvodi i usluge na koje se mogu primjenjivati snižene stope: prehrambeni proizvodi, voda, lijekovi i medicinska oprema, prevoz putnika, knjige i druge publikacije, usluge u kulturi i sportu i sl. U takozvanom prelaznom periodu su dopuštene i stope ispod 5% pa čak i »nulta stopa«. Nadležne komisije EU su sredinom 2003. godine pokrenule novu inicijativu, posebno na planu racionalizacije i pojednostavljenja sniženih stopa poreza na dodatu vrijednost, kako bi se obezbijedila njihova što racionalnija primjena između zemalja članica EU.

Sa harmonizacijom akciza se otpočelo kasnije, a zajednički sistem stupio je na snagu 1993. godine. Ovaj sistem se odnosi na naftne derivate, duvanske prerađevine i alkoholna pića. Državama je dozvoljeno da uvedu akcize i na druge proizvode pod uslovom da to ne remeti prekogranični promet tih proizvoda i da ne povećava administrativne procedure i troškove. Počev od 2003. godine preduzimaju se aktivnosti kako bi se akcizama oporezovali i ostali energenti kao što su ugalj, prirodni gas i struja, tako što bi se i na njih proširio sistem minimalnih stopa akciza koji važi za nafte derivate. Ipak, do danas, osim minimalnih poreskih stopa za alkohol, duvan i benzin, zajednička rješenja nijesu dogovorena.

Harmonizacija neposrednih (direktnih) poreza bila je takođe predmet pažnje odmah nakon usvajanja Rimskog ugovora. Međutim, sa ovim procesom se malo odmaklo. Od harmonizacije u domenu poreza na dohodak fizičkih lica se odmah odustalo, jer su, prema zvaničnom obrazloženju, osnovni razlozi za odluku da se fizička osoba preseli iz jedne u drugu zemlju lične prirode, a ne uslovljeni visinom poreza.² Tako su napori prvenstveno

² Slučajno ili namjerno ovo je prenebregavanje istorijskih činjenica. U djelu "Za dobro i zlo - Uticaj poreza na kretanje civilizacije", Adams navodi bogatu istorijsku građu koja dokazuje da porezi itekako imaju uticaja na mjesto življenja fizičkih lica. Pod pritiskom poreskog tereta, bez obzira na vladara i državno uređenje, vršene su velike seobe naroda. Građani su "bježali" u sisteme u kojima su bili manje kažnjavani za svoj rad i bogatstvo. O seljenju građana iz Rimskog Carstva usljed pretjeranog oporezivanja svjedoči istoričar Lactantius: "Sredstva vlasnika malih poljoprivrednih dobara bila su iscrpljena pretjeranim teretom svih poreza; polja su napuštena i plodna je obradiva zemlja ostala neobrađena". Adams dodaje da su mnogi

usmjereni na harmonizaciju poreza na pravna lica. Nojmarkov izvještaj iz 1962, a kasnije i Tempelov izvještaj iz 1970. godine zagovarali su poresku harmonizaciju, kroz implementaciju sistema dvojnih stopa (50% na zadržanu dobit i 15 do 25% na distribuiranu dividendu). Ovaj predlog bio je sličan tadašnjem Njemačkom sistemu. Evropska komisija je 1975. godine u nacrtu Direktive predložila uvođenje jedinstvenih minimalnih stopa na dobit pravnih lica u rasponu od 45% do 55%. Ovaj predlog je odbačen od strane Evropskog Parlamenta. Cjelovita harmonizacija poreza na dobit pravnih lica ponovo je predložena 1992. godine kroz tzv. Rudingov izvještaj (Ruding, holandski ministar finansija)³, koji se bazirao na nacrtu iz 1975. godine. Ovaj predlog, između ostalog, sadrži i propisanje minimalne i maksimalne stope, pri čemu je kao minimalna stopa predložena stopa od 30%⁴, a kao maksimalna je predložena stopa od 40%. Istovremeno je kroz izvještaj predložena minimalna poreska stopa od 15% na prihode od kamata i dividendi. Kako se ni nakon ovog predloga nije otišlo korak naprijed u harmonizovanju sačinjen je i drugi Rudingov izvještaj 2001. godine u kojem je konstantovano da je potreba za reformom poreza na dobit još veća. Ipak, ni ovo nije dalo značajnije rezultate. Nakon toga zauzet je stav da u harmonizaciju neposrednih poreza treba primijeniti politiku manjih koraka i koncept postepene harmonizacije.

Ni jedna od prethodno pomenutih inicijativa harmonizacije poreskih stopa ne zagovara harmonizaciju sa najnižim već najčešće sa najvećim stopama. Time po pravilu, poreska harmonizacija vodi višim poreskim stopama, odnosno zadržavanju visokih poreskih stopa.⁵ Da su prihvaćeni predlozi Evropske komisije o harmonizaciji poreza na dobit iz 1975. danas bi minimalna stopa poreza na dobit u zemljama Evropske Unije iznosila 45%. Početkom 1990-tih zagovarana je minimalna stopa poreza na dobit u visini od 30%. Danas smo svjedoci da je prosječna stopa poreza na dobit u EU ispod 30%, a mnoge zemlje Evropske unije imaju značajno niže poreske stope od 20%.

I pored očigledine sporosti u usaglašavanju jedinstvene poreske politike, štaviše i očigledne nedjelotvornosti ovakve politike, čini se da će pitanje poreske harmonizacije, u

građani Rimskog Carstva bježali u zemlje varvara izbjegavajući surovi teret pretjeranog oporezivanja. Slična dešavanja obilježila su moćnu Špansku imperiju početkom XVII vijeka. „Godinama i decenijama hiljade i hiljade španskih seljaka i radnika odlazili su u mjesta i na poslove koji su bili izuzeti od oporezivanja. Taj je stalni odliv bio najvažniji uzrok smanjivanja broja stanovnika u Kastiliji.“ Sa povećanjem bezbjednosti i slobode putovanja seljenje u jeftinije poreske jurisdikcije danas je rasprostranjeno više nego ikada. Statistika zemalja EU, a posebno SAD ovo potvrđuje. „Visoki porezi preraspodjeljuju ljude a ne prihod“ je naslov članka profesora Marka J. Perry sa Univerziteta Mičigen. Analizirajući podatke o migracijama stanovništva među državama SAD-a, za posljednjih par godina, profesor Perry je uočio da najobrazovaniji i najtalentovaniji stanovnici migriraju ka državama koje nemaju poreze na dohodak, a najveće migracije su upravo iz zemalja koje imaju najveće poresko opterećenje.

³ Rudingov komitet nezavisnih eksperata osnovan je 1991. godine.

⁴ Kao zvanično objašnjenje za uvođenje minimalne stope saopštena je namjera da se spriječi smanjenje poreskih stopa koje je vođeno prekomjernom poreskom konkurencijom.

⁵ Moguće je da harmonizacija može da se upotrebi za ograničenje poreskih stopa. U Evropskoj Uniji, na primer, porezi na dodatu vrednost ne mogu da pređu 25 procenata.

okviru i izvan EU, predstavljati važnu fiskalnu temu za duži period. Ovo potvrđuju i aktuelni procesi između Evropske komisije, država EU i drugih ne EU država.

Ovih mjeseci posebno je interesantna optužba Evropske komisije da Švajcarska niskim porezima vrši neloyalnu konkurenciju. Iako Švajcarska nije članica EU, Evropska komisija niske poreske stope koje ova zemlja nudi inostranim investitorima posmatra kao subvencije preduzećima, koje su zabranjene u EU. Istovremeno države EU, poput Njemačke i Francuske, udružile su napore u kontroli svojih poreskih obveznika koji preko destinacija kao što su Lihtenštajn pokušavaju izbjeći visoke poreze. Njemačka kancelarka Angela Merker je zaprijetila Lihtenštajnu izolacijom ukoliko ne ublaži striktna pravila o tajnosti bankarskih računa. Na ovu prijatnu prestonasljednik Lihtenštajna princ Alojz je, uz komentar da "veće države misle da žive u doba kada moć znači pravo", savjetovao kancelarku da uz više demokratije i bolje poreske sisteme građani Njemačke ne bi pribjegavali utaji.

Poreska konkurencija

Nasuprot poreskoj harmonizaciji koja teži da unificira poreska opterećenja u različitim državama, poreska konkurencija vodi kreiranju poreskog ambijenta koji odgovara individualnim politikama svake države, odnosno individualnim potrebama građana i investitora. Ovaj proces za posljedicu ima različite poreske sisteme i mogućnost izbora za poreske obveznike. Izbor podrazumijeva mogućnost seljenja (kapitala) i prijatnu za države sa nekonkurentnim poreskim sistemom.

Konkurencija poreskih sistema nije novog datuma. Priča o propasti Rodosa posebno je interesantna. Nakon pada Atine u 4. vijeku prije Hrista većina trgovine na istoku prešla je na Rodos koji je bio udaljen od ratnih područja Grčke. Rodos je postao Švajcarska starog svijeta. Imao je dobar geografski položaj koji mu je omogućavao da naplaćuje 2% vrijednosti tereta lučke takse za sve brodove koji su pristajali kako bi pribavili namirnice ili pretovarili teret. Rimljani su nakon pobjede nad Makedoncima izgradili konkurentnu slobodnu luku na ostrvu Del. Izgrađeni su novi lučki uređaji i organizovano je pružanje lučkih usluga sličnih na Rodosu. Za razliku od Rodosa na Delu se nije naplaćivala lučka taksa. Roba je mogla slobodno ulaziti i izlaziti i pretovarati se na Delu bez plaćanja takse. Već u prvoj godini uspostavljanja konkurentne luke trgovina na Rodosu je opala za 85%, a prihodi su sa milion srebrnih drahmi pali na 150.000. Tako je trgovački div starog Istoka nestao zbog konkurentnijeg poreskog sistema. Švajcarska starog doba uništena je kada su Rimljani uspostavili prvu poresku oazu u istoriji.

Istraživajući uzroke bogatstva i siromaštva nacija Dejvid Lendis⁶ saopštava da je konkurencija među državama bila impuls razvoja Evrope, u srednjem vijeku. Borba za

⁶ Dejvid Lendis "Bogatstvo i siromaštvo nacija - zašto su jedni bogati, a drugi siromašni", Stubovi kulture, Beograd, 2004. Za detaljnije pogledati str. 54. i 55.

vlast u evropskim društvima podstakla je fenomen, specifičan za Evropu, stvaranja poluautonomnih gradova, organizovanih kao komune. Gradovi su postali utočišta potlačenih i preduzetnika, centri razmjene dobara sa ruralnim mjestima. Migracije u gradove podstakle su povećanje prihoda i poboljšanje životnog standarda ne samo pridošlih već i okolnog stanovništva. Kako bi uvećali svoje prihode evropski vladari i preduzimljivi vlastodršci su morali da privuku građane i farmere pravima, slobodama i povlasticama, pogađajući se sa njima. Konkurencija, ili kako to Lender definiše "političko rivalstvo i pravo slobodnog kretanja, bili su veliki pokretači napretka."⁷

U današnjem globalnom svijetu kapital ne (pre)poznaje granice nacionalnih država. Kapital se može transferisati jednim telefonskim pozivom ili pritiskom kompijuterskog miša. Tako, sa uspostavljanjem političke stabilnosti i vladavine prava, poreska konkurencija postaje sve važniji faktor ukupne konkurentnosti. Vlasnici kapitala motivisani željom za njegovom oplodnjom biraju (kupuju) sisteme koji ih najmanje kažnjavaju, koji imaju najmanju cijenu. Kao što pojedinci pri jednakom kvalitetu usluge i asortimana biraju supermarkete u kojima su proizvodi jeftiniji tako i vlasnici kapitala biraju (kupuju) poreske sisteme koji su jeftiniji. Ono što je Adam Smit⁸ prije par vjekova uočio kao mogućnost u punoj mjeri je zaživjelo kao pravilo, u današnjem modernom svijetu. Države koje su prepoznale poreze kao važan instrument ekonomskog razvoja, i implementirale konkurentne sisteme, u kratkom roku su iskusile benefite takve politike.

Poresko iskustvo zemalja tzv. Azijski tigrovi (Hong Kong, Tajvan, Južna Koreja i Singapur) je dragocjeno za sve zemlje koje preferiraju brz ekonomski rast i dostizanje najviših nivoa dohotka. Finansijski lideri iz ovih zemlja ističu da je nakon uspostavljanja osnovnih preduslova⁹ poreski sistem posebno važan. Zajedničko za ove države je da su

⁷ U isto vrijeme, zatvoreno kinesko društvo koje je obeshrabrivalo inovacije i konkurenciju je stagniralo, odnosno propadalo. "U Kini koja nije imala zvaničnu religiju, postojala je izuzetna vjerska tolerancija, mandarini i carski dvor bili su zaštitnici više, savršene, svjetovne moralnosti i u skladu s tim definisali vlast, prosuđivali ideje i ponašanje, gušili pobune i promjene, čak i tehnološke novine. Bilo je zatvoreno društvo, kulturno i intelektualno: podnosilo je samo male promjene (samo zato što nije moglo sve da ih uguši), ali kada bi one zaprijetile da ugroze taj status *quo*, država bi reagovala i povratila red." (Lender, str. 56.) Da li se danas događaju slični procesi, obrnutih smjerova? Da li se Evropa (EU) zatvara dok se Kina otvara?

⁸ „Vlasnik kapitala (stock) je svakako građanin svijeta, i ne može se trajno vezati za neku zemlju. On bi težio da napušta zemlju u kojoj je izložen uznemiravajućem ispitivanju u cilju da mu se nametne preveliki porez, i sklonio bi svoj kapital u neku drugu zemlju gde bi ili mogao nastaviti sa svojim poslom, ili mirno uživati u svom bogatstvu. Uklanjajući svoj kapital, okončao bi svu djelatnost koju je obavljao u zemlji koju je napustio. Kapital kultiviše zemlju, kapital zapošljava rad. Porez koji bi imao za posljedicu bježanje kapitala iz neke zemlje bi tako isušivao svaki izvor prihoda i suverenu i društvu. Ne samo profiti od kapitala, već i zemljišna renta i radničke nadnice bi nužno bile umanjene njegovim uklanjanjem.“ - Adam Smit, Bogatstvo naroda, 1776.

⁹ U osnovne preduslove ubrajaju se: politička stabilnost; vladavina prava; nekorumpirana uprava; efikasna administracija; odgovorni sindikalni lideri; mudra kontrola javnih rashoda i kontrola visine javnih rashoda; fokusiranje državne potrošnje na investicije, a ne na redistribuciju, minimalne subvencije i učešće države u privredi; produktivno korišćenje strane pomoće za određeni limitirani period.

one promovisale *supply side* poresku politiku nekoliko decenija prije Tačer - Reganove revolucije.

Hong Kong je 1947. godine usvojio jedinstvenu stopu poreza na dobit kompanija i poreza na zarade u visini od 10%, uz istovremeno ukidanje poreza na kapitalnu dobit. Poreska filozofija se zasnivala na jednakom tretmanu stranaca i promovisanju slobodnog tržišta. Slobodna trgovina je ohrabrena kroz sistem slobodne zone, dozvoljavajući ulaz i izlaz robe bez carina, uz plaćanje samo registracione nadoknade. Poreski sistem je bio jednostavan - nijesu postojala posebna oslobođenja, izuzeci i stimulansi za pojedinačne privredne grane ili kompanije. Ukupna fiksna politika bila je konzervativna – niske poreske stope, pratila je niska državna potrošnja i izbalansiran budžet, odnosno budžet u suficitu¹⁰. U ovakvom fiskalnom ambijentu dohodak je porastao sa 180\$ iz 1950. na 7.800 u 1988. godini. Tajvan, Južna Koreja i Singapur su usvojili niske poreske stope za neposredno oporezivanje, uz istovremeno politiku podsticanja strateških grana i industrija putem izuzimanja i oslobađanja od oporezivanja¹¹. Poput Hong Konga, ekonomski uspjeh je bio brz i silovit.¹²

Nekoliko decenija kasnije slični procesi su započeti i u najmnogoljudnijoj zemlji svijeta, komunističkoj Kini. Rezultati u privlačenju investicija i stopama ekonomskog rasta izazivaju pažnju i poštovanje čitavog svijeta. Ohmae, navodi da "prosperitet Kine najviše leži u njenoj sposobnosti da zaboravi na svoju pređašnju praksu i da dopusti svojim regijama – državama da oru vlastitu njivu. U stvarnosti su ove regije žestoki konkurenti za ulaganjima i to ne iz centra države, kako je to bio prije slučaj, već iz ostatka svijeta."¹³

Azijski kontinent nije izolovan primjer. Evropska priča doživljava svoju kulminaciju. Započeta je u Velikoj Britaniji¹⁴, a danas su glavni akteri bivše države komunističkog bloka.

¹⁰ Niske poreske stope koje su podstakle brz ekonomski rast vodile su budžetskom suficitu u 32 dvije godine od ukupno 35 godina u periodu od 1947-1982.

¹¹ Nakon višedecenijskog iskustva ove države preferiraju promjene ka jednostavnije sistemu zasnovanom na niskim i proporcionalnim poreskim stopama bez posebnih izuzeća i olakšica.

¹² Detaljnije pogledati: Alvin Rabushka, "Tax Policy and Economic Growth in the Four Asian Tigers".

¹³ Kenichi Ohmae, "Nova Globalna pozornica - Izazovi i prilike u svijetu bez granica", Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Zagreb, 2007.

¹⁴ Ovo nije prvi put da je Velika Britanija fiskalnu, a posebno poresku politiku koristila kao instrument ekonomskog napretka. Kako Kenedi (2003.) navodi, ekonomski progres Velike Britanije u XVII, XVIII i XIX vijeku izgrađen je, između ostalog, na konkurentnom poreskom sistemu. "...Engleski poreski sistem omogućavao je godišnje značajno zaduživanje. Poreski sistem je bio postavljen tako da su većina dadžbina nevidljive, nije bilo izuzimanja povlašćenih, budžet je odobravalala skupština... Iako su se promjene činile prije postepene nego dramatične, rezultati su bili impresivni. Između 1760 i 1830. Ujedinjeno Kraljevstvo bilo je odgovorno za dvije trećine rasta u Evropi, a njen udio u svjetskoj indurstrijskoj proizvodnji skočio je sa 1,9 na 9,5%, a u narednih 30 godina britanci su udio izgurali na 19,9%.... Merkantilističke mjere stalno su bile ukidane. Zaštitne carine su ukinute, zabrana izvoza napredne tehnologije je ukinuta... A tada je Britanija bila u punom zamahu."

Odliv mozgova, visoko obučeni i iskusni bio je značajan 1970-tih godina u Velikoj Britaniji, usljed demotivirajućih ili štaviše kaznenih poreskih stopa. Najveća stopa je iznosila 98%, a osnovna 35%. Poražavajući podaci bili su najbolja lekcija za donosioce odluka u poreskoj oblasti koji su 1980-tih relaksirali nesnošljivog tereta građane i privredu. Nakon drastičnog smanjenja poreza britanska ekonomija se oporavila, ohrabren je preduzetnički duh, talentovani naučnici ostajali su kući, a investitori su pohrlili da oplode svoj kapital.¹⁵ Danas se Britanski analitičari „plaše“ vraćanja u mračne dane 1970-tih ukoliko Britanija usvoji Evropski socijalni model oporezivanja i pitaju se zašto ispustiti očigledne prednosti koje donosi konkurentan Britanski poreski sistem.¹⁶

Na putu privlačenja kapitala značajan broj zemalja u Evropi, mahom tranzicionih, posljednjih godina reformisao je svoje poreske sisteme u pravcu zamjene visokih poreskih stopa nižim. Ovaj proces je najčešće podrazumijevao uvođenje jedinstvene, tzv. flat poreske stope. Predvodnik poreske konkurencije, odnosno snižavanja poreskih opterećenja u Evropi je Estonija. Nakon Kanalskih ostrva¹⁷ Estonija je prva država koja je 1994. godine uvela proporcionalnu poresku stopu od 26%. Objedinjenim zakonom uvedena je jedinstvena poreska stopa na dohodak, za pravna i fizička lica, koja je zamijenila tri progresivne stope poreza na lični dohodak i jednu različitu stopu poreza na dobit pravnih lica.¹⁸ Latvija i Litvanija pratile su primjer Estonije. Tako je u Latviji 1995. godine uvedena jedna stopa poreza na dohodak fizičkih lica od 25%. Litvanija je implementirala, polovično rješenje, na putu ka jedinstvenoj poreskoj stopi. Veći dio dohotka fizičkih lica oporezovan je po stopi od 30%, dok povlašćena stopa iznosi 15%. Vremenski kasnije, ali i značajno obuhvatnija i radikalnija bila je Slovačka poreska reforma. Tokom 2003. godine, jedinstvena poreska stopa utvrđena je za direktne (dohodak

¹⁵ Godine 1996. tadašnji ministar finansija Njemačke opisao je London kao poreski raj koji ohrabruje njemačke finansijere da se presele tamo, a velike kompanije kakva je Erikson 1988. godine objavila je da želi da preseli svoj biznis u London zbog visokih poreza u Švedskoj (Analizirajući Švedsku ekonomiju u *Journal of Political Economy*, procijenjeno je da su visoke marginalne poreske stope odgovorne za 75% pada u ekonomskom rastu - Charles E. Stuart, "Swedish Tax Rates, Labor Supply, and Tax Revenues," *Journal of Political Economy*, Vol. 89, No. 5 (1981), pp. 1020-1038.)

¹⁶ Pogledati: Jonathan Collett, Time for the Truth: EMU and Tax Harmonisation, www.brugesgroup.com.

¹⁷ Kanalska ostrva su smještena u engleskom kanalu sjeverozapadno od obale Francuske. Populacija ostrva Gersni je 59.000 hiljada, a populacija ostrva Džersi je 75.000 hiljada stanovnika. Nijedno od njih nije član EU i oba ostrva imaju specijalni status. Od šezdesetih godina, oba koriste standardnu stopu od 20% na porez na dohodak fizičkih lica i kompanija. Porez na dohodak ima izdašne lične odbitke i olakšice. Nijedno ostrvo nije uvelo porez na kapitalne dobitke, transfere kapitala, porez po odbitku ili na kamatu na depozite bankama. Kao "čisti sistem u kome nema dvojnog oporezivanja prihoda (Imputation System)" ni jedan dohodak se ne oporezuje dva puta. Nijedno ostrvo ne naplaćuje porez na dodatu vrijednost. S obzirom na veličinu ovih ekonomija pri analizama investicionog i konkretno poreskog ambijenta ove države se često ne uzimaju kao primjeri.

¹⁸ Prethodno je marginalna poreska stopa na dobit iznosila 40%, a na dohodak 42%. Jedinstvena stopa poreza na dohodak fizičkih lica uključila je "neoporezivi prag", tj. iznos dohotka na koji se nije plaćao porez, odnosno obračunavala stopa "0".

fizičkih i pravnih lica) i indirektni poreze (PDV) u iznosu od 19%.¹⁹ Slovački model poreske reforme implementirala je Rumunija. Rumuni su ponosni što je jedinstvena poreska stopa na dohodak fizičkih i pravnih lica na značajno nižem nivou (16%). U Ukrajini, Rusiji i Gruziji jedinstvena poreska stopa uvedena je kao očajnički pokušaj da se spriječi galopirajuća utaja. Rusija je 2001. godine uvela jedinstvenu stopu poreza na dohodak fizičkih lica od 13%, čime je zamijenjen progresivni sistem sa tri stope (12%, 20%, 30%). Ukrajina od 2004. godine slijedi primjer Rusije. Jedinstvena poreska stopa na dohodak građana od 13% je zamijenila progresivni sistem sa 5 stopa (10, 15, 20, 30, i 40%).²⁰

Najdramatičnije promjene napravila je Irska, smanjujući porez na dobit preduzeća sa 40% (koliko je iznosila najveća stopa 1995. godine) na 12,5% u 2004. Interesantno je da ministri finansija EU nijesu blagonaklono gledali na smanjenje poreza u Irskoj iako je ovu politiku pratio visok budžetski deficit, nizak nivo zaduženosti i po evropskim mjerilima nizak nivo državne potrošnje. I dok je Irskoj bilo "suđeno" za niske poreske stope ni jednoj državi EU nije prigovoreno za visoku državnu potrošnju i visoke poreze.

Zajedničko za sve ove zemlje je to što su lijek za svoje siromaštvo i težnju za brzim ekonomskim rastom pronašle u radikalnim ekonomskim reformama čiji je temeljac predstavljala reforma poreskog sistema. Uspjeh njihove reforme je iznenađujući čak i za najveće optimiste.

Umjesto zaključka

Prihvatanje koncepta fiskalne harmonizacije nasuprot konceptu fiskalne konkurencije nije tehničko već suštinsko pitanje, koje određuje dinamiku ekonomskog rasta i razvoja. Harmonizovanjem se ujednačavaju dobri i loši sistemi, dobra i loša rješenja. U situaciji harmonizovanih poreza političari i donosioci ekonomskih odluka imaju manje podsticaja da se ponašaju odgovorno, a građani i privreda manje mogućnosti za izbor, tj. manje lične i ekonomske slobode. U svijetu jedinstvenih poreza i poreskih stopa glasanje nogama i kapitalom bi bilo skućeno na manji broj raspoloživih opcija, a jedna od najviše (demo)motivišućih bi nestala.

Konkurencija je mehanizam koji kažnjava loše a nagrađuje dobre i efikasne. Ovo generalno pravilo važi i na primjeru konkurencije poreskih sistema. U zemljama gdje je poreski sistem koncipiran na način da je teško izbjeći plaćanje visokih poreskih stopa od ovakve politike na gubitku su najčešće upravo te države i njihove ekonomije. Visoko kvalifikovani, kreativni i produktivni kadar ove destinacije ne prepoznaje kao pogodan

¹⁹ Lični dohoci do visine 1,6 puta linije siromaštva izuzeti su od oporezivanja. Ukidanjem oporezivanja dividende izbjegnuto je dvostruko oporezivanje dohotka, ostvarenog po osnovu vlasništva u kompaniji. Istovremeno su ukinuta sva izuzeća, oslobođenja i olakšice.

²⁰ 1994. godine marginalna poreska stopa u Ukrajini iznosila je 90%.

ambijent za naporan rad i sticanje dohotka. Ljudi su demotivisani da rade naporno i da preduzimaju rizike pa manje ambiciozni biraju dokolicu, a kreativniji i skloniji riziku izigravaju sistem ili "glasaju nogama".

I dok je u prošlosti svijet osvajan veličinom i snagom vojske, danas se "osvaja" veličinom i konkurentnošću poreskog sistema. Zato i male države danas mogu biti "moćne" i bogate. Mogu biti utočište za nabogatije, najefikasnije, najvrjednije. Mogu biti utočište za veliki kapital i odatle crpiti svoju i ekonomsku i političku moć. Primjeri Švajcarske, Lihtenštajna, Luksemburga, Hong Konga, Singapura i drugih država koje su na platformi konkurentnog poreskog sistema trasirali put ka bogatstvu ovo potvrđuju.

Danas nije uspjeh biti isti već je put ka uspjehu popločan različitostima. Iskustvo pokazuje da najbrže napreduju ne oni koji kopiraju već oni koji su konkurentni i zato put razvoja treba bazirati na konkurentnosti, a ne harmonizaciji.

Literatura:

- Alvin Rabushka, "Tax Policy and Economic Growth in the Four Asian Tigers," Journal of Economic Growth, Vol. 3, No. 1, www.stanford.edu;
- Robert Nef, Liberales Institut, Zurich: »24 Propositions to the Topic: Can Micro State be Economically Sustainable?«;
- Tibor R. Machan, „Zašto su porezi stvarno loša stvar“, The Laissez Faire Electronic Times, Vol 2, No 37, 22. septembar, 2003; www.katalaksija.com;
- Danijel Mičel, „Ekonomija poreske konkurencije: Harmonizacija ili liberalizacija“, www.katalaksija.com;
- Kenichi Ohmae, "Nova Globalna pozornica - Izazovi i prilike u svijetu bez granica", Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Zagreb, 2007.
- European Parliament Fact Sheets, www.europarl.europa.eu/factsheets;
- Jonathan Collett, Time for the Truth: EMU and Tax Harmonisation, www.brugesgroup.com;
- Charles Adams, Za dobro i zlo - Utjecaj poreza na kretanje civilizacije, Institut za javne financije, Zagreb 2006;
- Dejvid Lendis "Bogatstvo i siromaštvo nacija - zašto su jedni bogati, a drugi siromašni", Stubovi kulture, Beograd, 2004;
- Pol Kenedi, "Uspon i pad velikih sila - Ekonomska promena i ratovanje od 1500. do 2000. godine", CID, Podgorica, 2003

Milica Vukotić*

Američki zdravstveni sistem: izuzetak ili pravilo

Abstract

In the run up to the November elections, as in most recent elections, we are hearing a lot about how America is supposedly suffering from bad health care. The debate is normally divided between those who want to wipe out the entire system and replace it with government micro-management of every detail of health care, and those who want only to vastly increase government spending on what is left of "private" health care. Both usually ignore what is, or should be, unique about American health care—a foundation in individual rights and freedom of choice. This paper discusses uniqueness of American health care system and answers the question whether American health care system is significantly different from Western-European health care systems.

Keywords: *health care system, freedom of choice, healthcare spending, health insurance*

Uvod

Isto kao što je Amerika kao zemlja mnogo različita od svih ostalih razvijenih zemalja, tako se i američki zdravstveni sistem umnogome razlikuje od onih u ostalim razvijenim zemljama. Kroz analizu američkog zdravstvenog sistema, pokušaćemo da otkrijemo da li se američki zdravstveni sistem značajno razlikuje od zapadnoevropskih, i da li je američki zdravstveni sistem dominantan, kao američka privreda i politika.

Već čitavu generaciju pitanje kontrole troškova, odnosno izdataka za zdravstvo je centralni problem u gotovo svim zdravstvenim sistemima. Po izdacima za zdravstvenu zaštitu, SAD prednjači među OECD zemljama. Na primjer, u 1997. godini, per capita izdaci na zdravstvo u SAD-u bili su 2,3 puta veći od medijane OECD zemalja, i 1,5 puta veći od drugorangirane zemlje po izdacima. Posmatrano kao procenat BDP-a, 1960. godine izdaci za zdravstvo iznosili su 5,2%, u 1997. godini 13,5%, u 2000. godini 14%, a predviđa se da će njihovo učešće u 2008. godini izositi 16,2%¹.

Međutim, povećanje izdataka za zdravstvo nije dovelo do povećanog korišćenja zdravstvene zaštite, barem ne ukoliko se mjeri indeksima hospitalizacije i korišćenja ljekara.² U 1996. godini, u SAD-u je broj ljekara na hiljadu stanovnika bio jednak medijani OECD zemalja, a broj posjeta ljekaru per capita je za 0,1 ispod medijane OECD

* Fakultet za međunarodnu ekonomiju, finansije i biznis – UDG, Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica

¹ Smith i grupa autora, 2001.

² Anderson i Poullier, 1999.

zemalja. Dok je broj posjeta i dužina boravka u bolnicama niža nego u OECD zemljama, troškovi po bolničkom danu su pet puta veći od medijane u 23 OECD zemlje.³ Iako ovi rezultati navode na zaključak da je američki zdravstveni sistem neefikasan, preurenjeno je donositi takav zaključak. Nelogično je da jedna tako napredna ekonomija ima veoma neefikasan zdravstveni sistem. Pa, u čemu se kriju razlozi ovako visokih izdataka? Razlog je nešto po čemu je, takođe, Amerika mnogo drugačija i ispred ostalih zemalja, a to su istraživanje i inovacije⁴. Amerika je svjetski lider u biomedicini i njenoj primjeni na pacijente. Ona je svjetski lider u količini i kvalitetu medicinskih istraživanja, kao i u kvalitetu medicinske edukacije. Ova tehnološka nadmoć je reflektovana u veoma specijalizovanoj i intenzivnoj zdravstvenoj zaštiti, naročito za akutne bolesti. Nju karakteriše upotreba tehnološki naprednih dijagnostičkih uređaja i laboratorijskih testova, kao i inovativne terapijske tehnike.

Koncentracija na biomedicinu, u značajnoj mjeri je oblikovala američki zdravstveni sistem. Ona je dovela do centralne uloge bolnice u sistemu, i umnogome je doprinijela velikoj specijalizaciji pružalaca zdravstvene zaštite. Štaviše, dovela je do upotrebe tehnološki naprednih tehnika i široku rasprostranjenost tehnoloških inovacija. Konačno, američko medicinsko liderstvo je stimulisalo širenje naučne medicine i tehnologije širom svijeta.

Dakle, orijentacija ka medicinskoj nauci i tehnologiji je ono što razlikuje američki zdravstveni sistem od svih ostalih u razvijenim zemljama. Ovakva strategija zasigurno povećava troškove sistema. Napredak medicinske nauke posljednjih godina, uticao je na promjenu strukture samog sistema.

Jednakost i dostupnost zdravstvene zaštite

I pored veoma skupog sistema, Amerika je poznata po tome što nema univerzalan pristup zdravstvenoj zaštiti. Preko 40 miliona Amerikanaca ne posjeduje zdravstveno osiguranje, a mnogo više njih smatraju da su nedovoljno osigurani. Vlade većine industrijalizovanih zemalja teže da omoguće svojim građanima univerzalni pristup zdravstvenoj zaštiti. 1997. godine, od 29 OECD zemalja, samo Meksiko, Turska, Holandija, Njemačka i SAD nijesu zadovoljile ovaj kriterijum. Dok je 92% Njemaca, 72% Meksikanaca i Holanđana, i 66 % Turaka, primalo zdravstveno osiguranje sponzorirano od strane Vlade, to je važno samo za 33% Amerikanaca.⁵ Iako je u svakoj zemlji ostvarenje cilja univerzalne pokrivenosti zdravstvenom zaštitom, bilo postignuto kroz mirni proces koji je trajao godinama, u

³ Anderson i Poullier, 1999; SAD troši skoro duplo više po bolničkom danu nego Danska, koja je rangirana poslije SAD-a.

⁴ U 1997. godini, američki izdaci za istraživanje u ovoj oblasti činili su 43% ukupnih svjetskih izdataka, i to je bilo malo više nego ukupni izdaci ostalih G-7 zemalja.

⁵ Anderson i Poullier, 1999; U slučaju Holandije i Njemačke, skoro svi koji nijesu bili osigurani kroz zdravstveno osiguranje sponzorirano od strane vlade, bili su u mogućnosti da kupe privatno osiguranje.

Americi je ovaj proces stopiran poslije uvođenja Medicare i Medicaid amandmana 1964. godine, o čemu je bilo riječi u prethodnom poglavlju.

Naravno, većina Amerikanaca ima zdravstveno osiguranje, i ono je najčešće ostvareno preko privatnih osiguravajućih kompanija, najčešće preko mjesta zaposlenja. Za mnoge, troškove osiguranja snose poslodavci, iako, sve više, zaposleni moraju da snose određene troškove svog osiguranja. Dakle, bezbjedno je reći da je, za većinu populacije, zdravstvena zaštita uglavnom podržana kroz privatne osiguravajuće planove. Većina neosiguranih su nezaposleni, samozaposleni, ili u stalnom prelazu sa jednog posla na drugi, kod poslodavaca koji ne pružaju zdravstveno osiguranje. Medicare program pruža osiguranje penzionerima i hendikepiranim, dok Medicaid pruža zdravstveno pokriće onima čija su primanja ispod linije siromaštva ili onima koji primaju državnu pomoć.⁶

Štaviše, prema Zakonu, bolnice su obavezne da pruže zaštitu bilo kome čije stanje u vrijeme dolaska u bolnicu predstavlja hitan slučaj. Dakle, može se zaključiti da i pored nepotpune pokrivenosti zdravstvenim osiguranjem, američki zdravstveni sistem pruža dozu sigurnosti svima onima koji imaju potrebu za zdravstvenom zaštitom. Ono što je jedinstveno za američki zdravstveni sistem jeste oslanjanje na nevladino finansiranje za većinu zdravstvenih osiguranja.

Istovremeno, mnogi ljudi imaju problem da pristupe zdravstvenoj zaštiti. Zdravstveno osiguranje često ne pokriva troškove intervencije u potpunosti. Na primjer, mentalna zdravstvena zaštita je pod mnogobrojnim, čak i nerealističnim, ograničenjima pružanja usluga. Osiguranje za stomatološke usluge, koje se prodaje odvojeno, je manje dostupno nego zdravstveno osiguranje, i vrlo često ne pokriva sve usluge.

Razvoj upravljačke zaštite postavio je ograničenja kako na izbor provajdera, tako i na refundaciju procedura za koje administrator osiguranja smatra da nijesu pod garancijom. Neke neophodne forme zdravstvene zaštite nijesu uopšte pokrivena osiguranjem, ili zahtijevaju veliku participaciju pacijenata u troškovima. Tipičan primjer su nedostatak pokrivenosti za lijekove pod Medicare planom, i uglavnom oslanjanje na izdatke iz sopstvenih izvora, kada je u pitanju dugoročna zaštita za nesiromašne pacijente. Iako zdravstveni sistemi drugih nacija takođe imaju ograničenje na pružanje usluga, ona su uglavnom rezultat trenutnih budžetskih nestašica, prije nego raskola u strukturi pokrivenosti zdravstvenom zaštitom.

Mjerilo outputa zdravstvenog sistema

I pored značajnih ulaganja i skupog sistema, SAD nije lider kada su u pitanju zdravstveni indikatori. Očekivano trajanje života, kako na rođenju, tako i pri starosti od 65 godina, nalaze se na nivou medijane OECD zemalja, kako za muškarce, tako i za žene. Kada je

⁶ Federalna vlada obezbjeđuje zdravstvenu zaštitu i za vojni personal, vetreane, i domoroce.

riječ o smrtnosti odojčadi, rezultati su još gori. Dalje, prema DALE⁷ indeksu, 18 OECD zemalja je bilo ispred Amerike, dok je samo 10 imalo lošiji rezultat. Uzimajući u obzir ovu statistiku, ne čudi što je Svjetska zdravstvena organizacija rangirala SAD kao sedamdeset drugu, u konkurenciji od ukupno 191 zemlje, pri mjerenju performansi nivoa zdravlja. Ovaj indeks predstavlja procjenu u kojoj mjeri je neka zemlja dostigla optimalni nivo zdravlja, za zemlju njenog ekonomskog nivoa.⁸

Međutim, američki zdravstveni sistem se pokazuje prilično dobrim kada su u pitanju mjerila «reakcije» (koliko sistem brzo reaguje) i ispravnosti sistema, a koja takođe ulaze u indeks. Mjerila reakcije baziraju se na ocjenjivanju ponašanja pružaoca usluga (provajdera) prema pacijentima, brzini pružanja usluge, nivou usluge, kao i dostupnosti socijalne pomoći u toku zaštite. Prema ovom mjerilu, SAD je prvorangirana među 191 posmatranom zemljom.⁹

Mjerilo ispravnosti sistema kombinuje mjere mogućnosti priuštenja zdravstvene zaštite, opseg do kog sistem štiti od zdravstvenog rizika, kao i da li su troškovi zdravstvenog osiguranja regresivni. Po ovom mjerilu, SAD je rangirana kao pedeset četvrta, nakon 23 OECD zemlje.

Zaključak ovih poređenja je da i pored mogućnosti da ulaže puno u zdravstvenu zaštitu, i liderske pozicije u pogledu nauke i tehnologije, američki sistem ne proizvodi dobra mjerila zdravstvenog stanja. Ova mjerila su na nivou ili ispod medijane OECD zemalja, za većinu indeksa.

Osnovne karakteristike američkog zdravstvenog sistema

Vidjeli smo da se američki zdravstveni sistem značajno razlikuje od sistema u ostalim industrijalizovanim zemljama. Ovdje ćemo sistematizovati osobenosti američkog sistema, u deset faktora.

Tržišna orijentacija: Već smo vidjeli da SAD pružaju zdravstveno osiguranje sponzorirano od strane Vlade manjem dijelu građana nego većina OECD zemalja. Prema najnovijim podacima Svjetske zdravstvene organizacije, u 2003. godini većina izdataka na zdravstvo bili su privatni izdaci (55,4%). Isti procenat u Velikoj Britaniji je iznosio 14,3%. Ono što je interesantno napomenuti jeste da je u 1997. godini ovaj pokazatelj u Americi bio na gotovo istom nivou, a u Velikoj Britaniji je iznosio 3,7%.

Opšteprihvaćeno je mišljenje da je tržište zdravstva daleko od savršeno konkurentnog tržišta, i njegovi nedostaci kreiraju nefer uslove za neke učesnike. Upravo ovo je bio

⁷ DALE (Disability Adjusted Life Expectancy) je indeks koji je razvila Svjetska zdravstvena organizacija, i mjeri broj godina koje neko može očekivati da proživi, ukoliko ima neki hendikep.

⁸ WHO, 2000.

⁹ WHO, 2000.

izgovor Vlada širom svijeta da se uključe u regulisanje ove oblasti. Stepem uključenosti Vlade varira među zemljama. U SAD-u je regulacija ovog tržišta, uglavnom, uloga vlada država. Nakon drugog svjetskog rata, Federalna vlada je htjela da ojača svoj uticaj, ali je to bilo politički teško izvodljivo.

Privatizacija i «za profit» vlasništvo: Čak i javne bolnice i zdravstvene institucije moraju funkcionisati u okvirima tržišnog sistema. Štaviše, u SAD-u postoji trend povećane privatizacije. «Za profit» osiguravajuće kuće dominiraju tržištem, a čak su i mnoge Blue Cross¹⁰ organizacije promijenile status u «za profit». Istovremeno, mnoge javne bolnice su privatizovane, pa je broj kreveta u «za profit» bolnicama porastao sa 47.000 u 1965. godini, na 107.000 u 1999. godini.¹¹ Čak, postoji mišljenje da se i one institucije koje djeluju kao neprofitne, ponašaju kao profitne institucije.

Diversifikovanost i kompleksnost sistema: Napredak biomedicine je doveo do povećanja raznovrsnosti zdravstvenih usluga, kao i do povećanja diversifikacije i specijalizacije funkcija. Štaviše, tržište ohrabruje preduzetničke inovacije, kao i specijalizaciju. Ove sile, koje su skoro bez ograničenja od strane birokratije ili pravila standardizacije, proizvele su veoma komplikovan zdravstveni sistem. U sistemima u kojima je uloga tržišta minimizirana, organizacija je mnogo jednostavnija, i svi ti sistemi su standardizovani i linearno organizovani.

Fragmentacija: Fragmentacija je logična posljedica visoke specijalizacije, koja zahtijeva formiranje podjedinica, od kojih svaka ima svoju koncentraciju i organizacione granice. Dakle, stvaraju se funkcionalne jedinice, koje mogu početi međusobno da se takmiče, što dovodi do povećanja efikasnosti.

Decentralizacija i raznovrsnost lokalnih sistema: Ovo je još jedna od posljedica orijentacije ka tržišnoj maksimizaciji. Dakle, prisutna je decentralizacija, i mnoge odluke se donose na nivou lokalnih jedinica. Ovo mnogi prepoznaju kao prednost američkog sistema. S obzirom da se odluke donose na lokalnom nivou, inicijative su u rukama lokalnih donosioca odluka i preduzetnika, pa akcije koje se preduzimaju u oblasti zdravstva mogu biti uobličene na način koji će odgovoriti potrebama lokalne zajednice.

«Korporacijacija i menadžerizam»: Pod ovim pojmom podrazumijeva se sve veća upotreba modernih menadžerskih metoda i struktura u okviru već uglavnom privatizovanog zdravstvenog sistema. Neke od karakteristika ovog fenomena su: povećana moć menadžera, razvoj informacionog menadžmenta, koncentracija na

¹⁰ Blue cross i Blue shield Asocijacija je nacionalna organizacija koja se sastoji od 38 zdravstvenih osiguravajućih kompanija u SAD-u, uključujući i Portoriko. Asocijacija je formirana 1982. godine spajanjem Blue cross-a i Blue shield-a, a obje organizacije imale su dugu istoriju u zdravstvenim osiguravajućim planovima. Evolucija upravljačke zdravstvene zaštite u SAD-u vezuje se za ove planove.

¹¹ American Health Association (AHA), 1975. i AHA, 2001.

ostvarenje organizacionih ciljeva i racionalno planiranje, kao i birokratska kontrola kao posljedica.

Konsolidacija: Ono što je karakterisalo američki zdravstveni sistem proteklih godina, jeste talas merdžera i akvizicija, koji je doveo do formiranja manjeg broja većih ili moćnijih subjekata u sistemu.¹²

Nagle promjene: U toku prošlog vijeka, ali naročito u posljednjih 25 godina, američki zdravstveni sistem je doživio velike i nagle promjene. Ovo je bila posljedica naglog razvoja tehnologije, potom pojave merdžera i konsolidacije, kao i formiranja novih organizacionih formi. Većina ovih promjena je bila rezultat inovativnosti preduzetnika i menadžera u privatnom sektoru. Naročito nakon pada Klintonovog plana, država je dala mali doprinos promjeni zdravstvenog sistema.¹³

Američki zdravstveni sistem-zaključna razmatranja

Čvrsta tržišna orijentacija sistema, kao i karakteristike koje prate ovakvu organizaciju, omogućile su i pacijentima i provajderima veliku slobodu u izboru akcija. Međutim, poređenjem osnovnih indikatora sa drugim zemljama, dolazi se do zaključka, da Amerika ne samo da ne odskaače od ostalih zemalja, nego se nalazi na nivou prosjeka ostalih industrijalizovanih zemalja. Ipak, sa druge strane, već smo vidjeli da se sistemi koji se oslanjaju na javno vlasništvo, suočavaju sa problemima, i da se u tim zemljama povećava učešće privatnog kapitala. A zdravlje jedne nacije ne zavisi samo od zdravstvenog sistema, pa možda uzroke za neočekivane zdravstvene indikatore u Americi treba tražiti u životnom stilu njenih građana.

Ipak, najveći problem američkog zdravstvenog sistema jeste broj neosiguranih građana. Zdravstvena zaštita se pojavljuje kao jedno od najznačajnijih političkih pitanja u 2007. godini. Neki čak predviđaju da će, ako se ništa ne promijeni, broj neosiguranih lica porasti na 56 miliona do 2013. godine. Predsjednik Bush ima plan, koji se uglavnom zasniva na poreskim olakšicama za one koji sami kupuju svoje osiguranje. Ocjenjuje se da bi pomoću ovog plana potrošnja na zdravstvenu zaštitu pala za 31 milijardu. Međutim, Commonwealth Fund, na primjer, je izračunao da bi od ovog plana više koristi imale porodice koje zarađuju preko \$150.000 nego porodice koje zarađuju ispod \$10.000. Konačno, ovim planom bi bilo pokriveno samo 9 miliona Amerikanaca koji trenutno nemaju osiguranje. Ista studija pokazuje da bi primjenom Bushovog plana, troškovi

¹² Zelman, 1996.

¹³ U toku svoje predizborne kampanje 1992. godine, Bill Clinton je veliku pažnju posvetio reformi zdravstvenog sistema, i 1993. godine je predložio Kongresu reformu zdravstvenog sistema, koja je bila obrazložena na 1000 strana, i praćen planom prve dame, Hillary Clinton, o sprovođenju univerzalne zdravstvene zaštite. 1994. godine plan je definitivno proglašen «mrtvim».

administriranja zdravstvenog osiguranja porasli za 5 i po milijardi dolara, dok bi primjenom ostalih planova koji se predlažu, oni bili smanjeni.¹⁴

Prije odgovora na pitanje sa početka ovog rada, kratko ćemo razmotriti vezu između potrošnje za zdravstvenu zaštitu i kvaliteta zdravstvenog sistema.

Potrošnja za zdravstvenu zaštitu i kvalitet zdravstvenog sistema

U prethodnoj analizi ukazali smo na postojanje značajnih razlika u izdacima za zdravstvenu zaštitu među zemljama, prije svega između Amerike i ostalih analiziranih zemalja. U našu dosadašnju analizu bile su uključene samo razvijene zemlje. Logično je pretpostaviti povećavanje ovog jaza kada se u analizu uključe nerazvijene zemlje.

U 2002. godini, u svijetu je živjelo preko 6 milijardi ljudi, u oko 200 zemalja. Izdaci za zdravstvenu zaštitu za ovih 6 milijardi ljudi, iznosili su ukupno \$3,5 triliona za godinu dana.¹⁵ Stanovništvo SAD-a (285 miliona) predstavljalo je 5% ukupne svjetske populacije, a američki troškovi za zdravstvo (\$1,5 triliona) predstavljali su više od 40% ukupne svjetske potrošnje. Iako je Kina najveća zemlja, sa 1,3 milijarde stanovnika (oko 22% svjetske populacije), njena potrošnja za zdravstvenu zaštitu iznosila je svega \$0,3 triliona (oko 8% svjetske potrošnje). Zdravstveni izdaci po stanovniku u Americi bili su 10 puta veći od svjetskog prosjeka u 2002. godini, dva puta veći od per capita troškova u Japanu, i 20 puta veći od per capita prosjeka u Kini.

Pitanje koje već dugo zaokupljuje veliku pažnju u oblasti zdravstva je: Da li povećana potrošnja poboljšava zdravlje? Bogatije zemlje su «zdravije» i troše više za zdravstvenu zaštitu. Da li onda neko može zaključiti da povećana potrošnja uzrokuje poboljšano zdravlje? Odgovor koji se može dati nakon mnogobrojnih istraživanja i analiza na ovom polju, jeste: ne mora da znači. Kao što smo u prethodnim djelovima rada naveli, mnogi faktori koji su povezani sa povećanim dohotkom, kao što su obrazovanje, ishrana, sanitacija, takođe poboljšavaju zdravlje. Štaviše, u mnogim siromašnim zemljama u posljednjim godinama je poraslo očekivano trajanje života, a broj ljekara i BDP po stanovniku su se smanjili. Potpuna ocjena uticaja na zdravstveno stanje i relativnog doprinosa svakog faktora pojedinačno nije moguća, ali može biti napravljena gruba procjena relativnog značaja ekonomskog rasta, napretka u oblasti javnog zdravstva i medicinskog istraživanja, kao i upotrebe usluga zdravstvene zaštite. Međutim, ono što je najbitnije, mora biti prepoznato da se svi ovi faktori međusobno prepliću i da utiču jedan na drugi. Bez znanja, novac je beskorisan, a i medicinsko znanje samo za sebe je beskorisno, u ekstremnom slučaju totalnog siromaštva, i pored znanja, ljudi umiru od gladi zbog nedostatka novca. Bilo koja specifična procjena o tome koliko tačno svaki pojedinačni faktor doprinosi poboljšanju zdravstvenog stanja je, u određenoj mjeri,

¹⁴ "Bush's health care plan not most effective: study", Washington Post, 19. marta 2007.

¹⁵ World Health Report 2002, Svjetska zdravstvena organizacija

proizvoljna. Kada govorimo o nivou dohotka, važno je napomenuti da su istraživanja pokazala da je od samog dohotka bitnija njegova distribucija. Pokazalo se da je tamo gdje postoji veća jednakost u distribuciji dohotka, prosječni nivo zdravlja veći. Dalje, veza između dohotka i zdravlja nije linearna. Pad dohotka od 20% znači mnogo manje ljudima na vrhu distribucije, nego onima na dnu. Što je nejednakost izraženija, veća je vjerovatnoća da će neke porodice živjeti u nestašici hrane i patiti od zaraznih bolesti.

Zaključak

Nakon prethodne analize, nameće se zaključake da ne mora da znači da će povećanje izdataka za zdravstvenu zaštitu neophodno dovesti do poboljšanja zdravstvenog stanja, ali postoji velika vjerovatnoća da će, pri rastu dohotka, povećani izdaci za zdravstvenu zaštitu, u kombinaciji sa ostalim faktorima na koje, takođe, utiče povećanje dohotka, dovesti do poboljšanja zdravstvenog stanja. Generalno, sa povećanjem dohotka, doći će do povećanja nacionalnih zdravstvenih reusrsa i smanjenja raširenosti bolesti i potrebe za zdravstvenom zaštitom.¹⁶ Odnosno, postoji čvrsta pozitivna veza između nivoa razvijenosti zemlje, mjerene visinom BDP-a, i zdravstvenog stanja nacije.

Na kraju, da se vratimo na pitanje sa početka ovog rada. Odgovor je: Da, američki zdravstveni sistem se značajno razlikuje od sistema u dugim razvijenim zemljama, i isto kao što je Amerika vodeća politička i ekonomska sila, tako je i njen zdravstveni sistem superioran, barem kada su u pitanju tehnologija i razvoj nauke.

LITERATURA

1. Barer M., Getzen T., Stoddart G., 1998, „Health, Health Care and Health Economics: Perspectives on Distribution“, Wiley Pub.
2. Cleverley W. et al., 2006, „Essentials of Health Care Finance“, Jones & Bartlett Publishers, Inc.
3. Culyer A.J. and Newhouse J.P., 200, “Handbook of Health Economics”, Elsevier Science
4. Culyer E.J. and Wagstaff A., 1996, “Reforming Health Care Systems”
5. Dolan Paul et al., 2003, “Distributing Health Care: Economic and Ethical Issues”, Oxford University Press, USA
6. Dranove David, 2002, “The Economic Evaluation of American Health Care: From Marcus Welbey to Managed Care”, Princeton University Press
7. Grossman M., 1972, “The Demand for Health: A Theoretical and Empirical Investigation”, Columbia University Press
8. Hall Mark, 1995, “Reforming Private Health Insurance”, AEI Press
9. Kunreuther H. and Pauly M., 2006, “Insurance Decision Making and Market Behavior”, Now Publishers Inc.

¹⁶ Getzen Thomas, “Health Economics”, Wiley Publ., 2004.

10. Matcha Duane, 2003, "Health Care Systems of the Developed World: How the United State's System Remains an Outlier", Praeger Publishers
11. Pauly Mark, 1999, "Pooling Health Insurance Risks", AEI Press
12. Smith Peter, 2000, "Reforming Markets in Health Care: An Economic Perspective", Taylor & Francis Group
13. Tuohy Caroline, 1999, „Accidental Logics: The Dynamics of Change in Health Care Arena in the United States, Britain, and Canada“, Oxford University Press

mr Neda Ivović*

Razvoj kompanijskog prava u Crnoj Gori - korak naprijed ili nazad?

Abstract:

This paper seeks to analyze development of the Company Law in Montenegro from the aspect of innovative capacity of the major provisions of the Company Law. The article assesses investor protection indicators already existing in the literature. Author concludes that it is not just this indicators, but innovative capacity of the law in three major areas: corporate financing, protection of minority shareholders and corporate governance that should be evaluated when analyzing company law reforms. Author concludes that reforms of the company law in Montenegro were not thorough and that in certain cases the law moved even backwards, from the point of view of increasing opportunities for business innovations.

Key words: *corporate governance, company law reforms, shareholders protections*

1. Uvod

Poslednjih godina se, kako u ekonomskoj, tako i u pravnoj literaturi, naglašava značaj koji korporativno pravo ima za razvoj nacionalnog tržišta kapitala. S obzirom na veliki značaj korporativnog prava za razvoj tržišta kapitala, sve veća pažnja se posvećuje razvoju prava u ovoj oblasti i pokušava izmjeriti kvalitet korporativnog prava.

2. Cilj rada

Cilj rada je da kroz analizu odredbi važećeg Zakona o privrednim društvima ukaže na pravce razvoja korporativnog prava u Crnoj Gori. Najveći broj dosadašnjih analiza razvoja korporativnog prava nastojao je da kvalitet kompanijskog prava procijeni u odnosu na zaštitu koje ovo pravo pruža manjinskim akcionarima. Međutim, ove analize se pokazuju nedovoljnim sa aspekta potreba biznisa za inovacijama, tako da se javlja potreba da se razvoj i kvalitet korporativnog prava izmjeri s obzirom na mogućnost kompanija da razvijaju nove instrumente finansiranja, nove oblike upravljanja i slično. S toga je cilj ovog rada da istakne u kojem pravcu se kreće naše kompanijsko pravo kada je riječ kako o zaštiti prava manjinskih akcionara, tako i kada je riječ o potrebi samih kompanija za izvjesnim inovacijama koje im pravo o(ne)mogućava.

* Pravni fakultet; Komisija za hartije od vrijednosti Crne Gore, Podgorica

3. Kako se mjeri kvalitet korporativnog upravljanja?

Kriterijumi kojima se pokušava izmjeriti kvalitet korporativnog prava su različiti, a najčešće se odnose na stepen zaštite koji korporativno pravo pruža manjinskim akcionarima u kompanijama. Stepenu zaštite se, sa druge strane, pokušava utvrditi s obzirom na određene indikatore najbolje prakse. Ipak, poslednjih godina se ovakva konvencionalna shvatanja, koja svoj osnov imaju u zaštiti prava manjinskih akcionara kao osnovnom mjerilu kvaliteta korporativnog prava, odbacuju kao zastarjela, a kvalitet korporativnog prava mjeri drugim indikatorima. Kao preovlađujući kriterijum koristi se mogućnost korporativnog prava da ustanovljava inovacije.

Velika raznolikost odredbi o zaštiti manjinskih akcionara u različitim nacionalnim zakonodavstvima ukazala je na potrebu da se izračuna i empirijski pokaže u kojem pravnom sistemu, ili u kojoj grupi pravnih sistema, su principi korporativnog upravljanja najbolje implementirani, a time i ostvarena najpotpunija zaštita prava akcionara. Jednu od najznačajnijih empirijskih analiza sistema komparativnog upravljanja sprovedli su La Porta, Rafael, Florencio Lopez-de-Silanes, Andrei Shleifer i Robert Vishny. Analiza je imala za cilj da izračuna stepen zaštite investitora u zavisnosti od porijekla pravnog sistema.¹ Oznaka "indeks prava akcionara"² je sumarni pokazatelj zaštite akcionara. Indeks se kreće od 0 do 6 i izračunava se dodavanjem jednog poena kada: (i) akcionar može dati punomoćje elektronskom poštom; (ii) od akcionara se ne zahtijeva da deponuju svoje hartije prije godišnje skupštine akcionara; (iii) dozvoljeno je kumulativno glasanje ili proporcionalna zastupljenost manjinskih akcionara u Odboru direktora; (iv) akcionar ima pravo na tužbu za naknadu štete od članova Odbora direktora ili poništenje Skupštinskih odluka; (v) minimalni procenat akcionarskog kapitala koji ovlašćuje akcionare da zahtijevaju sazivanje vanredne skupštine akcionara manji je ili jednak 10%; (vi) akcionari imaju pravo preče kupovine koje im se ne može uskratiti, osim odlukom skupštine akcionara.³

La Porta *et al* razvijaju ideju da porijeklo pravnog sistema ima veoma veliki uticaj na način i pristup zaštiti prava manjinskih akcionara i tvrde da je efikasnost finansijskog sistema u velikoj mjeri opredijeljena stepenom pravne zaštite prava manjinskih akcionara.

¹ Vidi: La Porta, Rafael, Florencio Lopez-de-Silanes, Andrei Shleifer and Robert Vishny, *Law and Finance*, Journal of Political Economy, , br. 6/1998;

² „Indeks prava akcionara“, koji su kreirali navedeni autori, i danas se koristi kao najznačajnija kvantitativna mjera stepena zaštite investitora. Koristi se kako bi se utvrdio postojanje, odnosno nepostojanje veze između stepena zaštite investitora i drugih varijabli. Osnovne razlike se ispoljavaju u tzv. „sub-indeksu“ kojem se dodaje 1 ukoliko su akcionaru priznata određena prava, ili 0 ukoliko mu ta prava nijesu priznata, u a vezi sa svakom od 6 pojedinačnih varijabli. Rezultat ovog kvantitativnog mjerenja se, dakle, može kretati od minimalnih 0 do maksimalnih 6 poena po ovom indeksu.

³ Vidi: La Porta, Rafael, Florencio Lopez-de-Silanes, Andrei Shleifer and Robert Vishny, *Ibid.* Vidi i: Czajlik, István - Vincze, János, *Corporate Law And Corporate Governance- The Hungarian Experience*, Institute of Economics, Hungarian Academy of Science, Discussion Paper MT-DP, 2004/11;

Prema ovoj analizi, države evropsko kontinentalne pravne tradicije pružaju mnogo manji stepen zaštite akcionara u poređenju sa anglosaksonskim pravnim sistemom. Kao odgovor na manji stepen pravne zaštite manjinskih akcionara, po mišljenju ovih autora, nailazi se na veliku koncentraciju vlasništva u kompanijama koje posluju na evropskom tržištu.

Međutim, osim ovakvih analiza nailazimo i na shvatanja brojnih autora, koja su veoma zastupljena u modernoj teoriji korporativnog prava, koji tvrde da je „razumna mjera kvaliteta sistema korporativnog prava njegova sklonost ka inovacijama.“ Što je pravni sistem inovativniji i lakše se prilagođava to je „veća vjerovatnoća da će moći da odgovori na promijenjeno okruženje i time kompanijama omogućiti da istražuju nove mogućnosti uz obezbjeđivanje minimalnog nivoa zaštite investitora“.⁴ Ovi autori dovode u pitanje konvencionalna shvatanja koja su zasnovana na ključnim indikatorima (kao mehanizma zaštite akcionara) kojima se mjeri kvalitet korporativnog prava. Sprovedena mjerenja javila su se kao odgovor na brojna empirijska istraživanja zasnovana isključivo na konceptu snažnije zaštite prava akcionara.

Osnovna ideja ovih autora je da kapacitet pravnog sistema ka inovacijama predstavlja značajniji kriterijum kojim treba mjeriti kvalitet korporativnog prava, nego nivo zaštite koji pravni sistem pruža učesnicima. Minimalna zaštita akcionara se, po shvatanju ovih autora, može uzeti kao prvi indikator za procjenu kvaliteta sistema korporativnog prava.⁵ Ipak, takva zaštita može se uskoro pokazati zastarjelom, učesnici mogu pronaći način da zaobiđu postavljena pravila, što ove zaštitne mahanizme čini neefektivnim. To je istinito naročito u oblastima korporativnog prava i regulative finansijskog tržišta, jer su tehnološke i socioekonomske promjene brze i zahtijevaju stalne promjene regulative.⁶ Autori naglašavaju da kršenje finansijskih standarda u Americi, čiji je pravni sistem najrazvijeniji sa aspekta finansijske regulative, pokazuje da je kapacitet za inovativnost trajan izazov.⁷

Kapacitet za inovativnost ne polazi od vrste pravne zaštite koju bi različiti pravni sistemi trebalo da usvoje ili institucija koje bi trebalo da ustanove. Kapacitet za inovativnost odnosi se na sposobnost sistema da odgovori na izazove sa kojima je suočen, koji se u velikoj mjeri mogu razlikovati od izazova sa kojima se susrijeću bliski, srodni pravni sistemi. Stoga, ne treba, po mišljenju ovih autora, polaziti od indikatora najboljih praksi, već od pravnih promjena koje odgovaraju problemima specifičnim za određeni sistem. Na potrebu evolucije pravnih sistema ukazuje i Hayek koji naglašava značaj pravne evolucije i promjena i ističe da je pravo koje stvaraju sudovi po samoj svojoj prirodi evolutivno. S

⁴ Vidi: Katharina Pistor, Yoram Keinan, Jan Kleinheisterkamp & Mark D., *Innovation in Corporate Law*, Journal of Comparative Economics, broj 31/2003, str. 676,677;

⁵ Vidi: Katharina Pistor et al, Ibid;

⁶ Vidi: Katharina Pistor et al, Ibid;

⁷ Vidi:Coffee, Jack Jr., "Racing Towards the Top? The Impact of Cross-Listings and Stock Market Competition on International Corporate Governance". *Columbia Law Review* 102 (7):1757-1831, 2002b.

druge strane, zakonsko pravo koje stvaraju zakonodavci može biti prilagodljivije u nekim slučajevima i može služiti ispravljanju sudskog prava, ali isto tako može imati za posljedicu ograničavanje inovacija i ugrožavanje individualnih sloboda.⁸

Odnos između prava u zakonima i prava koje razvijaju sudovi treba da ukaže na sposobnost pravnog sistema da inovira. Na primjer, njemačko korporativno pravo je u velikoj mjeri imperativno, tako da sudovi praktično samo primjenjuju pravo. Brojni autori tvrde da s obzirom na veliki broj imperativnih odredbi u korporativnom pravu, dovoljno je samo pročitati odredbe zakona.⁹ Najbolji način da se odgovori na pitanje da li je određeno korporativno pravo po svojoj prirodi „obavezujuće“ (sadrži veći broj imperativnih odredbi) ili „ovlašćujuće“ (sadrži veći broj dispozitivnih odredbi) je kroz analizu odnosa prava i osnovnih odredbi koje se odnose na korporativno finansiranje.¹⁰

4. Reforma kompanijskog prava

Evolutivna sposobnost kompanijskog prava cijeni se prema odnosu obavezujućih i ovlašćujućih odredbi. Za razliku od prava američke države Delawere koje spada u kategoriju „ovlašćujućih“ sistema korporativnog prava, njemačko kompanijsko pravo spada u kategoriju „obavezujućih“ koji sadrže veliki broj mandatornih pravnih odredbi. Po odredbama njemačkog prava, statutom se mogu mijenjati odredbe zakona samo ako

⁸ Vidi: Hayek, Friedrich A., *Law, Legislation and Liberty - Rules and Order*. Vol. 1. Chicago: University of Chicago Press, 1973.

⁹ Vidi: Kübler, Friedrich, "Aktienrechtsreform und Unternehmensverfassung". *AG* 39 (4):141- 148, 1994; citirano prema: Katharina Pistor et al, *Ibid*;

¹⁰ Ovi autori su sposobnost korporativnog prava da evoluiru procjenjivali s obzirom na 5 indikatora kao što su: 1) Zakonski kapital (pod kojim podrazumijevaju minimalni kapital koji akcionari moraju unijeti prilikom osnivanja kompanije, i pravo ocjenjuju kao obavezujuće (*mandatory*) ako je minimalni kapital ili minimalna vrijednost akcije je određena zakonskim tekstom, a ovlašćujuće (*enabling*) ako minimalni kapital nije propisan zakonom i/ili korporacija može izdavati akcije a pari); 2) Uvećanje ili smanjenje kapitala (pod kojim podrazumijevaju odredbe kojima se propisuje ko može odlučivati o promjenama kapitala i koja većina je za to potrebno, i pravo ocjenjuju kao obavezujuće (*mandatory*) ako je potrebna jednglasna ili odluka donije velikom većinom, a ovlašćujuće (*enabling*) ako je dovoljna prosta većina akcionara, a veća većina može se propisati zakonom); 3) Ovlašćeni, neizdati kapital (pod kojim podrazumijevaju situacije kada su akcionari odobrili izdavanje novih akcija, direktori mogu utvrditi kada i po kojoj cijeni se mogu izdavati, i pravo ocjenjuju kao obavezujuće (*mandatory*) ako je zabranjeno izdavanje na ovakav način, a ovlašćujuće (*enabling*) ako direktori mogu utvrditi vrijeme i cijenu emisije); 4) Pravo preče kupovine (pod kojim podrazumijevaju Pravo akcionara da kupe nove akcije srazmjerno učešću u akcijskom kapitalu i pravo ocjenjuju kao obavezujuće (*mandatory*) ako se novoemitovane akcije moraju ponuditi postojećim akcionarima, a ovlašćujuće (*enabling*) ako da bi akcionari imali to pravo, to pravo mora biti priznato statutom društva, 5) sopstvene akcije (pod kojim podrazumijevaju pravo kompanije da kupuje akcije koje je ona izdala, i pravo ocjenjuju kao obavezujuće (*mandatory*) Kompanija ima pravo da kupuje sopstvene akcije samo u zakonom propisanim slučajevima, a ovlašćujuće (*enabling*) ako je pravo kompanija da kupuje sopstvene akcije samo uslovljeno odredbama o očuvanju kapitala. Vidi: Katharina Pistor et al, *Ibid*;

zakon to izričito dozvoljava.¹¹ Međutim, posljednjih godina se ispoljava snažna tendencija u pravcu omogućavanja većih sloboda ugovaranja u kompanijskom pravu.¹²

Veća sloboda ugovaranja u kompanijskom pravu utiče na mnoge oblasti, kao npr. finansiranje kompanija (omogućava izdavanje novih vrsta akcija i finansijskih instrumenata koji su do sada bili zabranjeni, smanjuje ili potpuno isključuje ograničenja u vezi sa izdavanjem obveznica), korporativno upravljanje (stvaranjem mogućnosti izbora strukture korporativnog upravljanja uz neki osnovni model propisan zakonom) itd. Osnovna svrha ovih izmjena u korporativnom pravu je da se omogući svim učesnicima (većinskim i manjinskim akcionarima, investitorima, povjeriocima, menadžerima, zaposlenim i dr.) da izaberu najefikasnija pravila iz nekog šireg izbora koji im je dat zakonom.

Reforme kompanijskog prava treba da imaju za cilj povećanje kapaciteta prava za inovativnošću i veću slobodu kompanija. Inovativnost treba rezumjeti u smislu u kojem se poima u komparativnom pravu: „kao izmjene zakona koje smanjuju troškove bavljenja biznisom“...“ zakone koji proizvode sasvim nove organizacione oblike“...i „izmjene koje prodobljuju deregulaciju korporativnog upravljanja“.¹³

Sve reforme kompanijskog prava, pa tako i našeg, treba cijeniti kroz tri grupe pitanja:

- (1) finansiranje kompanija;
- (2) zaštita manjinskih akcionara i
- (3) korporativno upravljanje.

4.1 Reforme odredbi u vezi sa korporativnim finansiranjem

Izmjenama Zakona o privrednim društvima nijesu dotaknute i odredbe kojima se definišu obične i povlašćene akcije. Zakonska odredba: „Akcije društva mogu biti podijeljene na obične i povlašćene akcije, klasifikovane prema pravima koje daju. Povlašćene akcije su akcije koje daju prvenstvo isplate dividende i raspodjele ostatka imovine nakon likvidacije društva, u odnosu na obične akcije“ nije promijenjena i time je naš Zakon ostao u grupi rigidnih zakona koji ne omogućavaju da se prava vlasnika povlašćenih akcija definišu na drugačiji način od zakonom ustanovljene definicije.¹⁴ Postavlja se pitanje zbog čega je zakonom onemogućeno izdavanje povlašćenih akcija koje ne bi samo davale prvenstvo isplate dividende već i premiju iznad dividende?

¹¹ Tako na primjer, Aktiengesetz, § 23(5), v. 6.9.1965 (BGB1. I S.1089).

¹² Vidi: Marco Venturuzzo, *Experiments in comparative Corporate Law: The Recent Italian reform and the Dubious Virtues of a market for rules in the absence of effective regulatory competition*, Texas International Law Journal, Fall 2004, str. 116; Vidi i: Joëlle Simon, *The New French Company Law: Between Freedom of Contract and Mistrust* <http://www.uni-bocconi.it>

¹³ Vidi: Roberta Romano, *Law as a Product: Some Pieces of the Incorporation Puzzle*, 1 J.L. Econ. & Org. 225, 235 (1985);

¹⁴ Vidi: član 54 stav 1 Zakona o privrednim društvima (Službeni list RCG, br. 06/02 i 17/07)

Zakonom o privrednim društvima nije se, u ovom domenu, išlo u pravcu omogućavanja veće slobode ugovaranja učesnicima. Da se krenulo u ovom pravcu, trebalo je propisati pravo kompanije da izdaje akcije koje nose različita prava koja bi se definisala odlukom o njihovom izdavanju, a ne zakonskim tekstom. Na primjer, kompanijama treba omogućiti da izdaju akcije koje glasaju samo u vezi sa pitanjima izbora odbora direktora, izdavanju novih akcija, ili pak, izdati akcije čije pravo glasa je zavisno od postojanja, odnosno nepostojanja izvjesnih budućih događaja. Na primjer, akcije se mogu izdati kao akcije bez prava glasa ali sa tim da njihovo pravo glasa „oživljava“ ukoliko se, prema određenim pokazateljima, utvrdi da ekonomski položaj kompanije postaje lošiji. Takav instrument bi bio povoljan za povjerioce, npr. banke, koje nijesu uopšteno zainteresovane za učestvovanje u životu kompanije koja regularno otplaćuje dugove, ali bi, na primjer, željele da glasaju ukoliko kašnjenje sa isplatom dugova postane realnost.¹⁵ U italijanskom pravu, na primjer, moguće je izdati akcije čije pravo glasa je uslovljeno izvjesnim događajem, npr. izdavanje akcija većinskom akcionaru čije pravo glasa oživljava u slučaju neprijateljskog preuzimanja i time se čini lakšim odbijanje otpora prema preuzimanju.

Odredbe o običnim i povlašćenim akcijama nijesu mijenjane ni u pogledu prava na dividendu akcionara koji su vlasnici povlašćenih akcija, već je propisano da se iznos dividende utvrđuje kao fiksni iznos izražen u eurima.¹⁶ U modernom kompanijskom pravu statutom se ustanovljava samo odredba da je iznos dividende ekonomski efikasan, a ne kao kod nas, da se iznos dividende ustanovljava statutom u fiksnom iznosu. Na ovaj način naš zakon nije ispoljio tendenciju da napusti paternalističke odredbe koje imaju za cilj zaštitu investitora i prikolni se sistemu u kojem tržišni uslovi određuju optimalnu mjeru privilegija.¹⁷

Takođe, naš zakon o privrednim društvima nije do kraja izveo ni jednu novinu koja se sastoji u pravu odbora direktora da, po ovlašćenju skupštine, donosi odluku o novoj emisiji akcija (tzv. ovlašćeni kapital). Odbor direktora može donijeti odluku o novoj emisiji akcija, ali se postavlja pitanje da li skupština akcionara može delegirati odboru direktora ovlašćenje da ograniči pravo preče kupovine akcija koje je po samom Zakonu, priznato svakom akcionaru. Po odredbama Zakona o privrednim društvima, tako nešto izgleda da nije moguće. Nasuprot tome, skupština akcionara mora da donese odluku o ograničavanju prava preče kupovine (pod zakonom propisanim uslovima), pa tek u tom trenutku može delegirati ovlašćenje na izdavanje novih akcija odboru direktora. Ovakvo propisivanje zasigurno u nekoj mjeri obesmišljava i samo ovlašćenje odbora direktora da emituje akcije. Proširenje ovlašćenja odbora direktora u odnosu na skupštinu akcionara može se posmatrati kao korak u pravcu stvaranja modernijeg sistema korporativnog upravljanja u kojem akcionari prepuštaju odboru direktora da preuzme punu kontrolu i

¹⁵ Vidi: Marco Ventoruzzo, op.cit, str.120;

¹⁶ Vidi: član 54 stav 3 Zakona o privrednim društvima;

¹⁷ Vidi: Marco Ventoruzzo, Ibid;

odgovornost u vezi sa životom same kompanije. Sa druge strane, neke odredbe zakona ne idu u ovom pravcu. Na primjer, iako po samom zakonu ovlašten da upravlja i rukovodi društvom, odbor direktora nije ovlašten da donosi odluke o raspolaganju imovinom društva kada takvo raspolaganje prelazi 20% knjigovodstvene vrijednosti imovine društva.¹⁸

Dakle, izmjenama Zakona o privrednim društvima nije zauzet jedinstven stav po pitanju odnosa ovlaštenja osnovnih organa akcionarskog društva – skupštine akcionara i odbora direktora. S jedne strane su ojačana ovlaštenja odbora direktora (koji može donijeti odluku o emisiji akcija i obveznica), a s druge ta su ovlaštenja u velikoj mjeri ograničena (jer odbor direktora ne donosi odluke o raspolaganju imovinom društva u situacijama kada takvo raspolaganje prevazilazi određen procenat), tako da je koncept izmjena doveden u pitanje u velikoj mjeri.

U konačnom, u svojoj težnji da skupštini akcionara da ovlaštenja da odlučuje o pitanjima raspolaganja imovinom kompanije u izvjesnim slučajevima, pri koncipiranju zakona nije se imalo sluha da zakon adekvatno ovlašćuje odbor direktora da upravlja kompanijom, a jak položaj skupštine u vezi sa upravljanjem dovodi u pitanje ovakav sistem. Po mišljenju mnogih autora komparativnog prava: „aktivno uključivanje investitora u korporativno odlučivanje vrlo vjerovatno će ugroziti sam mehanizam koji javne korporacije čini praktičnim: jednom riječju, centralizovanje suštinski neosporivog ovlaštenja na odlučivanje u Odboru direktora“.¹⁹

4.2 Reforme odredbi u vezi sa zaštitom manjinskih akcionara

Skorašnje izmjene zakona su još jednom fokusirale pažnju i ukazale na aktuelnost pitanja uloge akcionara u kompaniji. U modernoj teoriji korporativnog prava jedna grupa autora se zalaže za uvećavanje uloge akcionara u korporativnom upravljanju i pokazuje tendenciju da se fokusira na stvaranje novih prava manjinskih akcionara, dok njihovi kritičari odgovaraju da takva prava nijesu neophodna i da su neadekvatna. Zalaganje za uvećavanjem prava akcionara, pri tome, zanemaruje u čemu se sastoji tradicionalna uloga akcionara u korporativnom upravljanju: poslovne aktivnosti svake kompanije treba da budu nadležnost odbora direktora, i prava akcionara mogu i treba da budu ograničena na odgovarajući način.²⁰ Pravo treba da štiti ova osnovna prava akcionara a da, pri tome, ima u vidu da prava akcionara ni u kom slučaju ne smiju dirati ulogu koju ima odbor direktora.

¹⁸ Vidi član 35 stav 2 tačka 4b) Zakona o privrednim društvima.

¹⁹ Vidi: Stephen M. Bainbridge, Director Primacy and Shareholder Disempowerment, 119 Harv. L. Rev. 1735 (2006); Vidi i: Leo E. Strine, Jr., Toward a True Corporate Republic: A Traditionalist Response to Bebchuk's Solution for Improving Corporate America, 119 Harv. L. Rev. 1759 (2006).

²⁰ Vidi: Julian Velasco, *Taking Shareholders Rights Seriously*, U.C. Davis Law Review, December 2007, str. 605.

Zadatak i nije lak jer pravo, s jedne strane, često indirektno zanemaruje eksplicitna prava akcionara, dok sa druge ta prava širi i time ih dovodi u konfuziju.

Na primjer, izmjenama Zakona o privrednim društvima prag za ostvarenje brojnih prava akcionara sa 10% snižen je na 5% akcionarskog kapitala. Tako npr. akcionari koji posjeduju najmanje 5% akcionarskog kapitala imaju pravo da sazivaju skupštinu akcionarskog društva. Iako je iznos kapitala najniži u komparativnom pravu, treba se zapitati da li snižavanje ovog praga predstavlja efikasno sredstvo za zaštitu manjinskih akcionara ako se ima u vidu da je malo vjerovatno da manjinski akcionari imaju realne šanse da se skupština prikloni njihovom predlogu. Na primjer samo Austrija, Njemačka i Španija imaju procenat od 5% kapitala za sazivanje skupštine akcionara, dok je u Belgiji i Italiji taj procenat čak 20%.

Težnja da se uvećaju prava manjinskih akcionara evidentna je u ovoj i u drugim zakonskim odredbama. Međutim, zanemareno je da odredba da 5% akcionara ima pravo da zahtijeva sazivanje skupštine nije efikasna koliko neke druge odredbe kojima se na bolji način mogu zaštititi prava akcionara. Na primjer, Zakon ni jednom odredbom ne ovlašćuje kompaniju da članove odbora direktora plati u akcijama kompanije i na taj način uskladi interese akcionara i članova odbora direktora.

Težnju da što potpunije zaštiti prava akcionara naš zakon nije doveo do kraja kada je riječ o osnovnom instrumentu zaštite prava akcionara – akcionarskim tužbama.

Pravo na akcionarsku tužbu propisano je Zakonom o privrednim društvima kojim je propisano da akcionar društva ili njegov nasljednik ima pravo da kod Privrednog suda podnese tužbu, ako su povrijeđena prava akcionara, odnosno ako postoje dokazi da se poslovanje društva vodi ili da odbor direktora koristi ovlašćenja na način da ugrožava prava tog akcionara ili drugih akcionara, ne poštujući njegove ili njihove interese kao akcionara iako su takve radnje učinjene u dobroj vjeri²¹. Naše pravo je zauzelo veoma liberalan stav kada je u pitanju ulaganje akcionarskih tužbi, jer pravo na podnošenje akcionarskih tužbi nije vezano za procenat učešća u kapitalu akcionarskog društva. Međutim, nedovoljno propisivanje kada je riječ o akcionarskim tužbama ima za posljedicu sasvim nezaokružen okvir za ulaganje akcionarskih tužbi i nepostojanje gotovo nikakvih procesnih specificiranja koja su nužna kako bi se stvorila pravna izvjesnost u postupku prava akcionara na sudsku zaštitu. Na primjer, Zakon propisuje da pravo na ulaganje ove tužbe ima „akcionar“, ali ne precizira da li je riječ o licu koje je akcionar u vrijeme ulaganja tužbe ili u vrijeme kada je nastala radnja kojom su ugroženi interesi akcionara. Takođe, pravo na ulaganje akcionarske tužbe nije priznato povjeriocima društva, niti imaocima zamjenljivih hartija od vrijednosti koji imaju pravo da te hartije od vrijednosti zamijene za akcije. Na ovaj način Zakon o privrednim društvima ne daje pun doprinos zaštiti svojinskih prava na tržištu hartija od vrijednosti.

²¹ Vidi: član 30 stav 5 tačka 3) i član 30 stav 6 Zakona o privrednim društvima;

Zakon o privrednim društvima je nedosljedan i kada je riječ o određivanju pasivno legitimisanih lica. Zakon o privrednim društvima nije definisao krug pasivno legitimisanih lica kod ovih akcionarskih tužbi. Zakon govori o "odgovornom" licu, pa se kao pasivno legitimisan u postupku po derivativnoj akcionarskoj tužbi može javiti pored članova odbora direktora, izvršnog direktora i sekretara društva i eventualno, zaposleni u društvu. S druge strane, postoji odredba da ako se prava akcionara, utvrđena ovim zakonom i statutom društva, ostvaruju u sudskom postupku, članovi odbora direktora zajednički će nadoknaditi troškove postupka i štetu koju su pretrpjeli akcionari zbog nepoštovanja njihovih prava, pa se postavlja pitanje da li je ova obaveza odbora direktora isključiva, ili za štetu mogu biti odgovorni i drugi organi akcionarskog društva.²²

Krug situacija koje omogućavaju podizanje derivativne akcionarske tužbe kako je koncipiran postojećim Zakonom o privrednim društvima je izuzetno širok. Naime, naš Zakon o privrednim društvima ne sadrži nikakva ograničenja za ulaganje derivativnih akcionarskih tužbi, npr. poput ograničenja da se ona ne može uložiti zbog nepravilnosti koje se mogu konvalidirati odlukom skupštine akcionara. Jedino ograničenje je uvedeno izmjenama Zakona kojim je propisano da akcionar ima pravo na derivativnu tužbu ako je prethodno u pisanom obliku zahtijevao od društva da tuži odgovorno lice.²³ Dakle, društvo nema mogućnost da konvalidira nepravilnosti u donošenju izvjesnih odluka, čak i kada kao posljedica tih odluka nije došlo do nastanka bilo kakve štete. Uvođenjem ovako širokih mogućnosti za ulaganje derivativnih tužbi stvorene su mogućnosti za zlopotrebe. Imajući u vidu potrebu zadovoljenja vlasničkih interesa u najkraćem mogućem roku, to bi bilo oportuno Zakonom ustanoviti obavezno podnošenje prethodnog zahtjeva skupštini društva.

S obzirom da Zakon o privrednim društvima upotrebljava pojam „ugrožavanja“ prava, proizilazi da nastanak štete nije neophodan uslov za ulaganje ove akcionarske tužbe. Iako Zakonom o privrednim društvima to nije izričito propisano, polazeći od opštih načela obligacionog prava o prouzrokovanju štete, individualnu tužbu akcionar može podići kako za naknadu štete koju trpi (onda već nije riječ o „ugrožavanju“ već „kršenju“ prava akcionara) ili radi uklanjanja opasnosti štete, dakle i u situacijama kada šteta još uvijek nije nastala.²⁴ Prilikom propisivanja uslova za ulaganje derivativne tužbe Zakon o privrednim društvima je načelčan jer ne postavlja nastanak štete kao uslov za podizanje ove akcionarske tužbe – dakle, nije se ograničio na slučajeve u kojima se konkretnim „nepravilnostima“ nanosi materijalna šteta društvu. Ovakvom zaključku vodi i izmjena izričito propisana izmjenama Zakona o privrednim društvima kojom je navedeno da: „Ako Privredni sud ocijeni da je tužba osnovana, donijeće odgovarajuću odluku kojom se otklanjaju nepravilnosti, a u slučaju da su akcionari pretrpjeli štetu nadležni sud donijeće

²² Vidi: član 44 stav 6 Zakona o privrednim društvima.

²³ Vidi: član 30 stav 4 Zakona o privrednim društvima;

²⁴ Vidi: član 154 i 156 Zakona o obligacionim odnosima.

odluku o naknadi štete".²⁵ Dok je rješavanje pitanja da li je postojanje štete uslov za ulaganje derivativne tužbe prebačeno sa zakonodavca na sudove, samim tim je sudovima ostavljena mogućnost da načine značajan korak u pravcu daljeg osnaživanja prava akcionara. Izmjenama Zakona o privrednim društvima je konačno propisano da šteta nije uslov za ulaganje derivativne akcionarske tužbe, kao i da skupština nema mogućnost da konvalidira odluke već je obavezna da podnese tužbu na zahtjev akcionara.²⁶

Zakon o privrednim društvima nije predvidio pravo na dvostruke (višestruke) derivativne akcionarske tužbe. Dvostruka akcionarska tužba je pravno sredstvo koje ulaže akcionar matičnog društva iz razloga što menadžment matičnog društva nije iskoristio zakonsku mogućnost i uložio tužbu protiv menadžmenta zavisnog društva. S obzirom da pravo na dvostruki akcionarsku tužbu nije priznato samim zakonom, to je na sudskoj praksi da tumačenjem odredbi člana 30 Zakona zauzme stav da li su ova pravna sredstva dozvoljena u pravnom sistemu Crne Gore, odnosno da li postoji osnov za ulaganje ovih tužbi. Naš Zakon nije ni ovom prilikom pokazao kapacitet za inovativnošću.

Pravni okvir akcionarskih tužbi treba postaviti jasnije polazeći od: definisanja kruga aktivno i pasivno legitimisanih lica; definisanja procesnih uslova za podnošenje tužbi (npr. kod derivativnih tužbi precizirati da li je uslov za podizanje ove tužbe nastanak štete ili ne); definisanja da li pravo na ulaganje tužbe ima lice koje je akcionar u vrijeme ulaganja tužbe ili u vrijeme kada je nastala radnja kojom su ugroženi interesi akcionara; priznavanja prava na ulaganje akcionarskih tužbi i povjeriocima društva koji ispunjavaju određene uslove; priznavanja prava na ulaganje akcionarskih tužbi i imaocima zamjenljivih hartija od vrijednosti koji imaju pravo da te hartije od vrijednosti zamijene za akcije; priznavanja pravo na dvostruke (višestruke) derivativne akcionarske tužbe, i određenja kruga pasivno legitimisanih lica u ovim slučajevima; definisanja rokova zastarelosti za podizanje ovih tužbi.

4.3 Reforme odredbi u vezi sa korporativnim upravljanjem

Reforme odredbe o korporativnom upravljanju u Zakonu o privrednim društvima nijesu značajnijeg obima. Od značaja je izmjena po kojoj odbor direktora može imati mandat najduže godinu dana jer se članovi odbora biraju na redovnoj skupštini akcionara.²⁷ Ovakvim propisivanjem, koje po svojoj prirodi pripada više statutu nego zakonskom regulisanju, korporativno pravo dobija suviše mandatorni karakter. Mandatorni karakter korporativnog prava čini da racionalno preuzimanje rizika u odlučivanju postaje gotovo nemoguće. Mnoge studije su pokazale da pretjerano obazrivo ponašanje direktora i menadžera kada su suočeni sa potencijalnom odgovornošću za svoje postupke i rukovođeni željom da produže mandat. Ovakvo izbjegavanje rizika se može, po mišljenju

²⁵ Vidi član 30 stav 7 Zakona o privrednim društvima;

²⁶ Vidi član 30 stav 4 Zakona o privrednim društvima;

²⁷ Vidi: člana 42 stav 5 Zakona o privrednim društvima;

Langervorta direktno pripisati shvatanju menadžmenta o potencijalnom obimu odgovornosti, i mandatorni sistem, koji služi za uvođenje različitih eksplicitnih barijera za postupanje, može imati obeshrabrujući efekat na menadžment.²⁸

Prilikom koncipiranja ovakve zakonske odredbe, kojoj po našem mišljenju uopšte nema mjesta u zakonskom tekstu, nije se vodilo računa o osnovnoj premisi na kojoj treba da počiva korporativno pravo: rizik i nagrada formiraju fundamentalnu dihotomiju, pa bilo kojem sistemu koji može uskratiti motive za racionalnim preuzimanjem rizika treba pristupiti sa velikom dozom opreza.²⁹

Takođe, izmjenama Zakona o privrednim društvima je propisano izvršni direktor ne može biti član odbora direktora.³⁰ Motivacija za ustanovljavanje ovakve zakonske odredbe gotovo se zasigurno nalazi u težnji da se ustanovi što veća nezavisnost odbora direktora prilikom odlučivanja. Tendencija ka nezavisnošću odbora direktora, međutim, nije naišla na empirijske pokazatelje koji joj idu u prilog. Tako se ističe da, su nezavisni odbori direktora tako lako uočljivo poželjni, tada bu uvidjeli sasvim jasnu statističku korelaciju između mjera koje imaju za cilj ustanovljavanje nezavisnosti odbora direktora i profitabilnosti kompanije. Ipak, značajan dio ekonomske literature nije uspio da dokaže postojanje ovakve korelacije.³¹ Zapravo, istraživanje Sanjai Bhagat i Bernard Black dovodi nas do upravo obrnutog zaključka: "firme sa super većinskim nezavisnim odborima posluju lošije od drugih kompanija, dok firme sa više insajd nego nezavisnih direktora posluju jednako dobro kao i firme sa većinom (ali ne kvalifikovanom većinom) nezavisnih direktora".³²

Osim empirijskih istraživanja koja neizostavno ne idu u prilog propisivanju ove zakonske odredbe postavlja se pitanje da li ovakvo propisivanje ima smisla, jer predsjednik odbora direktora može biti izvršni direktor drugog društva, ali ne i onog čijim odborom direktora predsjedava. Takođe, on može biti član odbora direktora nekog drugog društva kojim predsjedava izvršni direktor kojeg on kontroliše. Ako je svrha propisivanja da predsjednik odbora direktora ne može biti i izvršni direktor društva u tome da se ostvari nezavisnost, onda je možda trebalo ići u pravcu onemogućavanja da izvršni direktor kompanije bude i član odbora direktora. Propisivanjem da izvršni direktor ne može biti predsjednik odbora direktora stalo se na pola puta u pravcu ustanovljavanja potpuno nezavisnog odbora direktora, što je dovelo u pitanje osnovni smisao postojanja ovakve zakonske odredbe.

²⁸ Vidi: Donald C. Langevoort, [The Human Nature of Corporate Boards: Law, Norms, and the Unintended Consequences of Independence and Accountability](#), 89 *Geo. L.J.* 797, 818 (2001);

²⁹ Ibid;

³⁰ Vidi: 42 stav 2 tačka 3 Zakona o privrednim društvima.

³¹ Vidi: Sanjai Bhagat & Bernard Black, *The Uncertain Relationship Between Board Composition and Firm Performance*, 54 *BUS. LAW.* 921, 921-22 (1999).

³² Ibid;

Ni po jednom od ovih pitanja izmjene Zakona o privrednim društvima, po našem mišljenju nijesu dale zadovoljavajući odgovor. Izmjene zakona o privrednim društvima su ostale isključivo na nekim načelnim pitanjima i nijesu obuhvatile osnovna pitanja kojima treba da se bavi moderno korporativno pravo.

5. Zaključak

Naše je mišljenje da se Zakonom o privrednim društvima nije išlo u pravcu omogućavanja veće slobode ugovaranja učesnicima ni kada je riječ o korporativnom finansiranju, tako ni kada je riječ o zaštiti manjinskih akcionara i korporativnom upravljanju. Da se krenulo u pravcu vrlo strogog definisanja i propisivanja zakonom izvjesnih pitanja, kojima nije mjesto u zakonskom tekstu, najbolje oslikava primjer da je izmjenama zakona propisano da izvršni direktor ne može biti član odbora direktora, da ne može imati mandat duže od godinu dana, itd. Ovim je naše kompanijsko pravo napravilo veliki korak unazad, koji je još veći ako sagledamo vremenski period koji je protekao od perioda usvajanja samog zakona do vremena njegovih izmjena.

Umjesto da smo sa izmjenama zakona napravili značajan iskorak u pravcu modernizovanja postojećih zakonskih odredbi i njihovog prilagođavanja biznisu, izmjenama zakona smo sa mogućnost kompanija za inovacijama značajno smanjili. Izmjene zakona, štoviše, imaju ambivalentan karakter tako da se u nekim slučajevima ne zna u čemu se zapravo sastojala namjera zakonodavca (npr. da poveća ovlašćenja skupštine akcionara ili ne, da poveća stepen zaštite akcionara ili ne). Na primjer, očito da je povećanje zaštite akcionara bio jedan od značajnih ciljeva zakona. U tom smislu smanjen je prag za ostvarivanje osnovnih prava akcionara sa 10% na 5%, propisan rok za ulaganje akcionarskih tužbi itd, ali nije propisana ni jedna odredba kojom bi se uspostavio zakonski okvir za vršenje prava akcionara koja su mu zakonom priznata. Ne postojanje jasnog opredjeljenja zakona za cilj koji se želio ostvariti nam samo pojačava utisak da je izmjenama Zakona napravljen korak unazad, a ne korak naprijed u razvoju kompanijsko prava.

Takav korak se i mogao očekivati u periodu početka razvoja tržišne privrede i korporativnog prava, ali ne danas kada bi pravac izmjena trebao da dobije sasvim drugačiji tok.

Literatura:

1. Coffee, Jack Jr., "Racing Towards the Top? The Impact of Cross-Listings and Stock Market Competition on International Corporate Governance". *Columbia Law Review* 102 (7):1757-1831;
2. Donald C. Langevoort, The [Human Nature of Corporate Boards: Law, Norms, and the Unintended Consequences of Independence and Accountability](#), 89 *Geo. L.J.* 797, 818 (2001);
3. Hayek, Friedrich A., *Law, Legislation and Liberty - Rules and Order*. Vol. 1. Chicago: University of Chicago Press, 1973;
4. Joëlle Simon, The New French Company Law: Between Freedom of Contract and Mistrust http://www.uni-bocconi.it/index.php?proc_id=11&nav_level1=3&nav_level2=17&nav_level3=5439&documento=0&procedura=0&sub_action=0&sub_param=&sub_function_title= .
5. Julian Velasco, *Taking Shareholders Rights Seriously*, U.C. Davis Law Review, December 2007;
6. Katharina Pistor, Yoram Keinan, Jan Kleinheisterkamp & Mark D., *Innovation in Corporate Law*, Journal of Comparative Economics, broj 31/2003;
7. Leo E. Strine, Jr., Toward a True Corporate Republic: A Traditionalist Response to Bebchuk's Solution for Improving Corporate America, 119 *Harv. L. Rev.* 1759 (2006);
8. Marco Ventoruzzo, *Experiments in comparative Corporate Law: The Recent Italian reform and the Dubious Virtues of a market for rules in the absence of effective regulatory competition*, Texas International Law Journal, Fall 2004, str. 116;
9. Roberta Romano, Law as a Product: Some Pieces of the Incorporation Puzzle, 1 *J.L. Econ. & Org.* 225, 235 (1985);
10. Sanjai Bhagat & Bernard Black, *The Uncertain Relationship Between Board Composition and Firm Performance*, 54 *BUS. LAW.* 921, 921-22 (1999);
11. Stephen M. Bainbridge, Director Primacy and Shareholder Disempowerment, 119 *Harv. L. Rev.* 1735 (2006);

mr Ana Krsmanović*

Indikatori regulative tržišta proizvoda, sa osvrtom na regulativu tržišta proizvoda u Crnoj Gori

Abstract

Setting rules of the game is main precondition for fair market game. In today's economies setting rules of the game necessary for proper market functioning is largely misinterpreted. Regulators, instead of providing conditions for functioning of the market, often influence the outcomes of the game through direct involvement. Motivated by the justice and protection of vulnerable – domestic companies, consumers, poor, etc regulator impose such rules to businesses, which inhibit business activities and dynamism of market actors. Thislike policy and decisions are usually justified by market imperfections and that the regulations should eliminate these imperfections. This paper, in that sense, presents methodology for calculation degree of product market regulation, with emphasis on product market regulation in Montenegro.

Key words: regulation, Index of product market regulation, administrative burdens

1. Uvod

Negativan uticaj prekomjerne regulisanosti tržišta na ishode je opisan u ekonomskoj literaturi, i empirijske studije jasno pokazuju negativnu korelaciju između funkcionisanja tržišta i obima njegove regulisanosti. Kao najočigledniji primjeri se navodi regulisanost tržišta rada i regulisanost tržišta proizvoda. U ovom radu se daje prikaz indikatora koji opisuju stepen regulisanosti tržišta proizvoda uz pomoć metodologije koju je razvio OECD 90-tih godina prošlog vijeka, na primjeru Crne Gore. Izračunati indeks regulative tržišta proizvoda u Crnoj Gori je zasnovan na analizi relevantnih propisa u skladu sa Regulatornim upitnikom i definisanom metodologijom za izračunavanje indeksa.

2. Indikatori regulative tržišta proizvoda Crne Gore

Indikatori regulative tržišta proizvoda, koje je razvio OECD, se fokusiraju na prilagođenost propisa tržišnim mehanizmima. Indikatori regulative tržišta proizvoda se dobijaju na osnovu sveobuhvatnog istraživanja uz pomoć Regulatornog upitnika koji je razvio OECD tim. Regulatorni upitnik obezbjeđuje kvalitativne informacije u regulativi u određenim oblastima, koje su ocijenjene da na najbolji način opisuju stepen regulisanosti tržišta proizvoda. Upitnik obuhvata tri široke oblasti: državna kontrola, barijere za preduzetništvo, i barijere za trgovinu i investicije. Ove tri široke oblasti su podijeljene u

* Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica

određene regulatorne domene, za koje se opisuju specifični djelovi regulative, koji na najbolji način predstavljaju stepen regulisanosti date oblasti. Na osnovu informacija dobijenih u upitniku konstruiše se Indeks regulisanosti tržišta proizvoda (Product market regulation index). Dalje u tekstu se opisuje metodologija izračunavanja indeksa na primjeru Crne Gore.

2.1. Državna kontrola

Oblast državne kontrole u okviru indikatora regulisanosti proizvoda obuhvata sledeće domene: obim sektora javnih preduzeća, veličina javnog sektora, specijalna prava glasa države, kontrolu javnih preduzeća, upotrebu komandnih i kontrolnih propisa i kontrolu cijena.

U okviru domena obima državnog sektora se ispituje u koliko djelatnosti država ima kontrolu u makar jednom preduzeću (vidjeti tabelu 1). U Crnoj Gori, od navedenih 24 djelatnosti, država ima kontrolu u makar jednoj kompaniji u sektoru u slučaju 12 grana, tako da je rezultat za Crnu Goru ovog podindeksa 3.

Tabela 1:DI1-Obim državnog sektora u Crnoj Gori

Nacionalna/regionalna ili opštinska vlast ima kontrolu makar u jednoj firmi u sektoru	Odgovori		
	Ponder	Da	Ne
Proizvodnja duvana	1	1	0
Rafinerije nafte	1	1	0
Industrije osnovnih metala	1	1	0
Proizvodnja metalnih proizvoda, mašina i opreme	1	1	0
Proizvodnja električne energije	1	1	0
Proizvodnja i distribucija gasa	1	1	0
Proizvodnja i snabdijevanje vodom	1	1	0
Trgovina na veliko	1	1	0
Restorani i hoteli	1	1	0
Željeznički saobraćaj	1	1	0
Prevoz putnika u urbanim i ruralnim sredinama	1	1	0
Drugi prevoz putnika kopnom	1	1	0
Prevoz robe	1	1	0
Usluge podrške kopnenom prevozu	1	1	0
Transport vode	1	1	0
Usluge podrške transporta vode	1	1	0
Aviokompanije	1	1	0
Usluge podrške aviokompanijama	1	1	0
Komunikacije	1	1	0
Finansijske institucije	1	1	0
Osiguranje	1	1	0
Poslovne usluge	1	1	0
Medicinske, stomatološke i druge zdravstvene usluge	1	1	0
Distribucija i projekcija filmova	1	1	0
Rezultat za zemlju		6*($\sum a_i$ odgovori)/24	
Rezultat za Crnu Goru		6*(12)/24 = 3	

Domen specijalna prava vlade ocjenjuje da li vlada, bilo na nacionalnom ili na lokalnom nivou ima neka specijalna prava glasa u preduzećima, koja proističu iz propisa. U slučaju

Crne Gore, budući da opštinske ili nacionalne vlasti imaju specijalna prava glasa u firmama u državnom vlasništvu, da ne postoje zakonska ili ustavna ograničenja na prodaju imovine i da na treće pitanje u okviru ovog podindeksa nema odgovora, rezultat za Crnu Goru je 3.

Domen kontrole javnih preduzeća ispituje u kojoj mjeri je kontrola odluka u preduzećima u državnom vlasništvu regulisana postojećim propisima (tabela 3).

Tabela2 :DI2-Specijalna prava vlade

Primarne odredbe	Sekundarne odredbe	Dodatne odredbe	Rezultati
Nacionale ili opštinske vlasti imaju specijalna prava glasa u firmi u okviru biznis sektora	Postoje zakonska ili ustavna ograničenja na prodaju udjela države u javnim preduzećima	Specijalna prava glasa se mogu praktikovati makar u jednoj instanci	
Da	Da	Da	6
Da	Da	Nema odgovora	5.5
Da	Da	Ne	5
Da	Ne	Da	4
Da	Ne	Nema odgovora	3.5
Da	Ne	Ne	3
Ne	Da		2
Ne	Ne		0

U Crnoj Gori strateške odluke javnih preduzeća moraju biti potvrđene, revidirane ili čak usvojene od strane nacionalne ili lokalne vlasti. Kao najočigledniji primjer ovakve situacije se može navesti slučaj Elektroprivrede Crne Gore, njene privatizacije i budućeg razvoja, koji su obuhvaćeni u Strategiji energetike u Crnoj Gori. Imajući u vidu ovo, kao i da u 50% navedenih biznis sektora, država Crna Gora ili opštine imaju kontrolu u makar jednom preduzeću, vrijednost podindeksa kontrole javnih preduzeća propisima je 3.

Tabela 3:DI3-Kontrola javnih preduzeća zakonodavstvom

Podaci o kontroli državnih preduzeća	Ponder		
Strateški izbori bilo kog javnog preduzeća moraju biti revidirani i/ili razjašnjeni unaprijed od strane nacionalnih/opštinskih zakonodavstava	% biznis sektora u kojima država kontroliše najmanje jednu firmu (W)	Da	Ne
		6	0
Rezultat (0-6)		W*6/100	
Rezultat (0-6) za Crnu Goru		50*6/100 =3	

U domenu upotrebe komandnih i kontrolnih propisa ispituje se u kojoj mjeri država praktikuje regulisanje i kontrolu kao način ograničavanja biznis aktivnosti (Tabela 4).

Tabela 4:DI4 – Upotreba komandnih i kontrolnih propisa

	Generalni ponder za djelatnost (a _i)	Ponder za djelatnost (b _j)	Ponder za pitanje (c _k)	Odgovori	
				Da	Ne
Opšte informacije					
Regulatori moraju ocijeniti alternativne instrumente politike (regulatorne i neregulatorne) prije usvajanja novog propisa	1/2		1/2	0	6
Postoji uputstvo o korišćenju alternativa za tradicionalne propise			1/2	0	6
Informacije specifične za pojedine sektore					
Prevoz robe					
Postoje propisi koji određuju periode vožnje i odmora			1/2	6	0
Propisi zabranjuju ili ograničavaju privatni prevoz		1/4	1/8	6	0
Propisi zabranjuju ili ograničavaju ugovorni prevoz			1/8	6	0
Propisi zabranjuju ili ograničavaju intermodalne operacije			1/8	6	0
<i>Distribucija u trgovini na malo</i>					
Radni sati trgovinskih radnji su regulisani			2/3	6	0
Vladini propisi o radnom vremenu radnji se primjenjuju na nacionalnom nivou	1/2	1/4	1/3	6	0
Regulativa radnog vremena je postala fleksibilnija u poslednjih 5 godina			*	0	6
<i>Avioprevoz</i>					
Prevoznici koji drže domaće linije su obavezni da poštuju univerzalne standarde o uslugama		1/4	1	6	0
<i>Željeznica</i>					
Kompanije koje obezbjeđuju infrastrukturu ili obavljaju poslove željezničkog prevoza linije su obavezni da poštuju univerzalne standarde o uslugama		1/4	1	6	0
Rezultat za zemlju			$\sum_i a_i \sum_j b_j \sum_k c_k \text{ odgovor}_{ijk}$		
Rezultat za Crnu Goru			5,375		

* -0.5 od vrijednost na nivou sektora ako je odgovor "da"

Podindeks koji se odnosi na korišćenje alternativa i postojanju uputstava za korišćenje alternativa tradicionalnim propisima, budući da je odgovor na oba pitanja negativan, za Crnu Goru je 3. U drugom dijelu podindeksa vrijednost indikatora za Crnu Goru je 2,375, tako da je ukupna vrijednost podindeksa za Crnu Goru u ovom podomenu 5,375, što znači visok stepen upotrebe komandnih i kontrolnih propisa od strane lokalnih i nacionalnih vlasti.

U dijelu upitnika koji se odnosi na kontrolu cijena ispituje se uticaj države na kontrolu cijena za određene usluge ili proizvode, koji se u pojedinim državama uobičajeno regulišu (tabela 5). U Crnoj Gori, postoji visok stepen liberalizacije cijena. Budući da se cijene pojedinih proizvoda, kao što je na primjer benzin i nafta, usklađuju petnaestodnevno u skladu sa kretanjima cijena nafte na svjetskom tržištu, prilikom računanja indikatora regulative cijena se smatralo da ove cijene nijesu regulisane. Jedina oblast u kojoj su cijene regulisane, i to je uključeno u ovaj indikator, su cijene električne energije, budući da regulatorna agencija daje saglasnost na cjenovnik EPCG, kao jedinog snabdjevača električnom energijom u Crnoj Gori. Takođe, regulatorna agencija za oblast telekomunikacija daje saglasnost na cjenovnik operatera fiksne telefonije, međutim, mreža

fiksne telefonije u Crnoj Gori je još uvijek analogna, tako da prilikom računanja ovog indikatora to nije uključeno u odgovore.

Tabela 5 :DI5 - Kontrola cijena

	Ponder za djelatnost (b _i)	Ponder za pitanje (c _k)	Odgovori		
			Da	Ne	
Avioprevoz					
Cijene karata su regulisane	1/4	1/2	6	0	
Pet najprometnijih linija podliježu regulaciji cijena (n)			(2*n/10)*6		
Prevoz robe					
Cijene prevoza robe su regulisane	1/4	1/3	6	0	
Vlada obezbjeđuje smjernice za određivanje cijene prevoza robe			6	0	
Profesionalna tijela ili predstavnici trgovačkih i komercijalnih interesnih grupa su uključene u određivanje smjernica za cijene ili propisa			6	0	
Maloprodajna distribucija					
Maloprodajne cijene određenih proizvoda su regulisane	1/4	1/7	6	0	
Maloprodajne cijene nekih osnovnih proizvoda (npr. hljeb i mlijeko) su regulisane			6	0	
Maloprodajne cijene benzina su regulisane			6	0	
Maloprodajne cijene duvana su regulisane			6	0	
Maloprodajne cijene alkohola su regulisane			6	0	
Maloprodajne cijene farmaceutskih proizvoda su regulisane			6	0	
Maloprodajne cijene dugih proizvoda su regulisane			6	0	
Telekomunikacije: digitalne usluge mobilnih operatera					
Cijene su regulisane			1	6	0
Rezultat za zemlju			$\sum_i b_i \sum_k c_k \text{odgovor}_{ik}$		
Rezultat za Crnu Goru	0,21				

Konačni rezultati za Crnu Goru pokazuju da je stepen liberalizacije cijena u Crnoj Gori visok, što odražava niska vrijednost indeksa od 0,21.

2.2. Barijere za preduzetništvo

U okviru oblasti Barijere za preduzetništvo ispituju se administrativna ograničenja za početnike u biznisu, sistem dozvola i licenci, komunikacija i pojednostavljivanje pravila i procedura, barijere za ulazak i antimonopolska politika.

U dijelu koji se odnosi na licence i dozvole ispituje se jednostavnost njihovog dobijanja preko tri osnovna pitanja - da li se primjenjuje pravilo ćutanja administracije, da li postoji jedna kontakt tačka za informacije i da li postoje one-stop-shops.

Tabela 6:DI6 -Sistem licenci i dozvola

	Ponder pitanja (c_k)	Da	Ne
Da se pravilo "čutanja administracije" (tj. da se licence izdaju automatski ako odgovarajući organ za licenciranje nije reagovao do kraja zakonskog perioda) koristi uopšte?	1/3	0	6
Da li postoji jedinstvena kontaktna tačka gdje se mogu dobiti informacije o licencama i notifikacijama?	1/3	0	6
Da li postoje kontaktne tačke za izdavanje ili prihvatanje licenci i obavještenja (one-stop-shops)?	1/3	0	6
Rezultat (0-6)	$\Sigma_k c_k (\text{odgovor})_k$		
Rezultat (0-6) za Crnu Goru	6		

U slučaju Crne Gore, budući da je proces licenciranja i dobijanja dozvola komplikovan i dug, kao i da ova oblast još uvijek nije reformisana, vrijednost podindeksa je maksimalna i iznosi 6.

Administrativna opterećenja početnika u biznisu posmatraju dva slučaja – slučaj korporacije i preduzetnika, i uzimaju u obzir broj procedura, vrijeme i trošak otpočinjanja biznisa. Ukoliko posmatramo administrativna opterećenja početnika u biznisu u Crnoj Gori, vidimo da je vrijednost podindeksa 3,5, što znači da propisi nijesu fleksibilni i otežavaju započinjanje biznisa.

Tabela 7:DI7-Administrativna opterećenja početnika u biznisu

	Ponder za preduzeće (b_j)	Ponder za tip poštovanja propisa (c_k)	<i>1.1.1.1 Skala 0-6</i>						
			0	1	2	3	4	5	6
Korporacije									
Min.br.procedura	1/2	1/4	≤3	≤5	≤8	≤12	≤16	≤20	>20
Min.br.usluga		1/4	0	1	2	3	4	5	6
Max. odlaganja		1/4	≤4	≤8	≤12	≤16	≤20	≤24	>24
Min. direktni i indirektni troškovi		1/4	<500	<1000	<1500	<2500	<5000	<7500	≥7500
1.1.1.2 Skala 0-6									
	Ponder za preduzeće (b_j)	Ponder za tip poštovanja propisa (c_k)	0	1	2	3	4	5	6
Preduzetnici									
Min.br.procedura	1/2	1/4	≤1	2	3	≤5	≤7	≤9	>9
Min.br.usluga		1/4	0	1	2	3	4	5	6
Max. odlaganja		1/4	≤2	≤4	≤8	≤12	≤16	≤20	>20
Min. direktni i indirektni troškovi		1/4	=0	<100	<300	<500	<750	<1000	≥1000
			$\Sigma_j b_j \Sigma_k c_k (\text{tip poštovanja})_k$						
Crna Gora			3,5						

Komunikacija državnih organa/regulatora sa biznis sektorom predstavlja značajan dio indeksa regulative tržišta proizvoda, kao i pitanje koliko je jednostavan taj sistem. Posmatrajući odgovore za Crnu Goru, date u tabeli 8, jasno je da je sistem komunikacije

biznis sektora sa administracijom jako komplikovan. Na drugoj strani, nedavno je usvojen plan smanjenja administrativnog opterećenja biznisa i plan smanjenja barijera za biznis. Ukupna vrijednost podindeksa za Crnu Goru je 5, što je jako negativno.

Dalje, indeks regulative administrativnih opterećenja za biznis posmatra i administrativna opterećenja karakteristična za pojedine sektore obuhvaćene istraživanjem, a samim tim ih uključuje u ukupan indeks regulisanosti tržišta proizvoda. Dva sektora koja se posmatraju su prevoz robe kopnenim putem i maloprodajna distribucija. Tabela 9, daje pregled metodologije i rezultate za Crnu Goru.

Tabela 8:DI8 – Sistem komunikacije i pojednostavljena procedura

	Ponder za temu (b_j)	Ponder za pitanje (c_k)	Odgovori	
			Da	Ne
Komunikacija				
Postoje procedure za dostupnost i upoznavanje zainteresovanih strana za propise	1	1/6	0	6
Postoji opšta politika o jednostavnom jeziku pisanja propisa		1/6	0	6
Pogođene strane imaju pravo žalbe na nepovoljno sprovođenje odluka u određenim slučajevima		1/6	0	6
Postoji komunikacija na međunarodnom nivou		1/6	0	6
Postoje info centri u kojima zainteresovani inostrani akteri mogu dobiti informacije o funkcionisanju i primjeni propisa		1/12	0	6
Vladina politika nameće specijalne zahtjeve koji se tiču kvaliteta regulative u smislu transparentnosti/slobode informisanja		1/4	0	6
Pojednostavljenje				
Postoji podatak o punom broju dozvola i licenci koje zahtijeva vlada (sva ministarstva i agencije)	1	1/3	0	6
Postoji eksplicitan program smanjivanja administrativnih barijera za sektor preduzeća		1/3	0	6
U toku je program koji ima za cilj reviziju i smanjivanje broja licenci i dozvola		1/3	0	6
Rezultat za zemlju	$\sum_j b_j \sum_k c_k \text{odgovor}_{jk}$			
Rezultat za Crnu Goru	5,0			

Prema rezultatima predstavljenim u tabeli, jasno je da je stepen regulisanosti prevoza robe i maloprodajne distribucije visok, što odražava vrijednost poindeksa od 5.

Tabela 9:DI9- Administrativna opterećenja karakteristična za sektore

	Ukupni ponder (a _i)	Ponder za djelatnost (b _j)	Ponder za pitanje (c _k)	Odgovori		
				Da	Ne	
Prevoz tereta						
Da bi se bavilo biznisom u nacionalnim okvirima preduzeće mora dobiti dozvolu			1/3	6	0	
Postoje kriterijumi osim tehničke i finansijske spremnosti preduzeća i pridržavanja pravila o sigurnosti, prilikom dobijanja licence		1/2	1/3	6	0	
Regulativa o ulazu se primjenjuje i za firme koje se bave prevozom za sopstvene potrebe			1/3	6	0	
Maloprodajna distribucija						
Proces registracije je potreban da bi se preduzeće bavilo prehrambenim proizvodima	Normalizovana vrijednost indikatora opštih administrativnih opterećenja početnika (w)		1/8	6	0	
Proces registracije je potreban da bi se preduzeće bavilo odjevnim proizvodima			1/8	6	0	
Procedure notifikacije su potrebne da bi se preduzeće bavilo prehrambenim proizvodima			1/8	6	0	
Procedure notifikacije su potrebne da bi se preduzeće bavilo odjevnim proizvodima			1/8	6	0	
Dozvole su potrebne da bi se preduzeće bavilo prehrambenim proizvodima		1/2	1/8	6	0	
Dozvole su potrebne da bi se preduzeće bavilo prehrambenim proizvodima odjevnim proizvodima			1/8	6	0	
Upotrebna dozvola za prostor je potrebna da bi se preduzeće bavilo prehrambenim proizvodima			1/8	6	0	
Upotrebna dozvola za prostor je potrebna da bi se preduzeće bavilo odjevnim proizvodima			1/8	6	0	
Rezultat za zemlju			$W * \sum b_j \sum c_k \text{odgovor}_{ijk}$			
Rezultat za Crnu Goru			5			

Dio upitnika/indeksa koji tretira antimonopolske izuzetke je usmjeren na tretman javnih preduzeća u okviru politike konkurencije. U Crnoj Gori vrijednost ovog indeksa je maksimalna, budući da se u Zakonu o zaštiti konkurencije navodi da se izuzimaju tržišni akteri koji se bave djelatnostima od javnog interesa, što naravno mogu biti i javna preduzeća.

Tabela 10:DI10 - Antimonopolski izuzeci

	Ponder pitanja (c _k)	Da	Ne
Da li postoji pravilo ili princip koji obezbjeđuje oslobađanje od tereta u opštem zakonu o konkurenciji koje se zahtijeva ili odobrava druga vladina agencija (dodatno izuzecima koji se možda primjenjuju na ukupne sektore)?	1/4	6	0
Javna preduzeća: izuzetak ili isključivanje iz zakona o konkurenciji: karel i druge vrste horizontalnog udruživanja	1/4	6	0
Javna preduzeća: izuzetak ili isključivanje iz zakona o konkurenciji: monopoli	1/4	6	0
Javna preduzeća: izuzetak ili isključivanje iz zakona o konkurenciji: merdžeri	1/4	6	0
Rezultat (0-6)		$\sum c_k (\text{odgovor})_{ik}$	
Rezultat (0-6) za Crnu Goru		6	

Zakonske barijere za ulazak posmatraju i postajanje ograničenja na broj konkurenata u određenoj djelatnosti, tj. u odabranim djelatnostima predstavljenim u tabeli 11.

Tabela 11: DI11 - Zakonske barijere za ulazak

Nacionalna/regionalna ili opštinska vlast ograničava broj konkurenata	Odgovori		
	Ponder	Da	Ne
Proizvodnja duvana	1	1	0
Rafinerije nafte	1	1	0
Industrije osnovnih metala	1	1	0
Proizvodnja metalnih proizvoda, mašina i opreme	1	1	0
Proizvodnja električne energije	1	1	0
Proizvodnja i distribucija gasa	1	1	0
Proizvodnja i snabdjevanje vodom	1	1	0
Trgovina na veliko	1	1	0
Restorani i hoteli	1	1	0
Željeznički saobraćaj	1	1	0
Prevoz putnika u urbanim i ruralnim sredinama	1	1	0
Drugi prevoz putnika kopnom	1	1	0
Prevoz robe	1	1	0
Usluge podrške kopnenom prevozu	1	1	0
Transport vode	1	1	0
Usluge podrške transporta vode	1	1	0
Aviokompanije	1	1	0
Usluge podrške aviokompanijama	1	1	0
Komunikacije	1	1	0
Finansijske institucije	1	1	0
Osiguranje	1	1	0
Poslovne usluge	1	1	0
Medicinske, stomatološke i druge zdravstvene usluge	1	1	0
Distribucija i projekcija filmova	1	1	0
Rezultat za zemlju	6*($\sum_i a_i$ odgovori _i)/24		
Rezultat za Crnu Goru	1		

Ukoliko posmatramo propise koji se tiču ograničavanja broja učesnika na tržištu, ili provajdera usluga, u Crnoj Gori ne postoje eksplicitni propisi o tome, međutim ulazak aktera na tržište je otežan u navedenim sektorima, imajući u vidu prirodu posla kojim se bave kao i nemogućnošću novih preduzeća da eventualno koriste infrastrukturu postojećih preduzeća. Na primjer, preduzeće može proizvoditi električnu energiju ali je ne može distribuirati preko mreže EPCG. Tako da je vrijednost indeksa u ovoj oblasti 1.

2.3. Barijere za trgovinu i investicije

Treća oblast u okviru indeksa regulative tržišta proizvoda ispituje barijere za vlasništvo, procedure diskriminacije, regulatorne barijere i carine. Ovaj dio upitnika/indeksa u stvari ispituje otvorenost ekonomije i tretman stranih investitora.

U okviru diskriminatorskih procedura se ispituje status stranih investitora u zemlji, njihov tretman, njihova prava i mogućnosti za ostvarivanje prava. Ova prava se u prvom redu odnose na pravo žalbe na regulatorne odluke, kao i prava u slučaju monopoloskog i diskriminatorskog ponašanja bilo administracije, bilo konkurentskih kompanija.

Tabela 12:DI12 - Diskriminatorske procedure

	Ponder za temu (b _j)	Ponder za pitanje (c _k)	Odgovori				
			Da	Ne	Da	Ne	Ne
Generalna diskriminacija							
Princip nacionalnog tretmana je eksplicitno priznat	2/3	1/3	0	6			
Procedure žalbe na regulatorne odluke su otvorene za inostrane aktere		2/9	0	6			
Postoje posebne odredbe kojima se obezbjeđuje da propisi prije stupanja na snagu budu dostupni javnosti na način da su dostupni na međunarodnom nivou		1/9	0	6			
Diskriminacija konkurencije							
Kada se poslovanje shvata kao ograničavanje konkurencije strane firme se mogu obratiti tijelima za konkurenciju	1/3	Vidjeti skalu	Da	Ne	Da	Ne	Ne
Kada se poslovanje shvata kao ograničavanje konkurencije strane firme se mogu obratiti tijelima za trgovinsku politiku			Ne	Da	Ne	Da	Ne
Kada se poslovanje shvata kao ograničavanje konkurencije strane firme mogu djelovati privatnim pravom na akciju			Da	Da	Ne	Ne	Da/ne
Skala			0	0	3	3	0
Rezultat za zemlju			$\sum_j b_j \sum_k c_k \text{odgovor}_{jk}$				
Rezultat za Crnu Goru			0,44				

Crna Gora predstavlja ekonomiju otvorenu za strane investicije, budući da se eksplicitno priznaje nacionalni tretman investitora što znači da strani investitori imaju ista prava kao i domaći, tako da je vrijednost indeksa za Crnu Goru 0,44.

Tabela 13:DI13 – Barijere za strano vlasništvo

	Ponder za djelatnost (b _j)	Ponder za pitanje (c _k)	Odgovori			
			Da	Djelimično	Ne	
Opšte barijere						
Postoje statutom ili druga zakonska ograničenja na udio akcija koji mogu kupiti strane firme	1/2	2/3	6	3	0	
Vlada može koristiti specijalna prava prilikom nabavke imovine stranih firmi		2/3	6	3	0	
Barijere karakteristične za sektore						
Ograničenje stranog vlasništva u telekomunikacijama	1/2	1/3	6	3	0	
			<50%=0			
			<40%=1.5			
			<35%=3			0
Ograničenje udjela stranih kompanija u nacionalnim avio-prevoznicima		1/3	<30%=4.5			
			<25%=6			
Rezultat za zemlju			$\sum_j b_j \sum_k c_k \text{odgovor}_{jk}$			
Rezultat za Crnu Goru			1			

Dio indeksa koji tretira strano vlasništvo (tabela 13) ispituje postojanje ograničenja za investicije stranih pravnih i fizičkih lica u domaće kompanije. Ovaj dio ispituje i ograničenja za investicije u sektoru telekomunikacija i sektoru avio-prevoza, za koje postoji najveća vjerovatnoća da je strano vlasništvo ograničeno. Vrijednost podindeksa u

slučaju Crne Gore je 1, što je uslovljeno djelimičnim ograničenjem ulaganja inostranih kompanija u određene djelatnosti, što je proizvodnja oružija i ulaganja u graničnim zonama ili nacionalnim parkovima.

Regulatorne barijere ispituju međunarodnu politiku države i saradnju sa drugim zemljama u oblasti investicija i trgovine. U ovom dijelu indeksa, Crna Gora ima relativno nisku vrijednost indeksa od 2,4.

Tabela 14 :DI15 - Regulatorne barijere

	Ponder pitanja (c_k)	Da	Ne
Zemlja je uključena u sporazum o međusobnom priznavanju u makar jednom sektoru sa nekom zemljom	0.4	0	6
Postoje posebne odredbe koje ohrabruju regulatore da razmotre priznavanje ekvivalentnih mjera	0.3	0	6
Postoje posebne odredbe koje ohrabruju regulatore da razmotre korišćenje međunarodnih standarda i procedura sertifikacije gdje je god to moguće	0.2	0	6
Postoji zahtjev da se izbjegava nepotrebna restriktivnost propisaka trgovini	0.1	0	6
Rezultat (0-6)	$\sum_k c_k(\text{odgovor})_k$		
Rezultat (0-6) za Crnu Goru	2,4		

Na kraju prosječni ponderisani nivo carine predstavlja poslednju ali ne i najmanje važnu komponentu indikatora regulative tržišta proizvoda.

Tabela 15:DI14 - Carine

	0	1	2	3	4	5	6
Prosječna carina ponderisna proizvodnjom	≤3%	≤6%	≤9%	≤12%	≤15%	≤18%	>18%

U Crnoj Gori prosječna carinska stopa je prema podacima Ministarstva finansija 6,39%, što znači da je vrijednost podindeksa za carine 2.

2.4. Ukupan Indeks regulisanosti tržišta proizvoda

Na osnovu detaljnih indeksa se računa ukupan Indeks regulisanosti tržišta proizvoda, kao i podindeksi po regulatornim domenima (vidjeti tabelu 16). Indeks ima vrijednost od 0 do 6, pri čemu 0 znači potpuno odsustvo regulacije ili jako nizak stepen regulacije, dok 6 znači visok stepen regulacije proizvoda.

Tabela 16: Vrijednost indeksa regulative tržišta proizvod za Crnu Goru

	Ukupan Indeks regulative tržišta proizvoda	Regulatorni domen		
		1.1.1.1.2.1.1 Državna kontrola	Barijere za preduzetništvo	Barijere za trgovinu i investicije
Crna Gora	2,94	2,68	4,70	1,46

Vrijednost indeksa regulisanosti tržišta proizvoda u Crnoj Gori je 2,94 u rangu od 0 do 6, što ukazuje na relativno rigidan regulatorni okvir u Crnoj Gori. Ukoliko posmatramo vrijednost indeksa po domenima regulative, možemo vidjeti da najproblematičniji dio regulative u Crnoj Gori predstavljaju barijere za preduzetništvo (vrijednost indeksa ja 4,70), a u okviru ovog domena, najveću vrijednost indeksa, tj. najrigidniji dio regulative je onaj koji se odnosi na proces dobijanja dozvoli i licenci za otpočinjanje biznisa.

3. Zaključak

Ukoliko posmatramo regulativu tržišta proizvoda u Crnoj Gori jasno je da se u narednom periodu mora posvetiti pažnja pitanju propisa i regulatornog opterećenja biznisa. U određenim oblastima regulazive ostvaren je značajan napredak, međutim, poosmatrajući vrijednost ukupnog indeksa, vrijednosti indeksa po oblastima regulative kao i vrijednosti indeksa za pojedine regulatorne domene, jasno je da još uvijek ima dosta prostora za unapređenje propisa a samim tim i poslovanja preduzeća.

Literatura

1. Bastiat, F. – Zakon, Global Book, 1998. godine
2. Blanchard O. and Giavazzi F. – Macroeconomic Effects and Deregulation in Goods and Labor Market, National Bureau of Economic Research, Cambridge, February 2001.
3. Botero, J., Djankov S., i dr. – Regulation of Labor, NBER, 2003.
4. Cazes S. and Nesporova A. - Employment Protection Legislation (EPL) and its effects on Labor Market Performance, International Labor Organization, High-Level Tripartite Conference on Social Dialogue, Malta, 28 February-1 March 2003.
5. Nicoletti G., Scarpetta S. i Boyland, O. – Summary Indicators of Product Market Regulation with an Extension to Employment Protection Legislation, OECD, unclassified, 2000.
6. Prokoprijevic M. – Konstitucionalna ekonomija, Eprss, Beograd, 2002.
7. Vukotić Veselin – Maroekonomski računi i modeli, CID, Podgorica 2001.
8. Vukotić Veselin – Konstitucionalna ekonomija, ISSP, Podgorica 2005.

Ivana Stešević*

Ekonomске slobode i veličina države

Abstract:

Economic freedom presents absence of barriers for free activity of individual on the market. The main goal of this paper is to try to give answers on questions such as what is relation between economic freedom and size of the country measured by the number of citizens. In that sense this paper tries to answer following questions. Are economic freedoms equally important for big and small countries? Do small countries usually have high or low level of economic freedom? Can small countries survive if they have low level of economic freedom (that is high government consumption, high taxes, closed economic system etc)?

Key words: *economic freedom, size of the country, openness, welfare*

1. Ekonomске slobode

Ekonomске slobode se definišu kao odsustvo pritiska ili ograničenja koje vlade nameću na ekonomski sistem, a posebno na proizvodnju, promet i potrošnju roba ili usluga u obimu većem od onog koji je potreban da se zaštiti ekonomski sistem i održi sama ekonomska sloboda. Kada se vlade miješaju u stanje na tržištu, kako bi uticale na ishod koji nije zaštita ljudi i vlasništva, onda te vlade ugrožavaju ekonomске slobode.

Analize o porijeklu i uzrocima ekonomskog razvoja ukazuju da zemlje sa najvišim nivoom ekonomskih sloboda imaju više stope ekonomskog rasta i znatno su prosperitnije od zemalja sa nižim nivoom ekonomskih sloboda.

Nivo ekonomskih sloboda najčešće se mjeri i iskazuje indeksima ekonomskih sloboda. Indeksi ekonomskih sloboda su mnogo više od skupa podataka dobijenih empirijskim proučavanjem. Ti indeksi predstavljaju pažljivu teoretsku analizu faktora koji najviše utiču na institucionalno okruženje ekonomskog razvoja.

Osnovni razlozi za mjerenje ekonomskih sloboda su:

- a) kvantifikacija uticaja ekonomskih sloboda na ekonomski rast i razvoj;
- b) kvantifikacija uticaja ekonomskih sloboda na ostale ekonomske varijable koje takođe utiču na ekonomski rast i razvoj;

* Fakultet za međunarodnu ekonomiju, finansije i biznis, Institut za strateške studije i projekcije

- c) upoređivanje nivoa ekonomskih sloboda po raznim zemljama i izrada komparativnih analiza;
- d) izrada vremenskih serija rasta i razvoja u odnosu na dostignuti nivo ekonomskih sloboda;
- e) analiza institucionalnog razvoja i alternativnih vrsta pravila na ekonomski razvoj.

Economic Freedom Network zajedno sa Fraser Institutom objavljuje indeks ekonomskih sloboda u publikaciji "Economic Freedom of the World". Ovaj indeks ekonomskih sloboda mjeri i sažima podatke o ekonomskim slobodama u pet ključnih područja¹:

1. Veličina države: potrošnja, porezi i preduzeća. Povećanje državne potrošnje u odnosu na ličnu potrošnju, potrošnju domaćinstava i preduzeća, što znači da ukoliko je donošenje odluka od strane Vlade uvećano u odnosu na lični izbor pojedinca i nivo ekonomskih sloboda se smanjuje.
2. Pravna struktura i pravo na sigurnost imovine. Sa ekonomskim slobodama konzistentne su vladavina prava, sigurnost imovinskih prava, nezavisno sudstvo i nepristrani sudovi.
3. Pristup stabilnom novcu. Nizak nivo inflatornog oprezivanja znači i veći nivo ekonomskih sloboda.
4. Sloboda razmjene sa strancima. Slobodna razmjena doprinosi povećanju životnog standarda. Ona se analizira kroz carinske prihode, carinske tarife, vancarinske barijere, veličinu trgovinskog sektora, slobodu kapitalnih i tekućih transakcija sa inostranstvom.
5. Regulacija kredita, radne snage i biznisa. Ovaj pokazatelj analizira regulaciju bankarskog i tržišta radne snage, kao i nivo transakcionih troškova u biznisu. Regulacije ograničavaju pristup tržištima i umanjuju slobodu dobrovoljne razmjene i na taj način umanjuju ekonomsku slobodu.

Rangiranje zemalja vrši se na skali od 0 do 10. Ocjena 0 predstavlja neslobodno, dok 10 predstavlja apsolutno slobodne zemlje. Zemlje sa nižim porezima, jakim vlasničkim pravima, malo regulacija i stabilnim novcem postižu bolji rezultat, tj. bliži su ocjeni 10 kao najvišoj ocjeni.

Osim ovog indeksa, Heritage fondacija i Wall Street Journal takođe publikuju indeks ekonomskih sloboda, koji rangira zemlje na skali od 1 do 5. Ova dva indeksa su veoma korelisana, bez obzira na neke metodološke razlike.

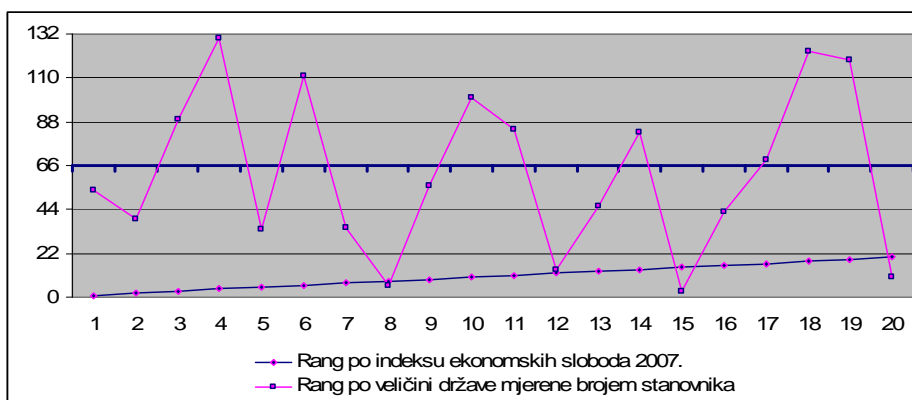
¹ Gwartney, J, Lawson, R, *Economic Freedom of the World: 2007 Annual Report*, The Fraser Institute, Vancouver (2007)

2. Ekonomske slobode i veličina zemlje- da li su ekonomske slobode podjednako važne za velike i male države?

Pitanje koje se raspravlja u ovom radu je da li su ekonomske slobode podjednako važne za velike i male države. Radi analiziranja ovog pitanja urađena je komparacija ranga na listi indeksa ekonomskih sloboda za 2007. godinu, kao i ranga veličine zemlje mjerene brojem stanovnika. Podaci korišćeni za ovu analizu su podaci koji se nalaze u „Economic Freedom of the World“, godišnjem izvještaju za 2007. godinu. Ukupan broj zemalja za koje postoje potpuni podaci i za koje je vršena komparacija ranga je 132 zemlje. Veličina zemlje mjerena je brojem stanovnika.

Na grafiku 1. prikazan je odnos između ranga 20 zemalja sa najvišim indeksom ekonomskih sloboda u 2007. godini i ranga tih zemalja po veličini zemlje, mjerene brojem stanovnika.

Grafik 1. Odnos ranga indeksa ekonomskih sloboda u 2007. godini i ranga po veličini zemlje(broju stanovnika)- 20 zemalja sa najvišim indeksom ekonomskih sloboda u 2007. godini

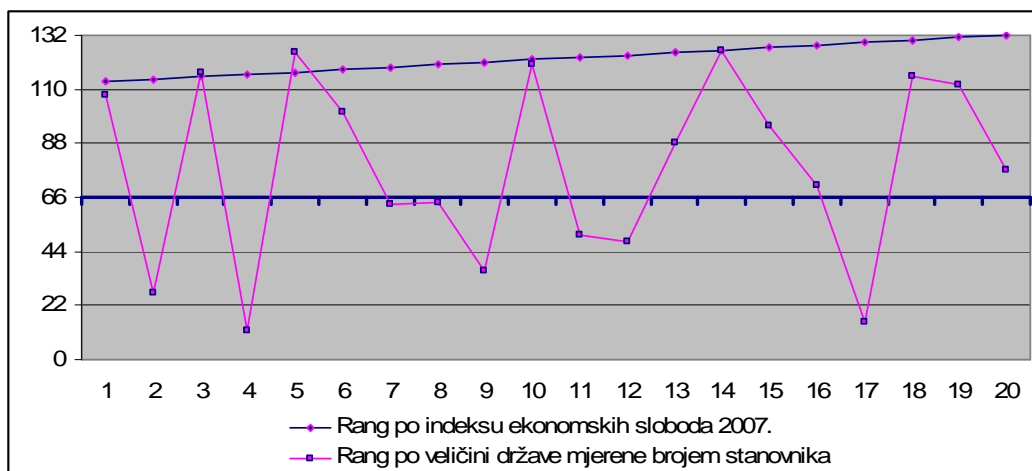


Na osnovu analize može se zaključiti da među 20 zemalja koje su u 2007. godini ostvarile najviši indeks ekonomskih sloboda uglavnom su zemlje koje u odnosu na prosjek imaju manji broj stanovnika tj. nalaze se među manjim zemljama mjereno brojem stanovnika².

Ukoliko se pak uporedi rang 20 zemalja sa najnižim nivoom ekonomskih sloboda u 2007. godini sa njihovim rangom po veličini zemlje, to se grafički može prikazati na sledeći način:

² Prosječna veličina zemlje predstavljena je medijanom. To je zemlja koja se nalazi na sredini serije od 132 zemlje (66-ta zemlja). Ona ima 10.000.000 stanovnika i u odnosu na nju vršeno je upoređivanje.

Grafik 2. Odnos ranga indeksa ekonomskih sloboda u 2007. godini i ranga po veličini zemlje (broju stanovnika) 20 zemalja sa najnižim indeksom ekonomskih sloboda u 2007. godini



Ono što se lako uočava sa grafika 2. jeste da su zemlje koje su u 2007. godini ostvarile najniži nivo ekonomskih sloboda su uglavnom zemlje koje u odnosu na prosjek imaju visok broj stanovnika tj. nalaze na vrhu liste rangiranih zemalja po broju stanovnika.

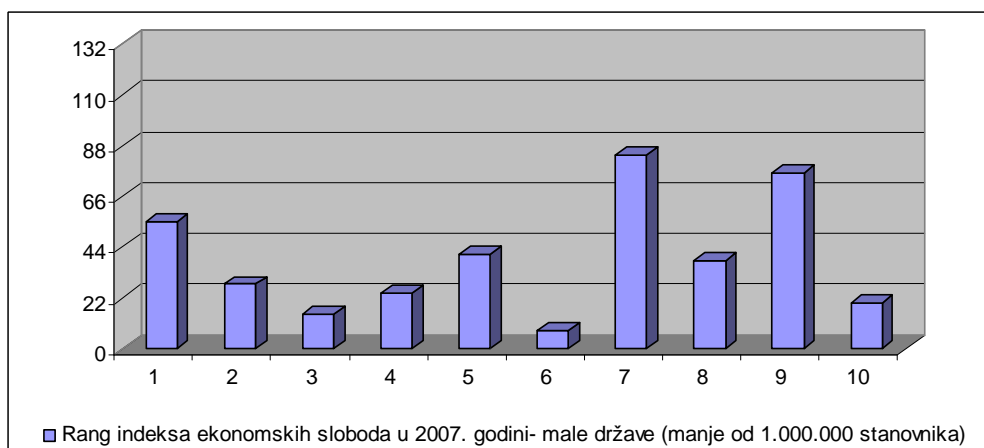
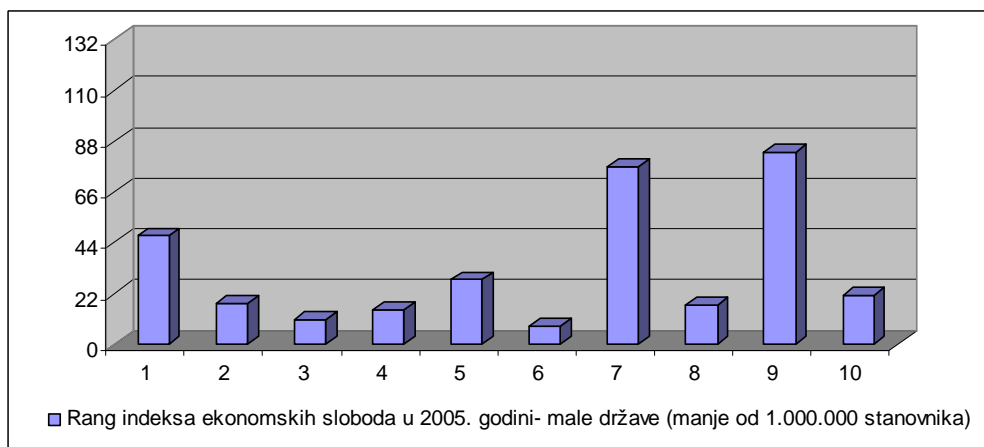
Iz ovoga moguće je zaključiti da male zemlje prirodno teže višim ekonomskim slobodama. Razlozi za ovo su brojni. Male zemlje su uglavnom otvorenije zemlje, koje moraju privlačiti kapital i boriti se za svoju atraktivnost. Niži nivo državne potrošnje, državnih transfera i subvencija, kao i učešća državnih preduzeća u ukupnoj ekonomiji, čine jednu zemlju konkurentnijom u odnosu na drugu. U cilju povećanja ekonomske efikasnosti, privlačenja novih investicija i podsticanja zaposlenosti potrebno je imati niske poreske stope. Da bi zemlje bile atraktivne one moraju uspostaviti vladavinu prava, nezavisno sudstvo, slobodnu razmjenu. To su osnovni izvori ekonomskog progressa³ i u odnosu na te kriterijume zemlje mogu biti manje ili više konkurentne. I dok za razliku od velikih država koje imaju veliko nacionalno tržište, male države sebi ne mogu priuštiti zatvorenost, ukoliko žele da prosperiraju.

Svi navedeni izvori ekonomskog progressa posredno su prikazani i vrijednovani indeksima ekonomskih sloboda. Upravo će ekonomske slobode u malim zemljama biti predmet dalje analize i u nastavku rada analiziraće se ekonomske slobode u malim državama. Male države u ovom kontekstu podrazumjevaju države koje imaju manje od 1.000.000 stanovnika. Takvih zemalja za koje postoje potpuni podaci u „Economic Freedom of the

³ Tako se i u knjizi Guortnija i Strupa „Ekonomija i prosperitet“ navodi da su osnovni izvori ekonomskog progressa: 1.Privatna svojina, 2.Sloboda razmjene, 3.Konkurentna tržišta, 4.Efikasno tržište kapitala, 5.Monetarna stabilnost, 6.Niske poreske stope i 7.Slobodna spoljna trgovina.

World“ godišnjem izvještaju za 2007. godinu ima 10. To su: Belize, Barbados, Island, Bahami, Malta, Luksemburg, Gvajana, Bahrejn, Fidži i Kipar.

Grafik 3. Rang indeksa ekonomskih sloboda u 2005. i 2007. godini za male države (države koje imaju manje od 1.000.000 stanovnika)



Na grafiku 3. predstavljen je rang indeksa ekonomskih sloboda u 2005. i 2007. godini za 10 malih država. Kao što se može vidjeti na grafiku 3. većina (8 od 10) malih država u svijetu nalazi se pri vrhu rang liste po indeksu ekonomskih sloboda. Izuzetak su Gvajana i Fidži koje se na listi indeksa ekonomskih sloboda za 2007. godinu nalaze na 84. i 76. mjestu.

Nakon što smo utvrdili da su male zemlje uglavnom na vrhu liste po indeksu ekonomskih sloboda, pokušaćemo da potvrdimo vezu između ekonomskih sloboda i bogatstva u tim zemljama.

Tabela 1. Mikro države- broj stanovnika, rang na listi po indeksu ekonomskih sloboda u 2005. i 2007. godini i GNIpc

Zemlja ⁴	Broj stanovnika	Rang na listi indeksa ekonomskih sloboda 2007 ⁵	Rang na listi indeksa ekonomskih sloboda 2005	GNIpc, 2005. godina, \$
Belize	288.000	55	47	3.570
Barbados	294.000	28	18	18.400 ⁶
Island	312.851	15	11	48.570
Bahami	331.000	24	15	15.800
Malta	407.000	41	28	13.610
Luksemburg	467.000	8	8	68.810
Gvajana	738.000	84	77	1.030
Bahrejn	753.000	38	17	14.370
Fidži	839.000	76	83	3.170
Kipar	855.000	20	21	18.430

Tabela 1. pokazuje da najveći broj malih zemalja ima visok nivo ekonomskih sloboda i visok GNIpc. Za razliku od njih, male države koje imaju nizak nivo ekonomskih sloboda (a kojih je malo) su veoma siromašne zemlje (Gvajana i Fidži).

Zaključak

Osnovna teza od koje je rad pošao je da veći nivo ekonomskih sloboda vodi boljem životnom standardu. Mnoge empirijske analize ustanovile su tu vezu. Rad je imao za cilj da utvrdi uticaj ekonomskih sloboda na male zemlje. Pretpostavka koja se dokazivala je da male zemlje moraju biti slobodne. Razlozi za to su što za razliku od velikih, koje imaju veliko nacionalno tržište, koje jednostavnije i lakše mogu koristiti svoje komparativne prednosti velikog tržišta i sl, male zemlje moraju biti otvorene, fleksibilne, imati dobru i ne glomaznu regulaciju i konkurentan institucionalni ambijent. Ovaj rad upravo je potvrdio polazne pretpostavke:

- Pokazano je da među zemljama koje imaju viši nivo ekonomskih sloboda ima mnogo više malih nego velikih zemalja.
- Pokazano je da je većina malih zemalja u svijetu rangirana uglavnom iznad prosjeka po ekonomskim slobodama.
- Osim toga analiza je potvrdila da sve one male zemlje koje imaju visok nivo ekonomskih sloboda imaju visok i životni standard mjereno GNIpc (Luksemburg, Island, Kipar i sl), neke čak i među najvišim u svijetu.

⁴ Podaci korišćeni u ovoj analizi su podaci iz Gwartney, J, Lawson, R, *Economic Freedom of the World: 2007 Annual Report*, The Fraser Institute, Vancouver (2007), dok su podaci o GNIpc podaci sa sajta Svjetske banke www.worldbank.org

⁵ Ukupan broj za koje su postojali potpuni podaci i za koje je vršena analiza je 132.

⁶ GDPpc, \$, www.cia.gov

- Za razliku od njih one male države koje su imale nizak nivo ekonomskih sloboda, a kojih nema mnogo, su veoma siromašne (Gvajana i Fidži).

Iz svega ovoga može se zaključiti da su ekonomske slobode za male zemlje mnogo važnije nego za velike države. I Crna Gora se nalazi pred ovim izborom. Može izabrati dva pravca. Onaj koji se zasniva na ekonomskim slobodama (sjetimo se kategorija po kojima se mjeri nivo ekonomskih sloboda: nizak nivo državne potrošnje i poreza, vladavina prava i sigurnost imovine, pristup stabilnom novcu, otvorenost i sloboda razmjene sa strancima) ili drugi pravac koji se ne zasniva na ekonomskim slobodama. Na nama je izbor!

Literatura:

1. Colombatto Enrico, *Was transition about free market economics?*, Journal des Economies et des Humanes, Volume XL (2002)
2. Gwartney, J, Lawson, R, *Economic Freedom of the World: 2007 Annual Report*, The Fraser Institute, Vancouver (2007)
3. Guortni Džejms, Struo Ričard, *Ekonomija i prosperitet- šta svako treba da zna o tržišnoj privredi*, Institut ekonomskih nauka, Beograd (1996)
4. Marc A. Miles (editor): *The Road to Prosperity*, Heritage, Washington, (2004)
5. Mises Ludwig, Hayek Friedrich, *O slobodnom tržištu*, Mate, Zagreb (1997)
6. Pejović Svetozar, *Understanding Transaction Costs of Transition: it's the Culture stupid*, European Association of Law and economics, 19 annual conference, (2002)
7. Prokopijević Miroslav: *O ekonomskim slobodama*, Politika i slobode, IDN, Beograd (2003)
8. Vukotić Veselin, *Svjesni i (ili) spontani poredak*, IDN, Beograd, (2000)
9. Veselin Vukotić, *Psihofilozofija biznisa – dijalogom kroz naš mentalitet*, CID, Podgorica (2003)
10. Veselin Vukotić, *Koncepcijske osnove novog ekonomskog sistema u Crnoj Gori*, ISSP, Podgorica (2006)
11. www.heritage.org
12. www.fraserinstitute.ca
13. www.worldbank.org
14. www.imf.org

Gordana Radojević*

Inflacija u Crnoj Gori vs inflacija u Euro zoni

Abstract

Achieving low inflation was one of the central arguments behind the replacement of the Yugoslav Dinar with the German Mark in Montenegro in 2001. The low-inflation currency, replaced by the Euro in 2002, was supposed to act as a nominal anchor and guarantor of stable prices imported from Germany and subsequently, the Euro Area. This paper will attempt to shed some light on inflation developments since the adoption of the German Mark/Euro, with special emphasis on the period 2003-2006. First we will investigate the structure of inflation in Montenegro, i.e. relative prices. In the second part, inflation developments in Montenegro will be compared to those in the Eurozone to see where they the most differ and to possibly identify sources of these divergences.

Key words: *inflation, Euroization, reform, competition*

Uvod

Ekonomisti u osnovi prihvataju činjenicu da zemlje koje koriste istu valutu, imaju i približno istu stopu inflacije za proizvode koji su predmet spoljno-trgovinske razmjene. Kako je crnogorska ekonomija uvozno zavisna kada su u pitanju mnogi proizvodi, euro kao zvanična valuta i stabilni carinski sistem, trebalo bi da rast cijena uvoznih proizvoda održavaju na nivou inflacije u euro zoni. Stoga, Euro zona je savršena referentna tačka za upoređivanje dinamike cijena sa Crnom Gorom.

Medjutim, kada se analiziraju nivoi cijena među državama koje koriste istu valutu, važno je da napraviti jasnu razliku između razmjernih i nerazmjernih dobara. Prva su obično proizvodi, a druga usluge. Ova razlika je značajna za određivanje baze za formulisanje cijena: dok su proizvodi slobodno međunarodno razmjerni i predmet su pritiska konkurentskih cijena, usluge su »zaklonjene« od međunarodne konkurencije i njihove cijene su određene na domaćim tržištima. Dinamika ovog procesa je dobro objašnjena teorijom Harrod-a, Balassa i Samuelson-a. Ukratko, teorija počiva na ideji da rast produktivnosti razmjernih proizvoda (engl. tradables), je u osnovi mnogo viši i određuje nivo plata u tradable sektoru. Ipak, kroz proces izjednačavanja plata u ekonomiji, plate u nontradable sektoru takođe rastu (bez obzira na odsustvo mjerljivosti rasta produktivnosti), što prisiljava proizvođače da povećaju cijene. Ovo vodi većoj inflaciji u nontradable, nego u tradable sektoru¹. Raznolikost inflatornih procesa između zemalja koje koriste istu valutu kada su u pitanju razmjerni dobra, je fenomen koji zbunjuje.

* Institut za stateške studije i projekcije, Podgorica

¹ *Blaszkiwicz, Monika, Przemyslaw Kowalski, Lukasz Rawdanowicz and Przemyslaw Wozniak (2004), The Harrod-Balassa-Samuelson Effect in Selected Countries of Central and Eastern Europe, CASE Report no. 57*

Moguće objašnjenje se bazira na različitim karakteristikama poreskih sistema, carinskih sistema ili postojanja nekih drugih ograničenja.

Uvažavajući pomenute teorijske pretpostavke, cilj ovog rada sastoji se u ispitivanju uzroka inflacije u Crnoj Gori od kada je postala dolarizovana ekonomija. S toga, prvi dio rada odnosi se na analizu istorijskih podataka: Da li je rast cijena u Crnoj Gori posljedica, unutrašnjih problema, spoljašnjih faktora na koje ne možemo uticati ili je rezultat barijera i «zatvaranja ekonomije»? Odgovor na postavljena zahtijevao je detaljnu analizu i komparaciju inflacije sa zemljama koje koriste euro kao zvaničnu valutu, što čini drugi dio rada.

1. Inflacija u Crnoj Gori nakon dolarizacije

Rasprava o Evropskoj monetarnoj uniji (EMU) kao i pitanje u vezi sa jedinstvenom valutom euro (€) obilježili su kraj XX vijeka u Evropi. Nužnost dolarizacije u Crnoj Gori nije proizišao samo „iz potiska koji čine megaprocesi i procesa tranzicije koji se odvijao tada u Crnoj Gori“, već na to je ukazivalo i faktičko stanje u kome se nalazila ekonomija Crne Gore. Tokom 70-ih i 80-ih godina, bila je prisutna visoka inflacija, rastući fiskalni deficit finansiran je od strane NBJ emisijom novca, postojali je i rastući problem nelikvidnosti i nesolventnosti banaka. Ovakav sistem generisao je, osim inflacije i periodične devalvacije, što je dovodilo do redistribucije bogatstva. Prosječna godišnja inflacija u dvadesetogodišnjem periodu 1971 – 1991. godine iznosila je 76%. Novi predlozi u istom sistemu u cilju stabilizacije nijesu pokazali uspjeh².

Monetarne reforma u Crnoj Gori počela je najprije uvođenjem dvovalutnog sistema njemačke marke i dinara novembra 1999. godine, a potom samo njemačke marke, početkom 2000. godine. Crna Gora je zadovoljavala i sve teorijske preduslove za uspješno sprovođenje dolarizacije. U pitanju je mala zemlja, u velikoj meri otvorena, sa hiperinflatornim iskustvima u prošlosti; prihodi od emisije dobiti gotovo da nisu postojali; učešće spoljnotrgovinske razmene sa EU je bilo veliko. Euro postaje zvanično sredstvo plaćanja u Crnoj Gori januara 2002. godine. Uvođenje eura danas se ocjenjuje kao jedna od najradikalnijih ekonomskih mjera u ekonomskoj istoriji Crne Gore, i crnogorsko iskustvo pokazalo je da dolarizacija ima čitav niz pozitivnih efekata, poput: uspostavljanje cjenovne stabilnosti, podsticanje priliva stranih direktnih investicija, olakšanog procesa remonetarizacije itd. Uvodjenje eura značilo je stub novog liberalnog ekonomskog sistema i korak ka razvoju koncepta Crne Gore kao mikrodržave.

Kao rezultat monetarne reforme koja je počela 1999. godine, stopa inflacije u Crnoj Gori značajno se smanjila. Od novembra 1999. godine inflacija je bila promjenljiva iz više razloga: liberalizacija cijena i novi poreski sistem, ali okarakterisana je trendom pada.

² Vukotić Veselin, (2005): «Konceptijske osnove novog ekonomskog sistema», ISSP, Podgorica

Tabela 1. Inflacija u Crnoj Gori 1999-2007

	Godišnja promjena ("Dec-na-Dec")	Prosječna godišnja promjena ("Godinu – na- godinu")	Prosječna mjesečna promjena (Geometrijska sredina)
1999	106.0	56.6	6.21
2000	11.6	36.1	3.39
2001	23.8	21.8	1.79
2002	9.2	16.8	0.74
2003	6.2	6.8	0.50
2004	3.7	2.4	0.26
2005	2.5	4.1	0.20
2006	2.8	3.0	0.23
2007	6.8	3.6	0.60

Izvor: MONSTAT, ISSP kalukulacije

Nakon početnog inflatornog šoka koji se desio 1999. godine usled uvođenja njemačke marke, već početkom 2000. godine inflacija se smanjila. Sledeći šok je nastao usled liberalizacije cijena proizvoda i usluga čiji je udio u ukupnoj potrošačkoj korpi bio veoma visok. Administrativno niske cijene su bile prilagodjene tržišnom okruženju i ukupnu godišnju inflaciju povećale na nivo od 23% krajem 2001. godine. Sledeća, 2002. godina je započela sa ponovnim dvovalutnim sistemom: njemačkom markom i eurom. Značajne promjene se nisu desile sve dok euro nije postao jedino zvanično sredstvo plaćanja u aprilu 2002. godine. Uvođenje eura je prouzrokovalo novi inflatorni šok od skoro 20% na godišnjem nivou. Od tada godišnja inflacija konstantno pada sa izuzetkom kratkotrajnog cjenovnog šoka usled uvođenja PDV-a, kada je godišnja inflacija porasla na 7,7% u 2003. godini. Harmonizacija carina i povećanje prosječne carinske stope sa 3% na 6% imalo je direktan uticaj na inflaciju u 2003. godini. Međutim, posljednjih mjeseci u Crnoj Gori poskupjele osnovne životne namirnice (od 10 do 100 odsto), telefonske usluge (100 odsto), struja (15 odsto), gorivo (oko 5 odsto) što je za posledicu imalo rast inflacije više od očekivane. Godišnja stopa inflacija u Crnoj Gori prema podacima Monstat-a u 2007. godine iznosila je 7,8% odnosno prosječna godišnja 4,2%. Prosječna mjesečna inflacija u 2007.godini iznosila je 0,6%. Do neočekivano snažnog rasta inflacije u 2007. došlo je uslijed rasta svjetskih cijena nafte na rekordne nivoe zbog stalnog povećanja tražnje i nestabilnog stanja na Bliskom istoku³. Drugi značajni faktor, je rast cijena prehrambenih proizvoda zbog posljedica loših klimatskih uslova u Crnoj Gori i zemljama iz kojih uvozimo poljoprivredno-prehrambene proizvode. Hrana u ukupnoj potrošačkoj korpi Monstat-a učestvuje sa 50,4%, tako da i male promjene u cijenama prehrambenih proizvoda imaju veliki značaj u obračunu ukupne inflacije. Pored navedena dva faktora, značajan uticaj na povećanje inflacije u Crnoj Gori imalo je povećanje troškova električne energije i promjene cijena fiksne telefonije, sredinom 2007. godine.

³ Cijena nafte izražena u dolarima je ove godine porasla za 60 posto, tako da je sredinom novembra na New York Mercantile Exchange, barel nafte dosegnuo nivo od 98,03 dolara što je najviša cijena još otkad se naftom počelo trgovati na toj berzi prije 24 godine.

Već naredne godine, sadašnji pritisci na rast cijena hrane postepeno će se smanjivati, odnosno nakon sadašnjeg talasa poskupljenja doći do određene stagnacije cijena, tako da ukoliko ne bude zloupotrebe monopolskog položaja na crnogorskom tržištu, možemo očekivati da će inflacije padati već u drugom kvartalu 2008. godine.

2. Inflacija u Crnoj Gori vs inflacija u Euro zoni

Razlika u inflaciji u Crnoj Gori i Euro zoni u periodu od kada je uveden euro značajnije se razlikovala 2002-2003. godine i u drugoj polovini 2007. godine. Brži rast cijena u Crnoj Gori u odnosu na Euro zonu u 2003. godini izazvan je inflatornim šokom povezanim sa uvođenjem poreza na dodatu vrijednost od 17% i usklađivanjem carinskih stopa sa Srbijom. Značajna razlika po prvi put nakon 2003. godine, primjetna je u drugoj polovini tekuće godine.

Tabela 2. Godišnja promjena indeksa troškova života u % (2007)

	Januar	Februar	Mart	April	Maj	Jun	Jul	Avgust	Sept	Okt	Nov	Dec
Euro zona	1,8	1,8	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,7	2,1	2,6	2,8	3,0
Crna Gora	2,6	2,4	2,4	2,3	2,3	1,7	4,3	4,6	6,5	6,8	7,6	7,8

Izvor: Monstat i Eurostat

Sa stabilnim carinama od 2003. godine i stabilnom valutom, postavlja se pitanje zašto se crnogorski potrošači 2007. godine suočavaju sa stopom inflacije koje prelazi stopu inflacije u Euro zoni?

Da bi odgovorili na postavljeno pitanje, u analizu je uveden koncept relativnog indeksa cijena. Relativni indeks cijena računa se kao odnos baznog indeksa cijena određene grupe proizvoda iz potrošačke korpe Crne Gore i iste kategorije potrošačke korpe Euro zone. Relativni indeks cijena za kategoriju i u vremenu t je definisan kao:

$$RP_t^i = \frac{CG P_t^i}{EZ P_t^i}$$

gdje su $CG P_t^i$ i $EZ P_t^i$ indeksi baznih cijena kategorije i u Crnoj Gori i Euro zoni, respektivno. Promjene ovako definisanog indeksa reflektuju poziciju koju ima cijena jednog proizvoda ili grupe proizvoda u Crnoj Gori relativno posmatrano, u odnosu na iste u Euro zoni. Ako relativni indeks cijena poraste, to znači da cijene određene grupe proizvoda u Crnoj Gori rastu brže od istih u Euro zoni. Drugim riječima, proizvodi iz ove grupe postaju relativno skuplji. Sa druge strane ako relativni indeks cijena pada, to je znak da je stopa rasta cijena tih proizvoda niža od istih u Euro zoni, što čini ove proizvode relativno jeftinijim. Konačno, ukoliko nema promjene relativnog indeksa cijena to znači da se relativna cijena određene grupe proizvoda nije promijenila.

Na osnovu podataka Eurostat-a o kretanju inflacije u Euro zoni za period od 2002 -2007 i podataka Monstat-a o inflaciji u Crnoj Gori, izračunati su relativni indeksi za sve kategorije potrošačke korpe, gdje je to bilo moguće. Ograničenje komparaciji svih kategorija proizvoda, predstavljalo je to što Eurostat podatke za inflaciju objavljuje koristeći COICOP⁴ – Klasifikacija individualne potrošnje prema namjeni, dok korpa koju koristi Monstat nije u potpunosti usklađena sa korpom Eurostat. Takođe postoje razne kategorije dobara i usluga u COICOP koje u potpunosti nedostaju u crnogorskoj agregaciji ITZ korpe. Najvažnije su:

- *Rentiranje* (cp041);
- *Zdravstvene usluge* (cp062-cp063);
- *Usluge u obrazovanju* (cp10);
- *Restorani i hoteli* (cp11);
- *Socijalna zaštita, osiguranje, finansijske usluge i ostalo* (cp124-cp127).

Za neke ostale kategorije, u namjeri da se stvore agregati slični onima u COICOP, za potrebe ove analize spojeno je nekoliko grupa ITZ korpe koju koristi MONSTAT. To je bilo npr. u slučaju *održavanja i renoviranja stanova* (cp043), *lične higijene* (cp121) i nekoliko drugih. U nekim slučajevima zbog nedostatka detalja, nijesmo bili u mogućnosti da "popunimo" sadržinu široke dvocifrene COICOP kategorije sa više od jednom subkategorijom. To je bilo u slučaju *zdravlja* (cp06) koje uključuje sva dobra i usluge vezane za zdravlje u COICOP, dok su u Monstatu praćeni samo farmaceutski proizvodi (52). Pošto podaci za cijelu kategoriju *zdravlje* nedostaju, poredili smo COICOP subkategoriju cp061: *medicinski proizvodi, sredstva i oprema* sa Monstat grupom: *farmaceutski proizvodi* (52). Sličan problem desio se sa kategorijom *mješovita dobra i usluge* (cp12) koja obuhvata trocifrene subkategorije od kojih smo identifikovali samo jednu u crnogorskoj klasifikaciji: *lična higijena* (cp121) definisanu kao sadržinu dvije Monstat kategorije: *sredstva za pranje i higijenu* (51) i usluge vezane za ličnu higijenu(53).

U slučajevima gdje konvergencija COICOP kategorija Monstatovim kategorijama nije bila potpuna, ali je razmjera nedostajućih kategorija bila mala, odlučili smo da široku COICOP kategoriju predstavimo kombinovanjem dostupnih kategorija. To je bilo u slučaj sa grupom *komunikacija* (cp08) i *rekreacija i kultura* (cp09), gdje su brojevi kategorija koje su nedostajale bili od 1 do 3 i od 2 do 5, respektivno. I pored toga, mi smo prihvatili da postojeće kategorije mogu poslužiti kao reprezentivni onih koje nedostaju i izračunali smo indeks⁵ za povezane kategorije.

Za sve preostale kategorije, bili smo u mogućnosti da nađemo zadovoljavajuće identične agregate i u COICOP i u Monstat klasifikacijama. Ovo, naravno, ne sprečava ostale izvore

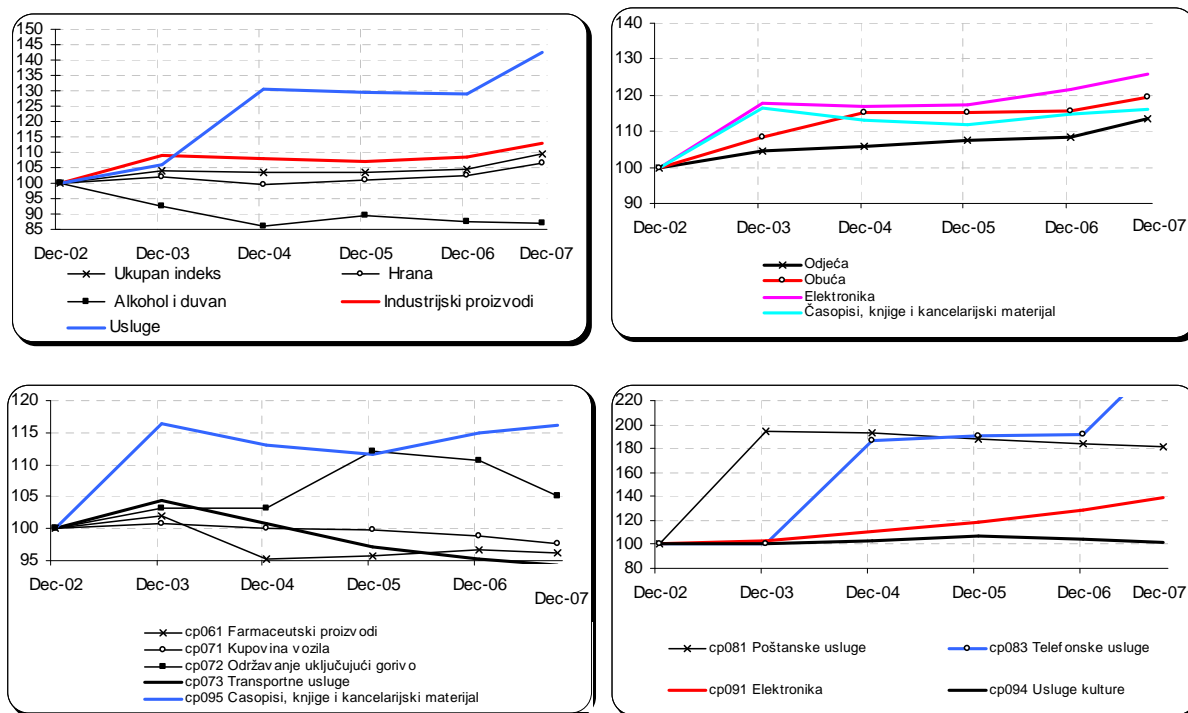
⁴ *Classification of Individual Consumption According to Purpose*

⁵ Izračunati su ponderisani prosjeci za date kategorije.

neuporedivosti dvije serije podataka, kao različite sastave grupa proizvoda, različite metodologije grupisanja podataka i bavljenje specifičnim problemima povezanim sa cjenovnim indeksima(kao, na primjer, tretiranje kvaliteta i neravnoteža novih proizvoda).

Osnovni pravci razvoja inflacije u Crnoj Gori u odnosu na euro zonu, kada su u pitanju glavne kategorije prikazane su na grafiku 1.

Grafik 1. Relativne promjene cijena najvažnijih grupa proizvoda u poređenju sa Euro zonom (Decembar 2002=100)



Izvor: Eurostat, Monstat, Kalkulacije ISSP

Prikazani trendovi na grafiku, jasno ukazuju na dva inflatorna šoka 2003 i 2007. godine i period stabilne inflacije 2004-2006 godine. Prvi inflatorni šok (2003), bio je posljedica unutrašnjih faktora - povećanja poreza i zatvaranja ekonomije. Inflacija 2003. godine povezana je bila sa uvođenjem poreza na dodatu vrijednost od 17% i usklađivanje carinskih stopa sa Srbijom, što je dovelo do povećanja prosječne ponderisane carinske stope sa 3% na oko 6%. Nakon te godine, period 2004-2006 karakteriše stabilna inflacija (značajnija promjena desila se samo u kategoriji »usluge« što je prouzrokovano povećanjem cijene telefonskog impulsa za 200%).

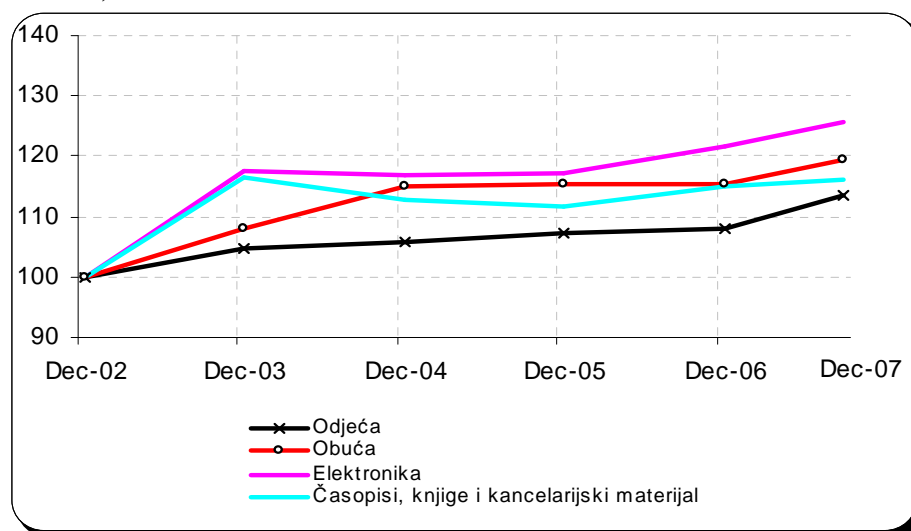
Ako pođemo od pretpostavke da je inflatorni šok 2007. godine u Crnoj Gori samo posljedica spoljnih faktora (povećanje cijena nafte i prehrambenih proizvoda) koji su uticali na rast cijena u i zemljama u okruženju, onda izračunati relativni indeksi trebali bi

biti konstanti. Međutim, kao što se na grafiku može vidjeti primjetan je relativni rast cijena u Crnoj Gori u odnosu na Euro zonu kada su u pitanju sve posmatrane kategorije, izuzev kategorije »duvan i alkoholna pića«.

Pad relativnih cijena alkohola i duvana rezultat je dva važna faktora: značajan rast nominalnih cijena duvanskih proizvoda proizvedenih u Euro zoni upoređen je sa stabilnim cijenama u Crnoj Gori.

Industrijska dobra donekle iznenađujuće, bilježe postojan rast u relativnim cijenama uprkos veoma velikom dijelu uvoza u lokalnoj prodaji, sličan slučaj je i sa kategorijom »hrana«. Trendovi 2007. godine čine se interesantnim za istraživanje stepena konkurencije na crnogorskom tržištu roba. Na nižem nivou agregacije primjetne su bitne razlike, tako da na sledećem grafiku izdvajamo proizvode čiji je tempo rasta cijena značajno veći od onog u Euro zoni.

Grafik 2. Relativne promjene cijena industrijskih proizvoda u poredjenju sa Euro zonom (Decembar 2002=100)



Izvor: Eurostat, Monstat, Kalkulacije ISSP

Odjeća i obuća predstavljaju jednu od glavnih zagonetki na crnogorskom tržištu, pošto obje kategorije bilježe stalan rast relativnih cijena. Povećanje je vidljivije kod obuće nego kod odjeće. Pošto se oba tržišta karakterišu uvozom, toliko neslaganje je teško objasniti. Kako su odjeće i obuća predmet spoljno-trgovinske razmjene, razlike u odnosu na Euro zonu prvi su indikator imperfektnosti crnogorskog tržišta.

Uz prethodno navedene *obuću i odjeću*, promjene u cijenama visoko razmjenljive kategorije *audio-vizuelne opreme, fotografske opreme i opreme za obradu informacija* predstavljaju još jednu očiglednost za nesavršenosti crnogorskog tržišta. Kategorija u

kojoj je 100% domaće prodaje uvezeno bilježila je postojano veće stope inflacije nego u Euro zoni, što je rezultiralo indeksom relativnih cijena od 138 u septembru 2007. godine. Vrijedno pažnje je napomenuti da usljed povećanih pritisaka konkurencije od uvoza iz Azije, ova kategorija je bilježila značajan nominalni pad u cijenama (deflaciju) svake godine od 2000. godine u intenzitetu od 6-8% na godišnjem nivou. Sa druge strane, cijene u Crnoj Gori, nakon padanja u 2003. godini za 4%, manje-više su stabilne do 2007. godine kada je primjetno njihovo povećanje. Rezultat je bio značajno povećanje u indeksu relativnih cijena u svakih od pet godina uzorka. Povećanje relativnih cijena je takođe zabilježeno za *štampu, knjige i školski pribor*.

Kada je riječ o uslugama slika je mješovita. Dok opšti indeks cijena usluga raste brže u Crnoj Gori, to nije tačno za neke osnovne kategorije usluga kao što su *održavanje i renoviranje stanovanja*. Inflacija u ovoj kategoriji je manje padala nego u Euro zoni u većini godina što je prosto rezultiralo indeksom od 93 u septembru 2006. godine. Isti je slučaj (sa izuzetkom 2003.) sa *strujom i gasom*, kao i *transportnim uslugama* gdje je indeks iznosio 95 i 94, respektivno, u odgovarajućem periodu. Većina ovih usluga je generisana značajnim mrežnim industrijama koje vjerovatno imaju zastarjele tehnologije i imaju snažnu potrebu za velikim investicijama – oboje se duguje tehnološkom bumom i postizanju ekoloških standarda. Takođe one imaju još jednu zajedničku stvar: ne mogu razmatrati bilo koje tipične slobodno-tržišne poduhvate jer su monopoli države (električna struja, gas, željeznica) ili zbog toga što se njihove promjene cijena moraju dozvoliti od strane centralne ili lokalne vlasti. U svijetlu ovih karakteristika zapaženi pad u relativnim cijenama nasuprot Euro zoni može se ocijeniti činjenicom da administrativna regulisanja ovih djelatnosti nijesu dala pozitivan efekat. Sa druge strane, to se takođe može objasniti činjenicom da ove firme posluju ispod nivoa profita, cijene se nalaze ispod nivoa pokrivača troškova i odluka da se održe na tom nivou je isključivo politička.

Sa druge strane, postoje brojne usluge koje su zabilježile glavni rast regulisanja. Najznačajnije, takva regulisanja su postojala u slučaju poštanskih i telekomunikacionih usluga gdje su razlog bile kombinovane administrativne i monopolske odluke. Ostali primjeri uključuju *usluge vodosnadbijevanja* (rast u 2003. godini i relativna stabilnost od tada) i *rekreativnih i kulturnih usluga*.

Promjene u cijenama visoko razmjenljive kategorije *audio-vizuelne opreme, fotografske opreme i opreme za obradu informacija* predstavljaju još jednu očiglednost za nesavršenosti crnogorskog tržišta uz prethodno navedene *obuču i odjeću*. Kategorija u kojoj je 100% domaće prodaje uvezeno bilježila je postojano veće stope inflacije nego u Euro zoni, što je rezultiralo indeksom relativnih cijena od 134 u septembru 2006. godine. Vrijedno pažnje je napomenuti da usljed povećanih pritisaka konkurencije od uvoza iz Azije, ova kategorija je bilježila značajan nominalni pad u cijenama (deflaciju) svake godine od 2000. godine u intenzitetu od 6-8% na godišnjem nivou. Sa druge strane, cijene

u Crnoj Gori, nakon padanja u 2003. godini za 4%, manje-više su stabilne. Rezultat je bio značajno povećanje u indeksu relativnih cijena u svakih od pet godina uzorka.

Povećanje relativnih cijena je takođe zabilježeno za *štampu, knjige i nepokretnosti*, dok su cijene beznačajno pale u sektorima *namještaja i kućne opreme* kao i *proizvoda za ličnu higijenu i farmaceutskih proizvoda*.

Značajna razlika postoji kod cijena goriva između Crne Gore i EU. Dok je u 2003. i 2004. godini inflacija u Crnoj Gori bila niža, u 2005. i 2006. godini ona je bila znatno viša nego u Euro zoni. Ukupan efekat za cio period 2003-2006. godine se reflektovao velikim indeksom relativnih cijena od 110 u septembru 2006. godine pokazujući da su cijene mnogo brže rastle u Crnoj Gori nego u Euro zoni. Glavni distributeri naftnih proizvoda u Crnoj Gori su privatne kompanije, koje reaguju na fluktuacije na međunarodnom tržištu i regulišu njihove cijene u ovim tokovima. Cjenovna razlika se možda može objasniti rastom prihoda po osnovu akciza na gorivo u Crnoj Gori i ostalim nepovoljnim fiskalnim regulacijama u ovoj oblasti.

Razlike u tempu rasta cijena među pojedinim grupama proizvoda sasvim su evidentne. Razumljivo je da su cijene usluga koje se »proizvode« i konzumiraju na domaćem tržištu porasle i da se inflacija istih razlikuje u odnosu na Euro zonu, jer su na neki način zaštićene od pritiska ino-kunkurencije i rezultat su kombinacije administrativnih odluka i tržišta (struja, voda, cijena telefonskog impulsa). Međutim, kako su potrošači uvožno zavisni u Crnoj Gori kad su u pitanju mnogi proizvodi, euro kao zvanična valuta i stabilni carinski sistem trebalo bi da rast cijena ovih proizvoda održavaju na nivou inflacije u euro zoni. Ipak, komparacija pokazuje ogromne razlike u stopama inflacije u Crnoj Gori i Euro zoni. Ovo dokazuje da uzroke inflaciji treba tražiti u preispitivanju efikasnosti crnogorskog tržišta proizvoda i usluga. Da li uvoznici ubiraju monopolističke rente? Da li su marže previsoke? Da li postoje necarinske barijere?

Navedena analiza ukazuje da su odgovori na postavljena pitanja potvrdni, što ukazuje na to da suštinski problem trenutne inflacije u Crnoj Gori je u mogućem djelovanju kartelskih struktura, za šta su suša i podbačaj poljoprivrednog roda mogu biti samo dobar povod. Period od juna 2007. godine karakterističan je po stalnim najavama poskupljenja usled posljedica suše što je uticalo na nesigurnost javnosti i možda neopravdana inflatorna očekivanja. Očigledno navonastalu situaciju iskoristili su maloprodavci da cijene povećaju, što je završilo višim nivoom cijena mnogih neprehrambenih proizvoda. Izgleda da mogućnosti primjene ovakvih rješenja ukazuje na postojanje jakih prepreka ulasku na tržište u oblasti trgovine i uvoza. Problem inflacije u Crnoj Gori najvjerovatnije posljedica toga što crnogorskom tržištu nedostaje odgovarajuća konkurencija što olakšava uvoznicima i trgovcima da lako povećavaju cijene svojih proizvoda.

Zaključak:

Ovaj kratak rad je pokušaj da se otkrije struktura inflacije u Crnoj Gori u poređenju sa promjenama inflacije u Euro zoni. Osnovna zaključci su sledeći:

- Inflacija u Crnoj Gori je bila u prosjeku veća od inflacije u Euro zoni u 2003. i 2007. godini, a veoma blizu njoj u periodu 2004-2005.
- Usluge su zabilježile najveći rast relativnih cijena, među njima poštanske i telekomunikacione usluge, kao i određene usluge vezane za stanovanje.
- Industrijski proizvodi i hrana su imali umjeren rast relativnih cijena, dok su relativne cijene duvanskih proizvoda i alkohola naglo promjenile usljed stabilnosti cijena crnogorskih cijena duvana praćenim jakim povećanjem u Euro zoni.
- Suprotno očekivanjima, relativne cijene nekih usluga generisanih od strane nekih ključnih mrežnih industrija, kao što su snabdijevanje električnom strujom i vodom, su padale što može ukazati na nedostatak potrebnih reformi i investicija u ovim sektorima.
- Donekle iznenađujuće, mnoge kategorije potrošnih dobara za koje je dominantan uvoz, kao što su odjeća i obuća i elektronika pokazuju postojan rast u relativnim cijenama. Ovo može ukazati na ozbiljne nedostatke na crnogorskom tržištu potrošnih dobara, pošto je uvoznicima i dobavljačima dozvoljeno da na svaki način povećaju bruto profit.

Iz ovog proizlazi da Crna Gora, svojim ekonomskim sistemom ipak može uticati na inflaciju i da jedini opravdan i dugoročan metod suzbijanja inflacije u dolarizovanim ekonomija, kakva je crnogorska je uklanjanje svih barijera ulasku i podrška privatnog preduzetništva. Uporedo sa antimonopolskim zakonodavstvom, čiju bi primjenu štutila odgovarajuća anti-monopolska agencija inflacija u Crnoj Gori ne bi predstavljala prijetnju u budućem periodu.

Literatura:

1. Ari Aisen (2007): *«Da li politička nestabilnost vodi ka višoj i promjenljivoj inflaciji? Analiza pamel podataka»*, Panoeconomicus
2. Centralna banka Crne Gore (2004): *«Ekonomska politika u dolarizovanim ekonomijama sa posebnim osvrtom na Crnu Goru»*, Radna studija, Podgorica
3. Fridman Milton (1973): *«Teorija novca i monetarna politika»*, Rad, Beograd
4. Frederic S. Mishkin (2006): *«Monetarna ekonomija, bankarstvo i finansijska tržišta»*, Data Status, Beograd
5. Institut za strateške studije i prognoze (2005): *«Makroekonomski model Crne Gore»*, ISSP, Podgorica
6. Institut za strateške studije i prognoze (2001-2006): *«MONET»*, ISSP, Podgorica
7. Vukotić Veselin (2001): *«Makroekonomski računi i modeli»*, CID, Podgorica
8. Vukotić Veselin (2005): *«Konceptijske osnove novog ekonomskog sistema»*, ISSP, Podgorica

9. Wozniak Przemyslaw (2004): »Zagonetka inflacije u Crnoj Gori«, MONET 16, ISSP
10. Wozniak Przemyslaw, Blaszkiewicz Monika, Kowalski Przemyslaw and Lukasz Rawdanowicz (2004): »The Harrod-Balassa-Samuelson Effect in Selected Countries of Central and Eastern Europe«, CASE Report no. 57, Center for Social and Economic Research
11. www.monstat.cg.yu
12. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Ivana Vojinović*

Javno privatno partnerstvo – put ka ekonomskoj efikasnosti

Abstarct

Public – private partnership (PPP) is based on the recognition of benefits that both public and private sector achieve in joining financial resources, knowledge and technical expertise all with the view of improving the basic services for all citizens. Why PPP is considered to be efficient? The use of private capital that lies in the heart of PPP implies existence of financial risk and accountability. And exactly those are the elements that along with the lack of sufficient budgetary funds traditionally jeopardized efficient distribution of public services and postponed economic growth and development. However, regardless the ongoing use of PPP in all the areas where public services are provided, public works are present or public good is used, it does not represent the prescription for all the problems caused by the lack of financial sources in the state budget. PPP requires time consuming and very often expensive preparation and making of deals between partners and in fact its application without market competition is a prescription for failure. Bearing in mind that PPP is suitable model of financing at the first place in states with the limited financial sources, this paper points out to the benefits Montenegro could attain with the application of this concept in the light of the numerous investment challenges our state will be faced with in the near future.

Key words: *Public-Private Partnership (PPP), BOT, PFI, project financing*

Uvod

Istorijski posmatrano, države su te koje su finansirale projekte u oblasti infrastrukture. Nedostatak budžetskih sredstava i rastuće razočarenje sa performansama države u pružanju infrastrukturnih usluga, kao i povećana tražnja za njima, uticali su na to da se veliki broj država okrene ka postepenom uključivanju privatnog sektora u obezbjeđivanje usluga javne infrastrukture (telekomunikacije, energetika, transport, vodosnabdijevanje, i sl.) u vidu pružanja finansijskih sredstava, inovacija i tehničke ekspertize. „Trendseteri” u ovoj oblasti bili su: Čile, Velika Britanija i Novi Zeland. Trend je naročito naglašen danas u EU i državama regiona, s obzirom da infrastruktura, tj. usluge javnog sektora često ne prate povećanje standarda države. Stoga se posljednjih godina sve češće primjenjuje model finansiranja i ugovaranja javne infrastrukture pod nazivom *javno privatno partnerstvo (public private partnership - PPP)*.

Javno – privatno partnerstvo (PPP) je zasnovano na prepoznavanju koristi koje javni i privatni sektor ostvaruju ujedinjavanjem finansijskih sredstava, znanja i ekspertize, sve sa

* Insitut za strateške studije i projekcije, Podgorica

ciljem poboljšanja osnovnih usluga za sve građane. Zašto se smatra da je *PPP* efikasno? Korišćenje privatnog kapitala koje se nalazi u srcu *PPP* implicira postojanje finansijskog rizika i odgovornosti. Upravo su to elementi koji, zajedno sa nedostatkom dovoljnog iznosa budžetskih sredstava, ugrožavaju efikasnu distribuciju javnih usluga i odlažu ekonomski rast i razvoj. Pozitivno iskustvo velikog broja razvijenih država sa *PPP* podržava i činjenica da se ovaj model često koristi čak i kada država nema problema sa samostalnim obezbjeđivanjem izvora finansiranja. Imajući u vidu da je *PPP* pogodan model finansiranja na prvom mjestu u državama sa limitiranim izvorima finansiranja, ovaj rad ukazuje na koristi koje Crna Gora može ostvariti primjenom *PPP* u svjetlu brojnih investicionih izazova sa kojima će se naša država suočiti u bliskoj budućnosti.

Pojam i karakteristike javno privatnog partnerstva (PPP)

PPP predstavlja različite aranžmane između «privatnog i javnog sektora usmjerene ka stvaranju javnog dobra ili pružanju javne usluge, a koji su izgrađeni na ekspertizi svakog od partnera i podrazumijevaju adekvatnu alokaciju sredstava, rizika i nagrada». Definišuća karakteristika *PPP* je integracija u okviru privatnog sektora svih ili nekih od sledećih funkcija: projektovanje, izgradnja, finansiranje, upravljanje i održavanje građevine.

PPP nije, međutim, jedinstveno definisano na nivou EU. Osnovni dokument EU koji služi kao smjernica za primjenu ovog modela je *Zelena knjiga o PPP (Green Paper on PPP)*. Prema *Zelenoj knjizi*, *PPP* se odnosi na oblike kooperacije između javnog sektora i poslovnog svijeta sa ciljem da se osigura finansiranje, izgradnja, renoviranje, upravljanje ili održavanje neke infrastrukture ili pružanje usluga. Prema opisu *PPP* iz *Zelene knjige*, bez definicije toga pojma, za *PPP* su karakteristični sljedeći temeljni elementi:

- dugo trajanje odnosa između partnera (ugovor se sklapa na rok od 25-30 godina) kojeg prati kompleksna finansijska i pravna konstrukcija;
- način finansiranja koji se uglavnom oslanja na privatna sredstva, ali gdje ni državna sredstva nisu isključena;
- javni partner definiše ciljeve gradnje sa aspekta javnog interesa i daje zahtjeve za standardima izgradnje, održavanja i kvaliteta usluga, politike, cijena i praćenja zadovoljenja tih ciljeva;
- javni partner plaća naknadu privatnom partneru za izgradnju i vođenje izgrađene građevine i preuzima obavezu da će izgrađenu građevinu koristiti za ugovorenu namjenu, pri čemu zadržava krajnju odgovornost za isporuku usluga krajnjim korisnicima, iako njih obezbjeđuje privatni sektor;

Iako se *PPP* najčešće primjenjuje kod infrastrukturnih projekata¹, trend se pomijera ka: komunalnim djelatnostima, zdravstvu, socijalnim uslugama, ili čak upravljanju

¹ Kada je riječ o infrastrukturnim projektima, empirijska istraživanja sprovedena uglavnom u Velikoj Britaniji i SAD-u ukazuju na to da je privatni sektor zaista sposoban da jeftinije izgradi infrastrukturu u odnosu na javni sektor. Uštede iznose 15-30% (vidjeti: *Wright i Viscusi*).

kapacitetima. Stoga se danas *PPP* koristi u svim područjima gdje se pruža javna usluga, izvode javni radovi ili koristi javno dobro. Iako u državama EU, u kojima se već duži niz godina primjenjuje *PPP*, postoje evidencije o prednostima ovog načina ugovaranja i nabavke javne infrastrukture u pogledu povećanja kvaliteta građevine, smanjenja ukupnih životnih troškova izgradnje², rasterećenje tekućeg zaduživanja države kao investitora još je uvijek glavni ekonomski razlog primjene *PPP* modela. Ugovorom o *PPP* obično se predviđa da privatni partner osnuje *preduzeće posebne namjene (SPV– Special Purpose Vehicle)* koje će biti neposredni izvršilac i preuzeti obavezu izgradnje i pribavljanja finansijskih sredstava za izgradnju građevine. Ono što je posebno bitno jeste to da *PPP* mijenjaju ulogu države koja, od jedinog subjekta i „*proizvođača*”, postaje regulator i nadzornik³.

Sa *PPP* se, prije svega, ostvaruje pristup privatnom kapitalu, čime država ostvaruje uštede i javne finansije se popravljaju. Empirijsko iskustvo ukazuje na to da su uspješna i efikasna samo ona partnerstva u kojima partneri dijele iste ciljeve koji se tiču kvaliteta, efikasnosti i odgovornosti u izgradnji javnih dobara i pružanju javnih usluga, tako da ugovorom države i privatnog sektora dobijaju svi: privatnik - profit, građani - bolju i jeftiniju uslugu, a država - uštedu sredstava. Međutim, potrebna je opreznost jer *PPP* nije recept za sve probleme koji su posljedica nedostatka sredstava u budžetu. Primjena *PPP* bez tržišnog takmičenja je recept za neuspjeh.

Prednosti PPP

Kako je evidentno da danas ni država, a ni privatni sektor nemaju dovoljno finansijskih sredstava za samostalnu izgradnju infrastrukture ili preuzimanje rizika za to, *PPP* se nalazi u srcu pokušaja države da podstakne investicije u infrastrukturu. *PPP* mogu da pruže širok spektar koristi, i to:

1) Transfer rizika

PPP se u načelu svodi na alokaciju rizika kako bi se znatno smanjio rizik neuspjeha projekta. Rizici se raspodjeljuju na onog partnera koji najbolje može upravljati određenim rizikom i najbolji ponuđač u takmičenjima za *PPP* biće onaj koji ponudi najmanju cijenu za upravljanje rizicima, tj. za preuzimanjem obaveza i odgovornosti vezanih za konkretne rizike. Identifikovane su dvije vrste rizika:

² Kako država nije indiferentna na kvalitet koji se pruža, pogrešno je bilo koje zagovaranje teze da uključivanje privatnog sektora u proces isporuke javnih usluga rezultira u smanjenju kvaliteta, ili da dolazi do rasta cijena kako bi partner iz privatnog sektora mogao ostvariti dobit.

³ Temeljne ugovorne strane su javni i privatni partner. Zavisno od veličine projekta, kao ugovorne strane mogu se pojaviti i konzorcijumi ponuđača, podugovarača i izvršilaca ugovora koji mogu biti ili podizvođači ili izvršioci održavanja. Iako matično društvo, koje je osnovalo *SPV*, nije ugovorna strana sa državom, od njega se može tražiti da za izvršioca izda garanciju za dobro izvršenje posla.

Projektne rizici (primarno su alocirani na privatnog partnera)

Ovdje spadaju: *rizik razvoja projekta* (rizik pripreme projekta, rizik neuspjeha na licitaciji, rizik neuspjeha pregovora o zaključenju koncesije i sl.), *rizik izgradnje* (rizik neblagovremene ili prekida gradnje, prekoračenje zadatog budžeta, kao i neuspjeh da se zadovolje zahtjevi projektovanja i izgradnje), *rizik poslovanja* (rizik tražnje za *output*-om projekta⁴, rizik nabavke *input*-a u potrebnoj količini i kvalitetu), *tehnološki rizik* (ako korišćena tehnologija nije u skladu sa očekivanjima, finansijer će zahtijevati od privatnog partnera garancije i odgovornost za štetu prouzrokovanu upotrebom tehnologije, kao i garanciju od skrivenih nedostataka), *operativni rizik* (rizik upravljanja i dnevnog održavanja imovine, uključujući i troškove održavanja) i *rizik ostvarenja prihoda/raspoloživosti* (rizik pružanja usluga ispod propisanih standarda ili onih specificiranih ugovorom («*loše performanse*»), pa naknada koju SPV-u plaća država postaje rizična i smanjuje se zbog propusta u pružanju dogovorenog kvaliteta usluge).

Neprojektne rizici (preuzima ih javni partner)

Grupu neprojektne rizika čine: *makroekonomski rizik* (rizik inflacije, promjene kursa, i kamatnih stopa i sl.) i *politički rizik* (rizik promjene zakona, poreskog sistema, Vlade, izbijanje konflikta ili rata).

Takođe, postoji i *rizik više sile* (*Force Majeure Risk*) koji se nalazi izvan kontrole partnera na projektu (n.pr prirodne katastrofe i sl.), te ih stoga ne može snositi ni jedna ugovorna strana. Ovaj rizik se uglavnom dogovara.

2) Veća vrijednost za novac („value for money“), niži ukupni troškovi projekta („whole life cycle costs“), kao i vrijeme u implementaciji projekta

PPP projekti pružaju veću vrijednost za novac i efikasniji su u poređenju sa sličnim projektima kod tradicionalnog načina izvođenja javnih radova. Dozvolom privatnom partneru da projektuje, gradi i upravlja imovinom za vrijeme čitavog vijeka trajanja projekta postižu se sinergijski efekti, jer privatni partner kroz jedinstvena projektna rješenja štedi na ukupnim troškovima projekta i postiže ekonomiju obima (*economy of scale*), za razliku od tradicionalne metode pružanja javnih usluga, gdje se kompleksni projekti dijele na odvojene komponente zbog budžetskih limita. Alternativno, PPP nudi veći kvalitet uz iste troškove. Ukupni troškovi projekta (*Whole Life Costs*) porede se sa „*uporedivim troškovima javnog sektora*“ koji predstavljaju troškove, koji bi postojali za isti projekat u slučaju da se finansira na tradicionalan način i dobija se *PSC* (*Public Sector*

⁴ Promjena tražnje se ne može direktno povezati sa nedostatkom kvaliteta usluge koju pruža partner. Ona može da proizide i iz drugih faktora (poslovni ciklus, novi trendovi na tržištu, promjena želja krajnjih korisnika ili tehnološka zastarjelost). To je dio uobičajenog ekonomskog rizika koji snosi privatna strana u tržišnoj ekonomiji.

Comparator)⁵. Zahvaljujući integrisanom pristupu, planiranje i projektovanje uzimaju manje vremena i čitav projekat može da bude završen brzo, na vrijeme i unutar budžeta, što predstavlja rijetkost kod tradicionalnog načina ustupanja javnih radova.

3) Održavanje imovine

Kod *PPP*, privatni sektor je odgovoran za održavanje imovine za ukupno vrijeme trajanja projekta, što osigurava njeno adekvatno održavanje tokom koncesijskog perioda, kao i vraćanje javnom sektoru u primjerenom stanju nakon isteka koncesije. To znači da ovi ugovori zahtijevaju od privatnog partnera preuzimanje dugoročne odgovornosti i rizika za upravljanje imovinom, kako bi se realizovale sve koristi koje proizlaze iz koncepta dugoročnog upravljanja imovinom. Iako je privatni sektor odgovoran za projektovanje, izgradnju, finansiranje i upravljanje određenom imovinom ili uslugom, krajnja kontrola ostaje u rukama javnog sektora.

4) Inovativnost i stručnost privatnog partnera

Cilj ovih partnerstava je da država upotrijebi upravljačke vještine, iskustvo, inovativnost, tehnologiju i *know-how* privatnog sektora. To dovodi do povećanja efikasnosti, kvaliteta i unapređenja projektovanja, građenja i upravljanja imovinom i uslugama. *PPP* u svojoj temeljnoj ideji nosi i bržu integraciju novih tehnologija, što proizlazi iz činjenice da je privatni sektor skloniji da upotrijebi novitete u odnosu na javni sektor. S obzirom da je *PPP* više zainteresovan za željene rezultate nego za način na koji će oni biti postignuti, u mogućnosti je da razvije unikatan i kreativan pristup u isporuci zahtijevanog projekta.

5) Veći broj infrastrukturnih projekata i usluga

PPP pruža javnom partneru mogućnost izgradnje infrastrukturnih objekata i pružanja usluga uz minimalna javna ulaganja i kapitalne izdatke.

6) Konkurencija

PPP privlači veće, potencijalno sofisticiranije ponuđače za projekat i promoviše konkurenciju među pružaocima dobara i usluga, te osigurava njihovu inovativnost i efikasno upravljanje troškovima. Time se povećava i opšta efikasnost privatnog sektora, što za posljedicu ima popravljavanje kvaliteta javnih servisa.

⁵ Ovo je ključni faktor koji determiniše krajnju odluku o ulasku u partnerstvo i ukoliko on pokaže prednosti *PPP* modela nad tradicionalnim metodom, počinje postupak takmičenja. Nakon takmičenja potrebno je ponovno sprovesti analizu i utvrditi je li u pregovorima došlo do promjena, kao i uporediti ponudu sa predviđanjima iznesenim u navedenoj analizi. Tek ako ova analiza pokaže prednosti *PPP* modela, počinje postupak ugovaranja i realizacije *PPP* projekta.

Modeli PPP

Uglavnom kada se pominje model *PPP*, misli se na realizaciju *isključivo ugovornih oblika PPP* s obzirom na to da su oni najprikladniji za projekte izgradnje javne infrastrukture. Naime, njima je privatnom partneru data obaveza održavanja i upravljanja građevinom, čime se zahtijeva i optimizacija troškova održavanja i upravljanja. Kako time održavanje građevine i troškovi njenog održavanja postaju posebno važni, javlja se potreba kvalitetnog planiranja aktivnosti planskog preventivnog, inspekcijuskog i reaktivnog održavanja i svih aktivnosti zamjene istrošenih građevinskih elemenata i materijala nakon isteka njihovog fizičkog vijeka trajanja. Ugovorom se definišu krajnje performanse javnih građevina kao izlazne, umjesto ulaznih zahtjeva i specifikacija pri tradicionalnom načinu ugovaranja projektovanja i izgradnje javne infrastrukture. Dva najfrekventnije ugovorna oblika *PPP* su: 1) *koncesija* (koncesionar naplaćuje pružanje usluge od korisnika, a ukoliko finansira i gradi objekat onda je u pitanju *BOT* model (*Build, Operate, Transfer*)) i *PFI* (*Private Financing Initiative*) (privatni operator naplaćuje svoje usluge od javnog sektora, korisnika objekta)⁶.

BOT (Build, Operate, Transfer)

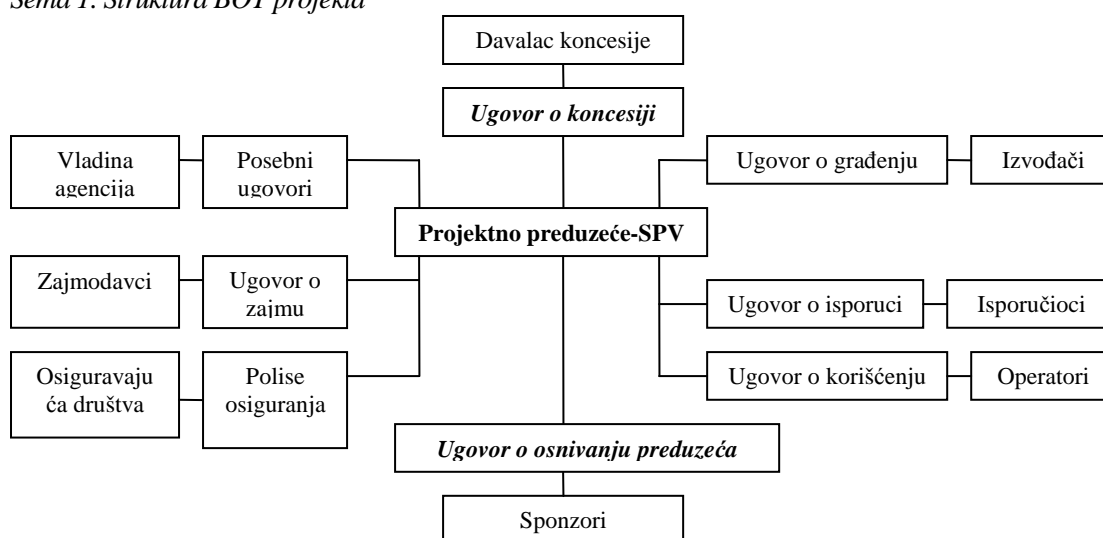
70-ih i 80-ih god. XX vijeka, učešće privatnog sektora u projektima javne infrastrukture *BOT* modelom počinje sve češće da se koristi u azijskim državama. Tada je izgrađen prvi tunel u Hong Kongu (*Cross-Harbour Tunnel*) shodno ovom aranžmanu. Od tada do danas, *BOT* je postao *PPP* model koji se najčešće primjenjuje. U pitanju je «*koncesijski model*» gdje privatni partner kao pružalac usluge projektuje i gradi infrastrukturu, upravlja njome (pod kontrolom države) i potom je transferiše državi kada se operativni ugovor završi, ili u neko unaprijed utvrđeno vrijeme. Vlasništvo nad sredstvima može biti privatno ili javno, u zavisnosti od toga kako je specificirano u ugovoru. Kredite za finansiranje izgradnje uzima privatni sektor (koncesionar) i za to ne dobija garanciju od države. Osnovu za sevisiranje kredita predstavljaju prihodi projekta, dok je osnovni oblik osiguranja za kredite ugovoreni udio koncesionara u prihodu projekta. Svoj ulog i troškove koncesionar pokriva naplatom usluga od korisnika na osnovu koncesije. Naknada za pružanje usluge, iako su je platili krajnji korisnici, može biti subvencionisana ili na neki drugi način pomognuta od strane države. Postoji više *BOT* pojava oblika, i to: *BOOT* (*Build, Own, Operate, Transfer*), *DBFO* (*Design, Build, Finance, Operate*), *BRT*

⁶ Modeli *PPP* mogu obuhvatati i: *Ugovor o uslugama*, *Ugovor o upravljanju* (tzv. *outsourcing* usluge, tj. *Ugovori* u kojima privatni sektor preuzima pružanje određene usluge u ime javnog sektora ili za njega), *Ugovor o najmu*, i sl. Pored čisto ugovornih odnosa, postoji i tzv. *institucionalna saradnja javnog i privatnog sektora* u okviru zajedničke institucije (*Joint Venture*) radi realizacije javnog projekta ili pružanja javnih usluga. Ulozi, odgovornosti, obaveze, podjela rizika i upravljanje takvom institucijom rezultat su ugovora privatnog i javnog partnera. *Institucionalni PPP* može biti uspostavljen osnivanjem nove institucije od strane javnog i privatnog sektora koji je zajednički vode ili preuzimanjem udjela i kontrole postojeće javne institucije od strane privatnog partnera u određenom odnosu.

(Build, Rent, Transfer), DCMF (Design, Construct, Manage, Finance), BBO (Buy, Build, Operate), BT (Build, Transfer), BOO (Build, Own, Operate).

Faze *BOT* projektnog ciklusa su sledeće: 1) *identifikacija projekta* (izbor projekta, preliminarna feasibility studija, imenovanje projektnog tima, odluka Vlade o obliku finansiranja), 2) *priprema za licitaciju za izbor najboljeg ponuđača* (država donosi odluku o proceduri za izbor najboljeg ponuđača, vrši predkvalifikacije, priprema tendersku dokumentaciju uključujući nacrt *Ugovora o koncesiji*, utvrđuje kriterijume za ocjenu ponude; sa druge strane, sponzori projekta formiraju konzorcijum, izrađuju feasibility studiju, vode razgovore sa potencijalnim kreditorima i prave predlog ponude), 3) *procedura za izbor najboljeg ponuđača* (ocjena ponude, utvrđivanje kriterijuma za izbor – cijena i sl, odabir najboljeg ponuđača), 4) *priprema za realizaciju projekta* (osnivanje projektnog preduzeća, oblikovanje i usklađivanje strukture ugovora (koncesijski ugovor, ugovor o zakupu/prodaji, ugovor o inputu/outputu, ugovor o izgradnji i sl, oblikovanje i definisanje finansijske strukture), 5) *realizacija projekta* (izgradnja objekta, montaža opreme, testiranje, preuzimanje), 6) *upravljanje objektom u periodu koncesije* (na osnovu *Ugovora o koncesiji* i *Ugovora o upravljanju*, kontrola), 7) *prenos vlasništva objekta na državu* (nakon isteka perioda koncesije, uslovi prenosa su unaprijed određeni).

Šema 1. Struktura *BOT* projekta



Izvor: Skendrović V: *Karakteristike JPP projekata*

Projektno društvo sklapa ugovore za sprovođenje *BOT* projekta i brine se o ostvarenju ciljeva sponzora. U ugovorima se specificiraju outputi usluga koje javni partner očekuje od privatnog partnera, a ne oblik kapitalne imovine ili način na koji će se usluga izvršiti. U čitavom procesu okosnicu čini *Ugovor o koncesiji* između projektnog društva i države, i

on predstavlja najvažniji ugovor u *BOT* projektu, jer određuje prava i obveze ugovornih strana, kao i status projekta⁷.

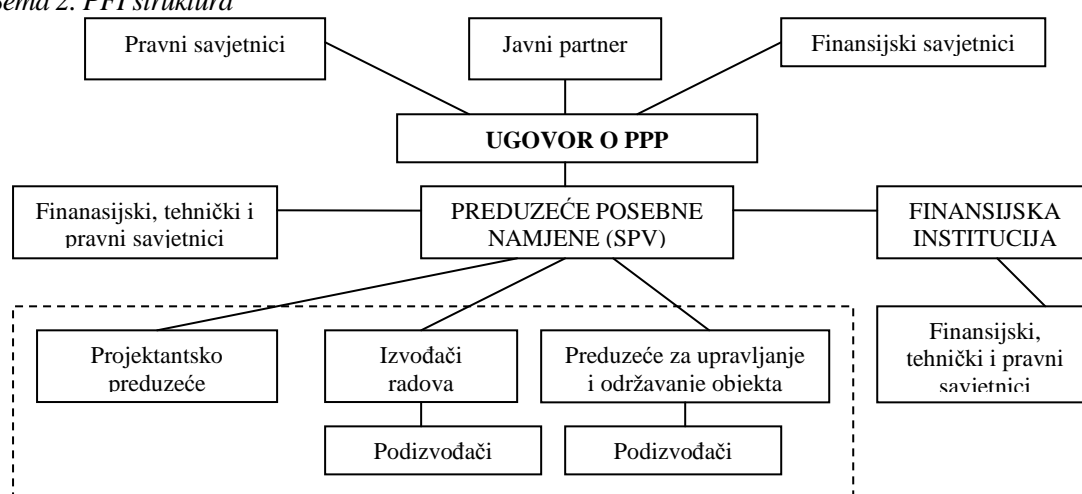
Uloga države pri koncipiranju i realizaciji projekta sastoji se u eksplicitnoj politici Vlade kojom ona izražava svoju nedvosmislenu privrženost uključivanju privatnog sektora u privrednu infrastrukturu. Država je zadužena za koncipiranje pravnog okvira koji treba jasno da odredi uslove rada za *BOT* projekte, kao i administrativnog okvira za efikasnu realizaciju *BOT* projekata, uključujući i konačno definisanje instrumenata za unapređenje *BOT* modela. Osnovna logika jeste ta da iako država prenosi znatan dio rizika na privatni sektor, ipak je njena uloga još uvijek od ključnog značaja za uspjeh projekta.

PFI (*Private Finance Initiative*)

Drugi karakterističan model čisto ugovornog oblika *PPP* je *Privatna finansijska inicijativa (Private Finance Initiative (PFI))* koja je uvedena 1992. god. u Velikoj Britaniji kao oblik *PPP*, iz sljedećih razloga:

- Projekti koje je pribavljala Vlada obično su kasnili sa rokovima završetka radova i prekoračivali zadate budžete.
- Zbog strogih odredbi o zaduživanju javnog sektora i stalnog pritiska na smanjenje zaduživanja zbog odredbi kriterijuma iz *Maastricht*-a, Vlada je tražila nove mogućnosti finansiranja da bi zadovoljila rastuće investicione potrebe u oblasti infrastrukture i pružanja javnih usluga.

Šema 2. *PFI* struktura



Izvor: Skendrović V: *Karakteristike JPP projekata*

⁷ Pored *Ugovora o koncesiji*, javlja se i niz drugih ugovora, kao što su: *Ugovori o konsultantskim uslugama*, preliminarni dogovor među sponzorima projekta o uspostavljanju konzorcijuma, *Ugovor o osnivanju projektne firme*, *Ugovor o kupovini inputa*, *Ugovor o izgradnji objekta*, *Ugovor o nabavci opreme*, *Ugovor o upravljanju i održavanju*, *Ugovor o osiguranju*, *Ugovor o finansiranju*, i sl.

Ovaj model se razlikuje od klasičnih koncesijskih modela jer privatni partner, kroz *SPV*, finansira, projektuje, gradi, održava i upravlja javnom građevinom za potrebe javnog sektora, te svoju uslugu naplaćuje od javnog sektora, kojem daje na korišćenje izgrađene kapacitete bez direktne veze sa krajnjim korisnicima.

Javni sektor će izgrađenu građevinu uzeti u najam od momenta preuzimanja i izdavanja dozvole za upotrebu, redovno plaćati najamninu za njeno korišćenje i to za period koji je predviđen ugovorom. Preduzetnik će sa svoje strane redovno plaćati mjesečnu naknadu za korišćenje zemljišta u iznosu predviđenu ugovorom. Projektno preduzeće je nosilac svih prava i obaveza u vezi sa projektom i njegovim finansiranjem (koriste se vlastita sredstva, tj. garancije za izgradnju građevine, koja je predmet ugovora, bez učešća države) i ono je pravno izolovani entitet.

Projektno finansiranje

Projektno finansiranje (project finance) je specifičan oblik finansiranja koji se često koristi u kapitalno intenzivnim djelatnostima, posebno u finansiranju infrastrukture. Kako privatni partner redovno ne može sam finansirati izgradnju neke građevine podrazumijeva se učešća neke banke ili grupe banaka. Finansiranje se temelji na projekcijama tokova novca (*cash flow*) koje generiše projekat, a ne na uobičajenim kriterijumima rejtinga korisnika kredita (npr. stanje u bilansima i sl.). Dakle, razvoj projekta se pretežno finansira kreditom čija se otplata očekuje od prihoda koje će projekat ostvariti, dok se imovina projekta koristi za osiguranje otplate⁸. Drugim riječima, u pitanju je finansiranje izgradnje građevine koje se ne oslanja na klasičan način plaćanja naručioca (investitora), već se oslanja na samu građevinu koja se gradi, na njene potencijale samostalnog postojanja na tržištu i ostvarenja potrebne zarade za otplatu kredita. Projektno finansiranje ima obilježje veoma kompleksnih, dugih, sporih, finansijski i pravno zahtjevnih projekata (često sa međunarodnom dimenzijom) koje prati niz rizika i relativno visokih troškova. Ono je zasnovano na "samostalnom" projektu i karakteriše ga visok odnos duga prema kapitalu.

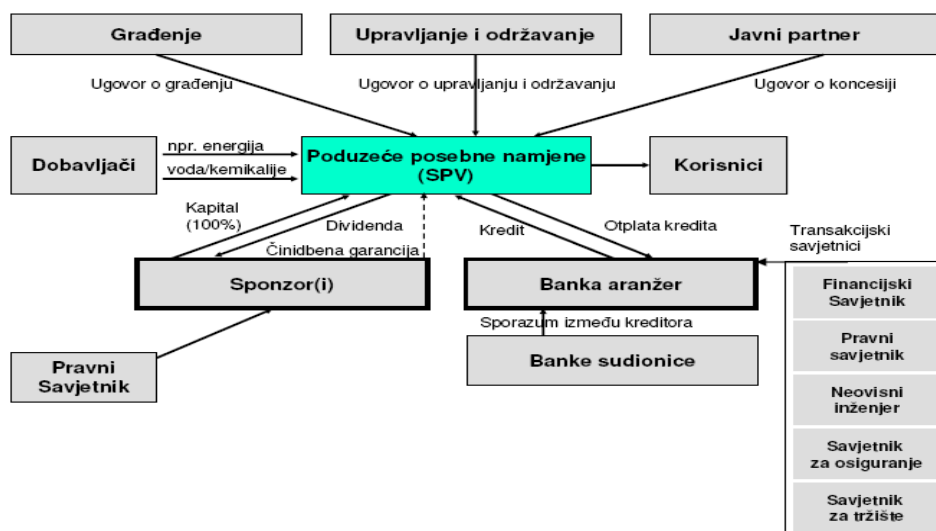
Finansiranje mora osigurati privatni partner bez garancije javnog sektora. U pitanju je složena struktura kapitala koja u određenoj mjeri disperzije rizik između naručioca, izvođača i finansijera. Vrste kapitala iz kojih se finansiraju *PPP* projekti su: 1) *ulagački/vlasnički kapital (equity)*, 2) *kredit (debt)*, 3) tzv. *srednji kapital (mezzanine capital)*- razne vrste osiguranih i neosiguranih i sekundarnih kredita, 4) *sačuvani kapital (stand by capital, reserve)* koji omogućava finansiranje ako izgradnja zapadne u teškoće koje nameću potrebu za dodatnim sredstvima. Obično struktura kapitala *PPP* projekta sadrži sve četiri vrste kapitala, od kojih svaka ima određenu ulogu i vezana je sa rizikom određenih karakteristika. "Optimalni" odnos različitih vrsta kapitala za projekat, kao i izvori finansiranja zavise od brojnih faktora uključujući projekat, nivo razvoja, pristup

⁸ Pored klasičnih bankarskih kredita, mogu se javiti i sledeći izvori finansiranja: emisija akcija i obveznica na domaćim ili međunarodnim tržištima kapitala, izvozne kreditne agencije kao izvor kredita, osiguravajuća društva, penzijski fondovi, bilateralne i multilateralne finansijske institucije kao izvori vlasničkog kapitala i sl.

finansijskim tržištima, kao i sopstvenu korporativnu finansijsku strategiju sponzora projekta. Kreditori svoj odnos osiguravaju kroz projektne ugovore, a ne fizičku imovinu. Kako je vrijeme trajanja projekta ograničeno, u tom vremenu se dug mora u cijelosti oplatiti.

Jako je bitno poznavati načela projektnog finansiranja budući da se tim putem može postići najpovoljnija struktura kapitala potrebnog za neku izgradnju. Kod takvog slaganja finansijske konstrukcije najvažniju ulogu imaju one banke koje su spremne dati kredite i stoga ih je važno uključiti u pripremu finansiranja od samog početka⁹. Iako banke nisu direktno ugovorne strane pri sklapanju ugovora o PPP, ipak su neposredno vezane za izvršenje ugovora. Kako banke SPV-u kao izvršiocu odobravaju kredit, one preuzimaju rizik dugotrajne otplate. Povrh toga, od njih se očekuje i da daju garancije (ponudbena i za dobro izvršenje posla), a to znači i da će biti izložene riziku naplate kroz period građenja i izvršavanja ugovora. Banke su dakle izložene velikim rizicima. Nakon završetka projekta banke nemaju pravo regresa/potraživanja (*non-recourse financing*) ili imaju ograničeni regres prema sponzorima projekta (*limited-recourse-financing*).

Šema 3. Tipična struktura projektnog finansiranja



Izvor: Enhancing SME Performance – a DAI-Nathan Joint Venture

⁹ Za sada je primijećeno da se u PPP aranžmanima matična preduzeća ne obraćaju bankama na samom početku pregovora, već da pregovorima sa bankama pristupaju kao da se radi o dobijanju običnog kratkoročnog kredita. Dakle, bankama se obraćaju kada temeljna pitanja već dogovore sa državom. Međutim, angažovanje banaka od samog početka pregovora veoma je važno, jer banke svojim znanjem mogu doprinijeti da se finansijski paket strukturira tako da okuplja nekoliko vrsta kapitala. Time se olakšava stvaranje strukture finansiranja koja će pružiti najviše sigurnosti za pravovremenu otplatu kredita. Ispravno strukturiranje kapitala kod ovako dugotrajnih ugovora može smanjiti potrebu za kreditnim kapitalom banaka i tako doprinijeti i smanjenju rizika finansiranja.

Projektno finansiranje povećava finansijski kapacitet potencijalnih investitora, te time stvara veći broj konkurenata za projekte i omogućava državi da procjenjuje i prati podatke specifične za projekat. Ono omogućava partnerima sa različitim stepenom finansijske snage zajedničku saradnju i predstavlja veću finansijsku polugu koja utiče na veći povrat na uložena sredstva.

PPP u Crnoj Gori

U Crnoj Gori se koncesije regulišu *Zakonom o učešću privatnog sektora u vršenju javnih usluga* iz 2002. god. Zakon predviđa mnoštvo aranžmana PPP (koncesije, BOT aranžmani, Ugovori o lizingu i upravljanju), mada često upućivanjem na zakonske propise o javnim nabavkama. Primjena koncesija je ograničena na prirodne resurse, dok se BOT model primjenjuje na druge sektore (n.pr. saobraćaj, energetika i vodoprivreda). Zakon je prilično ekstenzivan akt i reguliše niz važnih oblasti i generalno pruža radni osnov za PPP. U dobro osmišljena pravila spadaju djelovi o rješavanju sporova koji, pored pravila o Ugovoru o projektu, predviđaju fleksibilnost koja se očekuje od modernih zakona. Međutim, ovaj Zakon se nalazi na srednjem nivou usklađenosti sa međunarodnim standardima. Uz to, on jasno ne definiše granice svojih nadležnosti i ne sadrži koordinaciju sa sektorski specifičnim propisima i *Zakonom o javnim nabavkama*, a može se reći i to da su zakonski propisi o koncesijama isuviše detaljni i komplikovani, i ne obezbjeđuju jasna i stabilna pravila, kao i dovoljnu fleksibilnost u primjeni. Trenuto je, međutim, pripremljen *Nacrt Zakona o koncesijama* koji ukoliko bude usvojen u formi u kojoj ga je predložila Vlada u kvalitativnom smislu predstavljao bi značajan napredak u odnosu na postojeći *Zakon o učešću privatnog sektora u vršenju javnih usluga*, s obzirom da je manje opterećen formalnostima i nekim birokratskim procedurama i predstavlja dobar podsticaj razvoju biznisa u Crnoj Gori, što je njegov prioritetan cilj i zadatak.

Konačno, jedan od osnovnih planova *Ekonomске politike* Vlade RCG za 2008. godinu je intenziviranje projekata finansiranih kroz PPP. Primjera radi, Vlada RCG se odlučila za PPP kod izgradnje crnogorskog dijela Jadransko-Jonske magistrale, jer je procijenjeno da ovaj model, za razliku od menadžmenta državnih preduzeća, obezbjeđuje veću efikasnost, kao i zbog nastojanja da se izbjegne zaduživanje države tako velikim sredstvima, ako već postoji privatni kapital koji je spreman da učestvuje u ovom projektu. Ukoliko bude potrebno, država će učestvovati sa dijelom sredstava. Takođe, u oblasti turizma je prepoznato da država neće praviti hotele, restorane, golf igrališta, i marine, već će to raditi u saradnji sa privatnim sektorom, s obzirom da se PPP pokazao kao najbolji model daljeg razvoja bilo koje privredne grane, a posebno turizma¹⁰. U svakom slučaju, kako je u Crnoj

¹⁰ Na osnovu odluka *Savjeta za privatizaciju*, nadležne tenderske komisije će putem javnog međunarodnog tendera sprovesti proceduru izbora investitora za valorizaciju lokaliteta: Ada Bojana, Velika plaža, Buljarica i Jaz. U slučaju Ade Bojane neće doći do prodaje, već će zemljište biti ponuđeno na zajedničko ulaganje domaćim i inostranim privatnim partnerima. U tenderu će se tražiti najbolji svjetski operateri i finansijeri koji će zajedno sa državom i opštinom Ulcinj, koja će ući u aranžman vlasništva nad zemljom, nastojati da razviju Adu Bojanu kao jedno od najelitnijih turističkih naselja. Kada je u pitanju dalji tretman otpadnih voda, za

Gori izražen problem potrebe za znatnim ulaganjima u javnu infrastrukturu, a finansijske mogućnosti zaduživanja države i jedinica lokalne samouprave su limitirane, Vlada Crne Gore bi još drastičnije trebalo da prepozna primjenu *PPP* kao jedno od strateških ciljeva.

Zaključak

Modeli *PPP* se sve češće primjenjuju u EU i svijetu. U EU najveće iskustvo, po broju projekata *PPP* i njihovoj ukupnoj vrijednosti, kao i broju različitih sektora u kojima su primijenjeni, ima Velika Britanija. Projekti *PPP* nude nove ideje u razvijanju i realizaciji projekata izgradnje javne infrastrukture. Ispravno vođeni u skladu sa najboljim praksama, modeli *PPP* mogu uveliko ubrzati razvoj javne infrastrukture i donijeti značajne koristi u odnosu na tradicionalne metode. Analize i poređenje projekata *PPP* sa sličnim projektima izvedenim tradicionalnim načinom trebalo bi da odgovore na mnoga neriješena pitanja, ali i daju smjernice za dalja nastojanja kako bi prepreke primjeni ovih projekata bile što manje i da bi više došle do izražaja koristi koje ovi modeli mogu ponuditi.

Ključne prednosti koje može da očekuje svaka ekonomija koja primjenjuje ovaj model u svojoj investicionoj politici, sublimirane su na sljedeći način:

- Smanjenje rizika realizacije projekta putem njegovog transfera na onog partnera koji najbolje može upravljati njime;
- Efikasnije korišćenje finansijskih sredstava, niži troškovi izgradnje i ušteda vremena u implementaciji projekta;
- Korišćenje *know-how*, inovativnosti, savremenog znanja i ekspertize privatnog sektora; i
- Podsticanje konkurencije kao ključne poluge tržišnog načina privređivanja.

Crna Gora, kao i druge zemlje u tranziciji koje karakteriše nedostatak kapitala za finansiranje infrastrukturnih objekata, ali i potreba unapređenja kvaliteta javnih usluga, treba da krene u pravcu razvijenih država koje dugo njeguju tradiciju *PPP* projekata. Preduslova je mnogo i oni se sastoje u: *razvoju pravnog i regulatornog okvira* (iako Crna Gora još nije članica EU, klasifikacija *PPP* ugovora prema *Zelenoj knjizi* može biti korisna, jer olakšava usklađivanje naših zakona sa propisima EU), *stvaranju stimulativnog ambijenta za potencijalne investitore, koncesionare i poreske obveznike, poboljšanju transparentnosti, efikasnosti sudstva*, pa sve do *razbijanja predrasuda* da samo državna preduzeća znaju da čiste gradske ulice, zamijene napuklu cijev, i sl. Posebno je potrebno razviti metodologiju projektnog finansiranja. Problem može da predstavlja i naše akutno neiskustvo sa sistemima komercijalnog karaktera. Sigurno da Crna Gora može biti veoma interesantna stranim investitorima za projekte *PPP* (atraktivni su infrastrukturni objekti, ali i upravljanje čvrstim otpadom, vodosnabdijevanje, gradske komunalne službe i sl).

jedan dio će se, takođe, nuditi model koncesija. Konačno, vjerovatno će se i sa usvajanjem *Zakona o lukama* ići sa *PPP* modelom.

Kako dobre rezultate nije moguće ostvariti bez čvrste saradnje javnog i privatnog sektora, *PPP* treba posmatrati kao budućnost Crne Gore.

Literatura:

1. Skendrović V: Karakteristike JPP projekata, Hrvatska udruga za upravljanje projektima
2. Marenjak Saša, Skendrović Vladimir, Vukmir Branko, Čengija Josip, "Javno privatno partnerstvo i njegova primjena u Hrvatskoj", *Građevinar* 59 (2007) 7, 597-605
3. Walker, C.; Smith AJ.: Privatized infrastructure- the BOT approach, Thomas Telford, London, 1995
4. Vukmir, B.; Skendrović V.: Koncesije i ugovaranje BOT projekata, Hrvatski savez građevinskih inženjera, Zagreb, 1999.
5. Tam, C.M: Build-operate transfer model for infrastucture developments in Asia: reasons for successes and failures, *International Journal of Project Management* 17 (1999) 6, 377-382.
6. Commission of European Communities: Green Paper-on Public Private Partnerships and community law on public contracts and concessions, Commission of European Communities, Brussels, 2004.
7. Bojović Viktorija: "Public Private Partnership as a Last Resort for Traditional Public Procurement", *Panoeconomicus*, 2006, 3, str. 299-311 UDC 336.13299
8. Price Waterhouse Coopers Ireland (2004). Review of Public Private Partnerships Structures Report
9. Reeves Eoin (2005) Expansion of PPP is Premature. Privatisation and PPP Research Group at University of Limerick.
10. Hammami Mona, Ruhashyankiko Jean-Francois, Yehoue Etienne B.: Determinants of Public-Private Partnerships in Infrastructure
11. Mrak Mojmir: Struktura BOT projekta, Seminar CEO
12. Vukotić Veselin: Makroekonomski računi i modeli, CID, Podgorica, 2001
13. www.ippr.org.uk
14. www.vlada.cg.yu
15. www.europa.eu

Jadranka Glomazić*

Kako izračunati i razumijeti prinos od investicija

Abstract

This paper will explain the basic principles of decision making about the capital investments. The paper explains the relation between value of one euro today and one euro in the future using concept of the time value of money. In order to determine this relation we use notions such as the future value, the present value and the expected rate of return. The paper also describes the procedure to explain the return on investment (ROI). Understanding and using these concepts help us to make individual capital investment decisions; but it also help the decision making process of company's owners or managers.

Key words: *Investment, Time Value of Money, Present Value, Future Value, Rate of Return, Return on Investment*

1. Umjesto uvoda – pojam investicije

Investicije su „materijalni izraz želje i napora za stvaranjem“¹

„Ulaganje je odricanje od tekućih sredstava radi očekivanog rasta vrijednosti tih sredstava u budućnosti“² Dakle, ulaganjem ili investiranjem smatramo svako naše odricanje od novca ili nekih drugih sredstava u sadašnjosti, iz razloga što u budućnosti očekujemo koristi od tog ulaganja. Tako, na primjer, možemo investirati kupovinom akcija neke kompanije na tržištu kapitala, pri čemu očekujemo da će nam u budućnosti prihod od tih akcija biti veći od iznosa koji smo uložili za date akcije. Odnosno da će taj prihod opravdati našu investiciju, tj. vrijeme na koje smo vezali novac za akcije te kompanije, kao i naš rizik koji smo preuzeli prilikom ulaganja. Takođe, investiramo kupujući neku dobru knjigu. Pored novca koji smo potrošili u ovu investiciju ulažemo i vrijeme koje ćemo provesti čitajući knjigu, a pri čemu ćemo se odreći našeg odmora ili prihoda koji bismo za to vrijeme zaradili u svom poslu. Međutim, mi smo se opredijelili za ulaganje vremena u proučavanje knjige očekujući da ćemo nakon toga lakše riješiti neke probleme u poslu i time opravdati novac i vrijeme uloženo u ovu investiciju.

Ove dvije investicije, kupovina akcija neke kompanije i kupovina knjige, se u mnogome razlikuju, ali imaju i zajedničku karakteristiku svih investicija – odričemo se neke vrijednosti sada, jer očekujemo koristi od iste u budućnosti.

* Univerzitat, Podgorica

¹ Vukotić Veselin (2006): „Opasne riječi“, CID, Podgorica – str: 56

² Z. Bodie, A. Kane, A. J. Marcus (2006): „Počela ulaganja“, MATE, Zagreb – str: 2

2. Ko su investitori?

Realizaciju neke investicije mogu vršiti kako kompanije, tako i pojedinci, a sve sa ciljem da upošljavanjem svog novca ili drugih sredstava sutra dobiju više od onoga što imaju danas.

Tako, kompanije realizuju svoje investicije ulaganjem u materijalna ili nematerijalna dobra. Materijalna dobra obuhvataju svu imovinu koja je opipljiva i koja može biti realna i finansijska imovina. Realna imovina kompanije se koristi za proizvodnju dobara ili usluga te kompanije. Ulaganje u realnu imovinu predstavlja ulaganja u: zemljišta, zgrade, opremu, zaposlene ili kupovinu akcija neke druge kompanije. Finansijska imovina kompanije predstavlja imovinu nastalu kao prihod ili potraživanje koji su stvoreni upotrebom realne imovine. S druge strane, nematerijalnu imovinu nije moguće opipati i ona obuhvata patente ili goodwill. Za realizaciju investicija kompanije koriste sopstvena sredstva ili pozajmljuju tuđa sredstva. Tako, u slučaju nedostataka sopstvenih sredstava za finansiranje investicija, kompanije mogu pozajmiti sredstva od banke i obavezati se na vraćanje novca uz odgovarajuću kamatu. U ovom slučaju povećava se imovina kompanije na račun povećanja obaveza.

Pojedinci ulažu na sličan način – u materijalnu i nematerijalnu imovinu. Investiranjem u kupovinu kuće, automobila, zemljišta, akcija neke kompanije ili finansiranjem obrazovanja, kupovinom knjiga, pojedinac očekuje određeni prinos od datog ulaganja. Kao i kompanije, tako i pojedinci prilikom investiranja koriste sopstvena ili pozajmljena sredstva.

Donošenje finansijskih odluka vezanih za realizaciju naprijed navedenih i sličnih ulaganja zahtjeva upoređivanje vrijednosti novca u različitim vremenskim periodima, kako bi se donijele ispravne odluke. Tako, kompanije se pitaju: Da li će iznos novca koji se ulaže danas biti dovoljan da se u budućnosti ostvari planirani prinos? Takođe, pojedinci koji ulažu novac u banku pitaju se: Koliki će biti iznos novca u budućnosti uložen danas uz određenu kamatnu stopu? Ili, koliko ćemo morati oplatiti banci ako pozajmimo sredstva za kupovinu stana, automobila ili finansiranje školovanja? Da bismo mogli dati odgovor na ova pitanja, potrebno je razumjeti odnos između vrijednosti novca danas i njegove vrijednosti u budućnosti. Za utvrđivanje ovog odnosa, kao i za pronalaženje odgovora na prethodna pitanja, koristimo se osnovnim principom finansija poznatim kao *princip vremenske vrijednosti novca*.

3. Princip vremenske vrijednosti novca

„Novac u ruci danas ima vremensku vrijednost“³

Kako je već rečeno, sve ove finansijske odluke zahtjevaju upoređivanje novčanih iznosa na različite datume – datum investiranja i datum ubiranja prinosa od tog investiranja. Tako, ako je student svoje školovanje finansirao iz pozajmljenih sredstava, pita se da li će njegova buduća primanja biti dovoljna kako bi opravdala troškove nastale tokom obrazovanja. Odnosno, koliko ćemo morati otplatiti banci ako smo pozajmili sredstva za finansiranje školovanja? Ili, takođe, koliko ćemo otplatiti banci ukoliko smo kupovinu kuće finansirali njenim novcem?

Tako dolazimo do osnovnog koncepta finansiranja – tzv. principa vremenske vrijednosti novca. Ovaj princip koristimo svakodnevno u donošenju finansijskih odluka – kada kupimo automobil na kredit i plaćamo kamatu, stavimo novac na štedni račun kod banke i za to naplaćujemo kamatu, kupujemo akcije i obveznice i realizujemo niz drugih ulaganja.

Načelo vremenske vrijednosti novca glasi: „euro u vašoj ruci više vrijedi od eura koji očekujete da naplatite sutra i mnogo je vredniji od eura koji se nadate da ćete naplatiti za deset godina.“⁴ Dakle, razlog da očekujemo manje je jasan. Naime, danas znamo da imamo euro, dok je euro koji očekujemo sutra ili za deset godina nesiguran. Ovo iz razloga što postoji rizik da li ćemo dobiti euro sutra ili za deset godina. Dakle, za euro koji imamo danas možemo kupiti nešto, dok euro koji očekujemo da ćemo dobiti ne možemo potrošiti već moramo čekati da ga dobijemo. Imajući u vidu načelo vremenske vrijednosti novca, svako ko pozajmljuje od nekoga novac očekuje da će mu se naplatiti kamata, dok oni koji daju novac na zajam očekuju da će im se platiti kamata. Što je preiod držanja novca, odnosno rok vraćanja duži, veći je rizik, pa će i kamatna stopa biti veća.

Ovo načelo se ne vezuje samo za pozajmice novca, odnosno kamatne stope, već i za svako drugo „upošljavanje“ novca. Zašto kupujemo akcije neke kompanije? Naravno, u ovom slučaju ne očekujemo nikakvu kamatu za uloženi novac, već da ćemo dobiti dividendu od date kompanije. Čak iako znamo da možda nikada nećemo dobiti dividendu date kompanije, ipak kupujemo njene akcije jer se nadamo da ćemo ih prodati po većoj cijeni od one po kojoj smo kupili. Dakle, opet očekujemo prinos od našeg ulaganja.

Na principu vremenske vrijednosti novca počivaju odluke, kako pojedinaca, tako i kompanija o kapitalnim ulaganjima. Dakle, moramo potrošiti novac danas s namjerom da ubudućnosti ostvarimo prinos na to ulaganje.

³ Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Alan J. Marcus (2007): „*Osnove korporativnih finansija*“, MATE, Zagreb – str: 77.

⁴ Berman Karen, Knight Joe (2007): „*Finansijska inteligencija*“, ASEE, Novi Sad – str: 183.

Za analiziranje kapitalnih ulaganja i izračunavanje vremenske vrijednosti novca korist ćemo tri pojma: *buduća vrijednost*, *sadašnja vrijednost* i *očekivana stopa prinosa*.

3.1. Buduća vrijednost

Buduća vrijednost novca (*FV – Future Value*) nam govori koliko bi neki iznos novca vrijedio u budućnosti da je dat na zajam ili uložen u nešto. Odnosno, to je „vrijednost do koje će narasti ulaganje nakon što zaradi kamatu.“⁵ Ova vrijednost se obično koristi za utvrđivanje prinosa od novca koji štedimo kod banke po određenoj kamatnoj stopi, iznosa koji otplaćujemo banci u budućnosti za novac koji smo pozajmili po određenoj kamatnoj stopi, za planiranje penzije ili vrijednosti akcija neke kompanije u budućnosti, ako dohodak te kompanije raste po nekom procentu na godišnjem nivou.

Kako računavamo buduću vrijednost novca?

Pretpostavićemo da smo na štedni račun kod svoje banke položili 1.000€, uz kamatnu stopu od 8% na godišnjem nivou. Prostom računicom znamo da ćemo za godinu dana na našem računu imati 80€ više. Ovaj iznos predstavlja novac koji smo zaradili od kamate. Odnosno:

$$I = V_i \cdot i , \quad (1)$$

gdje je: *I (Interest)* – kamata; *V_i (Value of Investment)* – početno ulaganje; *i (Interest Rate)* – kamatna stopa, pa je:

$$I_1 = 1.000\text{€} \cdot 8\% = 1.000\text{€} \cdot \frac{8}{100} = 80\text{€}$$

Dakle, na početku ulaganja imali smo iznos od 1.000€ i za godinu dana zaradili još 80€. Tako, na kraju prve godine na našem računu imamo 1.080€. Primjećujemo da je odnos iznosa novca na kraju prve godine i novca koji smo uložili 1,08. Ovaj odnos je jednak: 1 + 0,08. Dakle, iznos našeg novca na kraju prve godine raste po faktoru (1 + *i*). Odnosno, iznos novca na kraju 1. godine dobijamo na sledeći način:

$$FV_1 = VI \cdot (1 + i) \quad (2)$$

Ako novac i dalje držimo u banci, u toku druge godine takođe ćemo zaraditi godišnju kamatu. Tako, u drugoj godini na naš iznos od 1.080€ koji imamo u banci dodajemo kamatnu stopu. Odnosno, zarađena kamata u drugoj godini iznosi:

⁵ Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Alan J. Marcus (2007): „*Osnove korporativnih finansija*“, MATE, Zagreb – str: 74.

$$I_2 = 1.080\text{€} \cdot 0,08 = 86,40\text{€}$$

Dakle, u drugoj godini smo zaradili iznos od 86,40€ na ime kamate. Tako, na početku druge godine smo imali 1.080€, uvaćamo li ga za zaradu u toku godine od 86,40€ i na kraju godine imaćemo iznos od 1.166,40€.

Kako nam je iznos uloženog novca na kraju prve godine porastao za faktor od 1,08; na kraju druge godine iznos uloženog novca će nam rasti dva puta po faktoru 1,08, donosno: $1.000\text{€} \cdot 1,08 \cdot 1,08$. Dakle, vrijednost početnog ulaganja na kraju druge godine se dobija na sledeći način:

$$FV_2 = VI \cdot (1+i)^2 \quad (3)$$

Na osnovu prethodnog zaključujemo da, ukoliko naš novac ne diramo seldećih n godina uz istu kamatnu stopu i na kraju n -te godine buduća vrijednost uloženog novca će iznositi:

$$FV_n = VI \cdot (1+i)^n \quad (4)$$

Ukoliko bi kamatna stopa bila veća, očigledno je da bi naša ušteđevina rasla brže za isti vremenski period.

Dakle, prilikom utvrđivanja buduće vrijednosti nekog ulaganja, veoma je važno znati kad je taj budući trenutak u kom očekujemo prinos na naše ulaganje. Dužina vremena od sada do momenta očekivanja prinosa u velikoj mjeri utiče na visinu prinosa. Duži vremenski period ulaganja znači i veći rizik. Takođe, veoma je važno imati u vidu i pretpostavke koje će se desiti u tom vremenskom periodu – od danas do očekivane budućnosti. Ukoliko promijenimo bilo koju pretpostavku iz tog vremenskog perioda, buduća vrijednost će biti drugačija.

3.2. Sadašnja vrijednost

Sadašnja vrijednost (*PV – Present Value*) nekog ulaganja je pojam koji predstavlja naličje buduće vrijednosti novca. Ovdje se postavlja pitanje – koliko određeni prinos koji očekujemo u budućnosti vrijedi danas? Odnosno, koliko trebamo da uložimo danas da bi u budućnosti dobili odgovarajući iznos? Dakle, sadašnja vrijednost je „današnja vrijednost budućeg novčanog toka“⁶

⁶ Ovdje se koristi *složena kamata* – kada banka plaća kamatu na kamatu. Da je banka zaračunavala kamatu samo na uloženi iznos, plaćala bi *jednostavnu kamatu*.

⁷ Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Alan J. Marcus (2007): „*Osnove korporativnih finansija*“, MATE, Zagreb – str: 77.

Tako, ukoliko planiramo ulaganje u neku investiciju i znamo da će nam u određenom vremenskom trenutku u budućnosti ta investicija donijeti određeni prinos, odredićemo njegovu sadašnju vrijednost kako bismo sagledali da li je vrijedno potrošiti još novca na datu investiciju. Isto kao što za računanje buduće vrijednosti koristimo određenu stopu, tako i za utvrđivanje sadašnje vrijednosti koristimo odgovarajuću stopu, kako bi diskontovali buduću vrijednost novca, odnosno vratili je na njenu sadašnju vrijednost.

Prilikom utvrđivanja buduće vrijednosti novca vidjeli smo da će iznos novca od 1.000€ uložen u banku na godinu dana, uz kamatnu stopu od 8% godišnje, narasti na 1.080€. Kako je rečeno, kod utvrđivanja sadašnje vrijednosti polazimo s druge strane: Koliko da uložimo danas da bi za godinu dana dobili 1.080€ pokamatnoj stopi od 8% na godišnjem nivou? Odnosno, utvrdićemo sadašnju vrijednost očekivanih 1.080€.

Vidjeli smo da se buduća vrijednost računa množenjem sadašnje vrijednosti novčanog iznosa sa faktorom $(1 + i)$, iz formule 2 bi dobili sadašnju vrijednost na sledeći način:

$$PV = \frac{FV_1}{(1+i)} = \frac{1.080\text{€}}{(1+0,08)} = 1.000\text{€} \quad (5)$$

Sada, postavljamo pitanje: Koliko da investiramo danas kako bi za dvije godine uz istu godišnju kamatu dobili iznos od 1.166,40€? Ovaj iznos dobijamo na sličan način:

$$PV = \frac{FV_2}{(1+i)^2} = \frac{1.080\text{€}}{(1+0,08)^2} = 1.000\text{€} \quad (6)$$

Na osnovu prethodnog, zaključujemo da sadašnja vrijednost nekog budućeg novčanog toka nakon n godina uz godišnju kamatnu stopu i je:

$$PV = \frac{FV_n}{(1+i)^n} \quad (7)$$

Da bi izračunali sadašnju vrijednost, buduću vrijednost iz perioda n smo deskontovali kamatnom stopom i . Formulu 7 možemo predstaviti i na sledeći način:

$$PV = FV_n \cdot \frac{1}{(1+i)^n}$$

gdje nam odnos $\frac{1}{(1+i)^n}$ predstavlja *diskontni faktor* kojim smo buduću vrijednost neke investicije vratili na njenu vrijednost danas. Ovaj faktor nam pokazuje sadašnju vrijednost

1€ dobijenog u godini n po kamatnoj stopi i . Dakle, ovim faktorom se množi buduća vrijednost neke investicije kako bi se prevela u njenu sadašnju vrijednost.

Sadašnja vrijednost se obično koristi prilikom donošenja odluka vezanih za investiranje u opremu, nekretnine ili ulaganja u poslovne mogućnosti, kao i prilikom kupovine kompanija. Da bismo izračunali sadašnju vrijednost nekog prinosa moramo poći od određenih pretpostavki. Dakle, moramo znati koliki će prinos u budućnosti donijeti neko ulaganje, kao i visinu kamatne stope kojom ćemo diskontovati datu buduću vrijednost.

3.3. Očekivana stopa prinosa

Kao što je rečeno, cilj svake investicije je da u budućnosti ostvarimo neku korist od vrijednosti koju uložimo danas. Tako, prilikom ulaganja obično polazimo od toga koliko želimo da imamo novca u budućnosti. Na osnovu toga, danas donosimo odluku koliko sredstava ćemo uložiti da bi ostvarili očekivanu sumu u određenom periodu u budućnosti.

Ako se, na primjer, odlučimo da novac uložimo u banku tada donosimo odluku o prihvatanju ili ne prihvatanju kamatne stope, kao cijene po kojoj banci prodajemo svoj novac. Svakako, odlučićemo se za onu kamatnu stopu koja nam je potrebna da bi sredstva uložili i u određenom momentu u budućnosti ostvarili planirani iznos. Ukoliko smo planirali da iznos novca od 10.000€ investiramo i za godinu dana imamo 11.000€, danas nikako nećemo uložiti u banku po kamatnoj stopi od 2% na godišnjem nivou, jer bi u tom slučaju za godinu dana imali 10.200€. Međutim, sigurno ćemo uložiti po kamatnoj stopi od 10% na godišnjem nivou, jer ćemo tada za 12 mjeseci imati očekivani iznos od 11.000€.

Ukratko, novac ćemo uložiti u investiciju koja će nam omogućiti da za određeni vremenski period dobijemo planirani iznos. U ovom slučaju, ulažemo po stopi od 10%, jer nam ona obezbjeđuje planirani prinos. Stopa koja će nam obezbijediti odgovarajući prinos je *očekivana stopa prinosa*.

Prilikom utvrđivanja stope prinosa od velike važnosti je imati u vidu faktore koje opredjeljuju taj iznos. U osnovi to su dva faktora:

1. **Cijena šanse – oportunitetni trošak.** „Najvrednija alternativa koja je propuštena učinjenim izborom.“⁸ To je iznos kojeg smo se odrekli da bi smo ispratili napravljeni izbor. Ako smo npr. svoj novac potrošili na luksuzan odmor, cijena našeg izbora je propuštena šansa - nekupljeni automobil. U prethodnom slučaju prinos od 2% za nas nije privlačan, dok je prinos od 20% prihvatljiv, ali je vjerovatno zbog većeg iznosa rizičniji.

⁸ Vukotić Veselin (2006): „Opasne riječi“, CID, Podgorica – str: 98

2. **Cijena kapitala.**⁹ Prilikom donošenja odluke o ulaganju novca u neku investiciju kompanija mora da sagleda odnos između visine prinosa na tu investiciju i cijene svog kapitala. Ukoliko novac opredjeli za investiciju čiji je prinos manji od cijene njenog kapitala, kompanija nije u mogućnosti da isplati svoje zajmodavce ili akcionare. Odnosno da bi kompanija uložila sredstva u neku investiciju potrebno je da stopa prinosa bude veća od cijene kapitala. Tako, na primjer, ako imamo kompaniju koja se finansira 30% putem zaduživanja i 70% iz akcijskog kapitala i koja uzma kredit po kamatnoj stopi od 6%, a njeni akcionari očekuju prinos od 15%, cijena njenog kapitala se dobija na sledeći način:

$$6\% * 30\% + 15\% * 70\% = 28,50\%$$

Iz ovoga slijedi da ukoliko datom investicijom nije planiran prinos veći od 28,50% kompanija najvjerovatnije neće ulagati novac u datu investiciju.

4. Prinos od investicije

Prinos od investicije – ROI (*Return On Investment*) nam govori koji procenat od uloženog novca za neku investiciju će nam se vratiti u budućnosti. Ovaj pokazatelj je, po tradiciji, bio isto što i prinos na imovinu neke kompanije – ROA (*Return On Assets*). ROA nam pokazuje koliko je učešće neto dobiti kompanije u njenoj imovini, odnosno:

$$ROA = \frac{\text{neto dobit}}{\text{ukupna aktiva}} \quad (8)$$

Međutim, za razliku od pokazatelja ROA koji određuje prinos na ukupnu imovinu kompanije, ROI nam može pokazati koliki je prinos na svaku pojedinačnu investiciju neke kompanije. Tako, možemo naći odgovor na sledeća pitanja: Koji nam je ROI na kupovinu kompjutera, na program obuke ili na kupovinu akcija druge kompanije?

Dakle, poznavanje prinosa od investicija nam može pomoći prilikom donošenja odluke za koju investiciju izdvajamo sredstva, kako bi se povećala vrijednost naše kompanije ili vrijednost nas kao pojedinca. Odnosno ROI nam daje informaciju o isplativosti/neisplativosti neke investicije.

Pokazatelj ROI dobijamo analiziranjem kapitalnih izdataka.

⁹ „Finansijski analitičari izračunavaju cijenu kapitala (1) izračunavanjem cijene zaduživanja – kamatna stopa, (2) procijenom prinosa koji očekuju akcionari i (3) uzimanjem ponderisane vrijednosti ova dva.“ – str. 188

4.1. Kapitalni izdaci

Pod kapitalnim izdacima se obično podrazumijevaju investicije u velike projekte, odnosno to su ulaganja koja zahtijevaju velike iznose novčanih sredstava i od kojih se očekuje da će u budućnosti pojedincu ili kompaniji omogućiti sticanje zarade. Veličina novčanog iznosa koja opredjeljuje da li je riječ o kapitalnom ulaganju ili ne zavisi od jedne do druge kompanije. Tako, za neke kompanije svako ulaganje novčanih sredstava veće od 1.000€ može se smatrati kapitalnim izdatkom, dok je za neke kompanije kapitalni izdatak onaj koji zahtjeva ulaganje od minimalno 5.000€. Kapitalnim projektom se, naprimjer, smatra ulaganje kompanije u proširenje svog poslovanja, kupovina novog poslovnog prostora ili ulaganje u obnavljanje postojećeg, kupovina novih računara ili reklamna kampanja. Može se vidjeti da svako od ovih ulaganja omogućava kompaniji da ostvari neki prinos u budućnosti. Za pojedince karakter kapitalnog ulaganja imaju investicije u svoje školovanje, kupovina stana ili automobila. Ova ulaganja, poput kapitalnih ulaganja u kompaniji, omogućavaju pojedincu da u nekom budućem vremenskom periodu ostvari zaradu – sticanjem znanja povećava svoju vrijednost na tržištu rada i tako stiče odgovarajuću zaradu; kupovinom stana zaradi novac koji bi dao drugome kada ne bi imao svoj stan ili zaradi novac davanjem tog stana pod zakup; kupovinom automobila zaradi uštedom vremena, jer je prije kupovine automobila gubio više vremena na odlazak i povratak sa posla.

Vidimo da ovakva ulaganja imaju drugačiji karakter od redovnih ulaganja kao što je kupovina internet sati ili tonera za fotokopir aparat.

Na osnovu navedenog možemo izvući tri osnove karakteristike po kojima se kapitalna ulaganja razlikuju od redovnih ulaganja:

1. kapitalna ulaganja zahtjevaju velike iznose novčanih sredstava;
2. od kapitalnih ulaganja se očekuje da obezbijede određeni prinos u budućnosti;
3. kapitalna ulaganja obično zahtjevaju određeni nivo rizika – ne može se sa sigurnošću znati da li će ulaganje obezbijediti zaradu u budućnosti.

Prilikom donošenja odluke o izdvajanju sredstava za kapitalna ulaganja kompanija ili pojedinac ne mogu sa sigurnošću da znaju koliko će data investicija omogućiti stvaranje zarade u budućem periodu. Zato će u nastavku rada biti objašnjeni osnovni koraci u analizi kapitalnih izdataka, kao i tri metode koje se obično koriste za obračunavanje isplativosti nekog izdatka

4.2. Analiza kapitalnih izdataka

Nakon što analizom nekog ulaganja utvrdimo da li se radi o kapitalnom ili redovnom ulaganju, vršimo analizu kapitalnog ulaganja sa ciljem donošenja što kvalitetnije finansijske odluke.

Prvi korak u analizi kapitalnih izdataka je određivanje *početnog izdatka gotovine*. Ovaj korak obuhvata različite procjene i pretpostavke. Prije svega, potrebno je utvrditi koliko će nas projekat u koji ulažemo koštati, odnosno koliko sredstava treba da uložimo u isti. Pored osnovne cijene projekta ovdje treba imati u vidu i sve troškove koji nastanu do momenta početka upotrebe datog projekta.

Drugi korak predstavlja *planiranje budućih novčanih tokova* od ulaganja, odnosno utvrđivanje priliva gotovine od datog projekta. Ovo predstavlja veoma težak korak u analizi kapitalnih izdataka. Prije svega, ovaj korak predstavlja planiranje budućnosti koju je dosta teško predvidjeti i obuhvata veliki broj faktora koje je potrebno uzeti u obzir.

Treći korak je *procjena budućih novčanih tokova* kako bi dobili iznosi prinosa na ulaganja. Za procjenu ove vrijednosti obično se koriste tri metoda:

1. metod isplativosti;
2. metod neto sadašnje vrijednosti (*Net Present Value – NPV*);
3. metod interne stope prinosa (*Internal Rate of Return – IRR*).

Svaki od ovih metoda se može koristiti posebno ili u kombinaciji sa ostalima.

4.3. Primjena metoda procjene budućih novčanih tokova

Da bi smo prikazali kako ova tri metoda funkcionišu, odnosno kako je pomoću njih moguće procijeniti buduće novčane tokove, pretpostavićemo da jedna kompanija razmišlja o kupovini nove računarske opreme čije je vrijednost 5.000€. Očekujemo da će data oprema trajati 4 godine. Na kraju svake godine očekujemo novčani priliv od 1.700€. Očekivana stopa prinosa je 7,5%. Postavlja se pitanje: da li ova kompanija kupuje računar ili ne?

Da bismo našli odgovor na ovo pitanje primijenimo navedene metode.

1. Metod isplativosti

Ovim metodom utvrđujemo period isplativosti naše investicije. Odnosno, ovaj metod nam pomaže da utvrdimo vrijeme koje je potrebno da povratimo sredstva koja smo uložili. Ulaganje je isplativo ukoliko nam je vrijeme povraćaja uložениh sredstava kraće od vijeka

trajanja investicije. U suprotnom, ulaganje u neku investiciju nam se neće isplatiti. Period isplativosti (t_i) dobijamo na jednostavan način – tako što iznos ulaganja (V_i) podijelimo sa iznosom očekivanog godišnjeg priliva ($V_{np}/1\text{god}$):

$$t_i = \frac{V_i}{\frac{V_{np}}{1\text{god}}} \quad (9)$$

Odnosno, u našem primjeru period isplativosti je:

$$t_i = \frac{5.000\text{€}}{\frac{1.700\text{€}}{1\text{god}}} = 3\text{godine}$$

Naše ulaganje od 5.000€ u računarsku opremu će nam se povratiti za 3 godine. Vidimo da je ovaj vremenski period kraći od vijeka trajanja računarske opreme u koju ulažemo sredstva. Ovim metodom smo prošli prvu provjeru prilikom donošenja odlukem o ulaganju/neulaganju u neku investiciju. Odnosno, ako je isplativost neke investicije obećavajuća, prelazimo na sledeći metod, kako bi dobili detaljniju informaciju o ulaganju/neulaganju.

Metod isplativosti ima svoje pozitivne i negativne strane. Prije svega, ovaj postupak je veoma jednostavan za izračunavanje i objašnjavanje. Takođe, omogućava i brzu provjeru da li je neka investicija vrijedna daljeg ispitivanja. Dakle, ako brzom primjenom ovog metoda ustanovimo da je period isplativosti duži od planiranog vijeka trajanja projekta u koji ulažemo, mi više ništa nećemo ispitivati jer dati projekat nije isplativ. S druge strane, nedostaci ovog metoda su u tome što ne govori o tome koliki će biti ukupni prinosi od neke investicije. Takođe, ovaj metod ne uključuje vremensku vrijednost novca, pa donekle upređuje neuporedive vrijednosti. Naime, vrijednost koju ulažemo je vrijednost izdatka danas, a planirani novčani priliv je priliv u budućnosti.

Iz naprijed navedenog zaključujemo da je ovaj metod preporučljivo koristiti za brzo poređenje više različitih investicija kako bi utvrdili koja će nam prije vratiti uložena sredstva, odnosno koja investicija nam uopšte neće vratiti početno ulaganje.

2. Metod neto sadašnje vrijednosti

Ovaj metod je nešto složeniji za izračunavanje od prethodnog, ali i dosta precizniji. Primjena ovog metoda uzima u obzir princip vremenske vrijednost novca jer se buduća vrijednost planiranih novčanih tokova svodi na sadašnju vrijednost. Time se omogućava poređenje vrijednosti početnog ulaganja i vrijednosti prinosa.

Za izračunavanje sadašnje vrijednosti nekog budućeg prinosa koristimo diskontnu jednačinu:

$$PV = \frac{FV_1}{(1+i)} + \frac{FV_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FV_n}{(1+i)^n};$$

gdje je: PV – sadašnja vrijednost (*Present Value*); FV – buduća vrijednost planiranih novčanih tokova za pojedini vremenski period (*Future Value*); i – stopa prinosa (diskontna stopa); n – broj vremenskih preioda koje posmatramo.

Sadašnja vrijednost planiranog novčanog priliva za našu računarsku opremu se dobija na sledeći način:

$$PV = \frac{1.700\text{€}}{(1+0,075)} + \frac{1.700\text{€}}{(1+0,075)^2} + \frac{1.700\text{€}}{(1+0,075)^3} + \frac{1.700\text{€}}{(1+0,075)^4} = 5.700\text{€}$$

Neto sadašnju vrijednost (NPV – *Net Present Value*) dobijamo kao razliku između sadašnje vrijednosti novčanog priliva i vrijednosti početnog ulaganja. Odnosno, neto sadašnja vrijednost novčanog priliva od date računarske opreme iznosi:

$$NPV = 5.700\text{€} - 5.000\text{€} = 700\text{€}$$

Očekivani novčani tok od 6.800€ (1.700€ * 4 godine) pri upotrebi računarske opreme prilikom ulaganja ima vrijednost 5.700€, odnosno neto vrijednost od 700€. Vidimo da je neto sadašnja vrijednost veća od nule (pozitivna razlika između sadašnje vrijednosti očekivanih prinosa u budućnosti i vrijednosti početnog ulaganja), pa samim tim zaključujemo da bi investiranje u novu računarsku opremu moglo biti prihvatljivo.

Tako, ovaj metod predstavlja drugi korak u utvrđivanju prihvatljivosti ili neprihvatljivosti ulaganja u neki projekat. Nekada nam metod isplativosti može pokazati da je neka investicija obećavajuća, ali metod neto sadašnje vrijednosti nam može pokazati da ne treba ulagati u datu investiciju. U tom slučaju, „poslušaćemo“ metod neto sadašnje vrijednosti.

Međutim, ako i ovaj metod pokaže da je investicija prihvatljiva, prelazimo na treći metod.

3. Metod interne stope prinosa

Za razliku od prethodnog metoda kada smo pretpostavili određenu stopu prinosa od investicije i na osnovu nje odredili sadašnju vrijednost planiranog prinosa od te investicije, interna stopa prinosa (IRR – *Internal Rate of Return*) utvrđuje trenutni prinos dobijen

projektovanim novčanim tokom. Nakon toga IRR se upoređuje sa stopom prinosa cijele kompanije kako bi se utvrdilo da li vrijedi uložiti u datu investiciju ili ne. Ukoliko je IRR veća od stope prinosa kompanije data investicija je prihvatljiva.

Dakle, prilikom investiranja u novu računarsku opremu na početku ulažemo 5.000€ kako bi na kraju svake sledeće četiri godine dobili priliv sredstava od 1.700 € (ukupno 6.800€). Prilikom izračunavanja IRR polazimo od toga da je IRR stopa pri kojoj je neto sadašnja vrijednost jednaka nuli. Dakle, potrebno je da utvrdimo stopu prinosa pri kojoj je sadašnja vrijednost ukupnog prinosa jednaka 5.000€ (jer je utom slučaju $NPV = 0^{10}$), odnosno:

$$0 = PV - 5.000€$$

ili

$$5.000€ = \frac{1.700€}{(1+i)} + \frac{1.700€}{(1+i)^2} + \frac{1.700€}{(1+i)^3} + \frac{1.700€}{(1+i)^4}$$

Rješenjem ove jednačine dobijamo internu stopu prinosa koje je $i = 13,54\%$. Vidimo da je dobijena interna stopa prinosa veća od date stope prinosa koja iznosi 7,5%. Dakle, i ovaj metod nam je pokazao da je investiranje u datu računarsku opremu isplativo.

Odnosno, sva tri metoda nam daju odgovor da data kompanija treba da investira 5.000€ u kupovinu računarske opreme.

Ovaj metod se dosta lako predstavlja i objašnjava, jer omogućava brzo poređenje prinosa određenog projekta sa stopom prinosa kompanije. Međutim, metodom interne stope prinosa ne može se utvrditi doprinos date investicije ukupnoj vrijednosti kompanije, što može metod neto sadašnje vrijednosti. Takođe, očigledno je da ukoliko imamo više različitih investicija sa različitim periodima isplativosti i vršimo njihovu analizu, ovaj metod će se opredijeliti za onu investiciju koja će se brže isplatiti uz veću stopu prinosa. Kako je nekad bolje ulagati u projekte koji imaju duži period isplativosti bez obzira što je stopa prinosa manja, prilikom analize kapitalnih ulaganja i donošenja odluke u koji projekat uložiti sredstva, uvijek je bolje koristiti i sagledati sva tri metoda.

Primjena ova tri metoda analize kapitalnih ulaganja pomaže nam prilikom donošenja odluka vezanih za ulaganje ili neulaganje u neku investiciju, zavisno od toga na koji od metoda se oslonimo. Ukoliko su ova tri metoda u sukobu, najbolje je slijediti metod neto sadašnje vrijednosti. Drugim riječima prilikom donošenja odluke da li investirati ili ne uvijek ima smisla izračunati neto sadašnju vrijednost investicije.

¹⁰ Kako je već rečeno NPV je razlika između sadašnje vrijednosti prinosa od investicije i vrijednosti početnog ulaganja.

5. Zaključak

Svako od nas, kao menadžer ili kao pojedinac, svakodnevno želi da uloži sredstva u neku investiciju i tako u budućnosti ostvari određeni prinos. Ovo je razumljivo jer svako želi nove stvari i više novca u budućnosti. Međutim, potrebno je biti obazriv i sagledati niz faktora koji utiču na mogućnost realizacije date investicije, a samim tim i mogućnosti ostvarenja prinosa koji je veći od iznosa uložених sredstava. Takođe, veoma je važno, prilikom pripreme za donošenje ili nedonošenje date finansijske odluke, imati u vidu da su sve one zasnovane na procjenama. Drugim riječima mi procjenjujemo iznos novca koji očekujemo u budućnosti, procjenjujemo stopu prinosa, period isplativosti investicije, kao i troškove koji ulaze u početno ulaganje. Iz tog razloga, najvažniji korak, koji menadžer ili pojedinac može da preduzme prilikom analiziranja kapitalnog izdatka, jeste da uvijek nanovo pogleda procjene i da obrati posebnu pažnju i sagleda gdje su te procjene dobre, a gdje su nesigurne, jer kompanije i pojedinci obično u ovom djelu prave najveće greške.

Literatura:

1. Barnett A. Raymond, Ziegler R. Michael, Byleen E. Karl (2006) „*Primijenjena matematika za poslovanje, ekonomiju, znanosti o živom svijetu i humanističke znanosti*“, MATE, Zagreb
2. Berman Karen, Knight Joe (2007): „*Finansijska inteligencija*“, ASEE, Novi Sad
3. Brealey, Meyers (2003): „*Principles of Corporate Finance*“, The McGraw-Hill, New York
4. Laković Bosiljka i Kaščelan Vladimir (1997): „*Privredna i finansijska matematika*“, Ekonomski fakultet, Poslovna škola, Podgorica
5. Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Alan J. Marcus (2007): „*Osnove korporativnih finansija*“, MATE, Zagreb
6. Ross, Westerfield, Jordan (2003): „*Fundamentals Corporate Finance*“, The McGraw-Hill, New York
7. Siciliano Gene (2003): „*Finance for Non-Financial Managers*“, The McGraw-Hill, New York
8. Straub T. Joseph (1997): „*Understanding Financial Statements*“, Velocity Business Publishing, Inc, Bristol
9. Tracy A. John (1996, 2002): „*The Fast Forward MBA in Finance*“, John Wiley&Sonc, Inc, New York
10. Vukotić Veselin (2002): „*Makroekonomski računi i modeli*“, CID, Podgorica
11. Vukotić Veselin (2006): „*Opasne riječi*“, CID, Podgorica
12. Z. Bodie, A. Kane, A. J. Marcus (2006): „*Počela ulaganja*“, MATE, Zagreb
13. www.investopedia.com

Mr Marina Milic*

Poreski sistem i siva ekonomija

Abstract

Over the last two decades, officials, politicians and social scientists have become increasingly concerned with the phenomenon of the shadow economy. An increase in the size of the shadow economy is usually a result of a rise in the overall tax and social security payments burden. This increased burden creates incentives for individuals to undertake commercial activity in the informal sector to avoid additional payments to the government. The very nature of the shadow economy makes it difficult to accurately measure official economic indicators, such as unemployment, income and consumption. Thus, economic policy, which is based on interpretation of these indicators, can be inefficient or even harmful.

Key words: *tax system, shadow economy, labor market, transaction costs, regulations*

Uvod

Siva ekonomija je prateća pojava razvoja svih zemalja svijeta, kako onih u tranziciji, tako i onih razvijenih, naravno, u različitim obimima. Siva ekonomija ne nastaje sama od sebe i slučajno. Ona je ništa drugo do odraz nesavršenosti privrednog sistema i neadekvatnosti ekonomske politike. Faktori koji utiču na stvaranje i razvoj sive ekonomije su brojni i kompleksni. U svim ekonomijama postoji dio koji nije uključen u formalni sektor, odnosno dio čije ekonomske transakcije nijesu uključene u zvaničnu statistiku. Veličina i promjene sive ekonomije važne su jer mogu biti izvor privrednih promjena i uticati na smjer i jačinu privredne politike.

Istraživanja nivoa sive ekonomije, njenih pojava i specifičnosti u pojedinim ekonomskim sistemima, obično su usmjerena na posmatranje iz različitih uglova i nivoa (sa različitih ekonomskih, društvenih, istorijskih, kulturoloških, socioloških i drugih aspekata) koji doživljavaju različitu interpretaciju srazmjerno faktorima koji ih opredjeljuju. Stvarne uzroke nastanka sive ekonomije u pojedinim ekonomskim sistemima određuje čitav niz faktora kao na primjer: nivo društveno – ekonomske razvijenosti, sociološko – psihološki faktori, istorijski i čitav niz drugih faktora koji bi se mogli nazvati kulturnim miljeom jedne zajednice.

* Autor je savjetnik za ekonomska pitanja u Ambasadi SAD - a, Podgorica

Uzroci nastanka sive ekonomije

Neprikladjen poreski sistem i poreska politika svrstavaju se među najvažnije uzroke pojave sive ekonomije. Uzroci pojave sive ekonomije mogu se klasifikovati na: ekonomske, psihološke faktore i faktore oportuniteta. Kao *ekonomski faktori* navode se finansijski problemi, visoki poreski nameti, vjerovatnoća utvrđivanja (nada da utaja poreza neće biti otkrivena), strogost sankcija (nada da sankcije neće biti oštre), očekivani profit (visok profit zbog visokog rizika) i dr. U *psihološke faktore* ubrajaju se nepovjerenje u državu i njene ekonomske mjere, neslaganje sa ciljevima i sredstvima ekonomske politike kao i stav prema riziku. Kao najvažniji *faktori oportuniteta* navode se radno iskustvo i obrazovanje značajno za nalaženje posla i njegovo uspješno obavljanje van okvira zakonske regulative.

Oblici sive ekonomije, u manjoj ili većoj mjeri, razlikuju se od zemlje do zemlje u zavisnosti od ekonomskih uslova privredjivanja i aktuelne političke, privredne situacije i ekonomske politike. Oni koji su karakteristični za razvijene zemlje tržišne privrede se djelimično razlikuju od modaliteta sive ekonomije privreda u tranziciji.

Kao što je već navedeno, na pojavu i širenje sive ekonomije utiču brojni i različiti faktori. Potrebna je interdisciplinarna analiza jer se ekonomskim činocima može tek djelimično objasniti uzrok pojave i porasta sive ekonomije. Mikrosociološki i psihološki pristup mogu pružiti zanimljive dodatne uvide u postupak odlučivanja o radnom aktiviranju u neformalnom sektoru. Interdisciplinarni pristup (poput onoga u ekonomskoj psihologiji) obuhvatio bi mnoge varijable poput poreskog morala i drugih činoca kao što je prihvatanje i stav javnosti o pravednosti poreskog sistema.

Uticaj poreskog sistema na nastanak i razvoj sive ekonomije

Gotovo sva istraživanja sive ekonomije navode da je najvažniji uzrok njenog rasta nivo tereta poreza i doprinosa za socijalno osiguranje. Kako porezi utiču na odluku o radu ili dokolici, a podstiču i ponudu rada u neformalnom sektoru, glavni predmet zanimanja ekonomista jeste iskrivljenost koja nastaje zbog odluke o učestvovanju u neformalnom sektoru. Što je veća razlika između ukupnih troškova rada u formalnom sektoru i zarade nakon oporezivanja, to je veći podsticaj za izbjegavanje plaćanja obaveza i za rad u neformalnom sektoru. Ta razlika ponajviše zavisi od ukupnog opterećenja porezima i doprinosima za socijalno osiguranje, pa su to ključne odrednice postojanja i povećanja sive ekonomije.

Uticaj poreza na krivu ponude rada je oduvijek bila predmet interesa ekonomista. Porezi utiču na odluku o tome hoće li neko raditi ili se odmarati, odnosno određuju ponudu radne snage u sivoj ekonomiji. Što je razlika između ukupnih troškova radne snage u

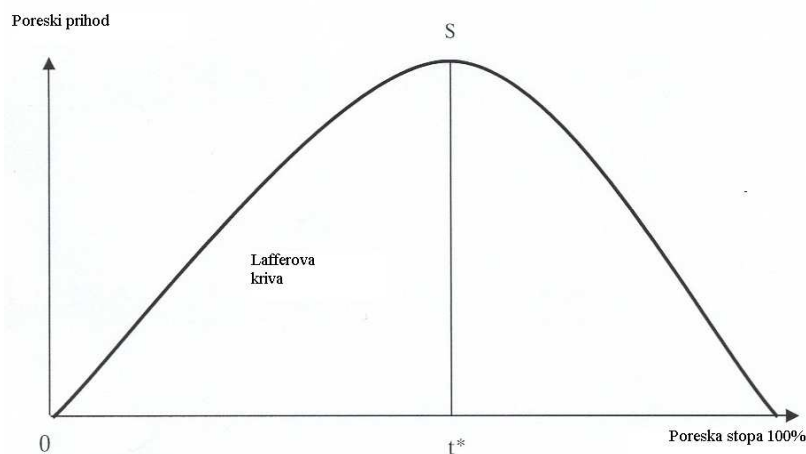
formalnom sektoru i neto zarade nakon oporezivanja veća, to je veći podsticaj da se ta razlika izbjegne i da se radi u sivoj ekonomiji.

Istraživanja pokazuju da, uz ostale jednake uslove, veći ukupni teret poreza i doprinosa znači i veću sivu ekonomiju. Koeficijent korelacije između tereta poreza i doprinosa na jednoj, i obima sive ekonomije na drugoj strani ima vrijednost od 0,61, što se smatra značajnom statističkom povezanošću¹.

Povećanje neformalnih aktivnosti dovodi do erozije temelja poreskog sistema i sistema socijalne sigurnosti. Rezultat je dalji rast budžetskog deficita ili poreskih stopa, što je dodatni podsticaj jačanju neformalnog sektora čime se postupno slabe privredni i društveni temelji privrede.

Na grafiku je prikazana povezanost reakcije pojedinca i oporezivanja pomoću modifikovane Lafferove krive (1979) koja je izvorno opisivala posljedice poreske evazije pomoću više slobodnog vremena. Modifikovana kriva uključuje mogućnost učešća u aktivnostima sive ekonomije. Gornji dio grafika pokazuje povezanost poreske stope i poreskog prinosa, što je često centralna tema političkih rasprava, posebno u SAD-u. Na x -osi prikazana je agregatna poreska stopa (kao procenat dohotka), dok je na y -osi dat poreski prinos. Što više državna vlast povećava poreske stope, to više raste protivljenje poreskih obveznika. Ako je u tački S (poreska stopa t^*) premašen maksimalni prinos poreza, prihod od poreza se smanjuje uprkos rastućim stopama poreza jer građani nastoje da izbjegnu plaćanje. Zaključujemo da bi i u tom slučaju smanjenje stopa dovelo do viših prinosa jer više ne bi bilo jasnih negativnih posticaja.

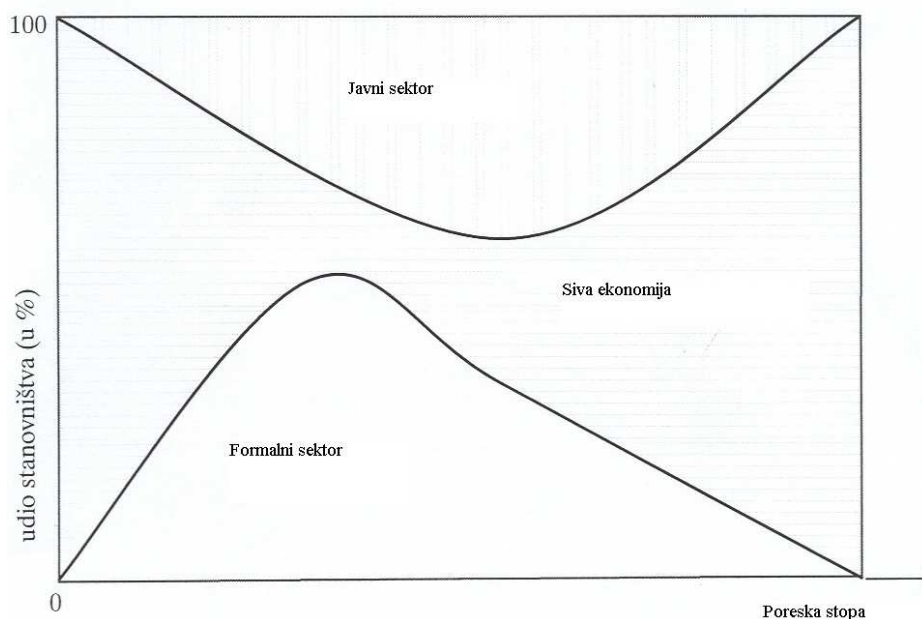
Grafik 1: Povezanost poreskih prihoda, poreske stope i razvoja sive ekonomije



¹ Hill and Kabir «Tax rates, the tax mix and the growth of the underground economy»

Donji dio grafika prikazuje povezanost sa sivom ekonomijom. Radi jednostavnosti, privreda je podijeljena na tri sektora (javni sektor, formalni i neformalni sektor).

Posmatrajući razvoj privrede tokom vremena, na početku se uočava znatan neformalni sektor. Uvodjenjem države i njenih funkcija u smislu definisanja jasnih pravila i procedura, zakonske regulative i zaštite vlasničkih prava dolazi do prelaska aktivnosti iz neformalnog u formalni sektor i daljeg ekonomskog rasta. Ovaj trend se nastavlja sve do trenutka kada važeći propisi postaju previše komplikovani i skupi što za posljedicu ima rast poslovanja u neformalnom sektoru.



Od kada postoje porezi postoje i pokušaji da se oni izbjegnu, odnosno da se plaćanje poreza svede na što je moguće manju mjeru. Ukoliko su poreske stope visoke i ukoliko je poreski teret veći, tada je motiv za izbegavanje plaćanja poreza, za poresku evaziju, izraženiji. Uz to, evazija je izraženija ako poreski organi ne funkcionišu na zadovoljavajući način i ako je poreski sistem kompleksan i podložan čestim promjenama.

Na putu smanjenja učešća sive ekonomije, njene legalizacije i reintegracije u formalni sektor ekonomije, prilagođavanje (reformisanje) poreskog sistema i poreske politike postaje prioritetni zadatak. Reformisanju poreskog zakonodavstva se mora pristupiti tako da se postigne sljedeće: da se pojedinačni i ukupni poreski tereti smanje, da regulativa bude jednostavnija i stabilnija, i da se smanjivanjem poreskih olakšica i oslobođenja sprovede širenje poreske osnovice.

Siva ekonomija i tržište rada

Prema definiciji, svaka aktivnost u sivoj ekonomiji do određene mjere zahvata sivo tržište rada, u kojem učestvuju zaposleni i/ili poslodavci.

Zašto ljudi rade u sivoj ekonomiji?

Na zvaničnom tržištu rada troškovi koje moraju platiti preduzeća (i pojedinci) kada nekoga redovno prijavljuju opredjeljuju poslovanje u zoni sive ekonomije. Neevidentirani rad može imati više oblika. Neregistrovano korišćenje radne snage može se sastojati od dodatnog, drugog posla nakon (ili čak i za vrijeme) redovnog radnog vremena. Drugi je oblik radna aktivnost osoba u sivoj ekonomiji koje ne učestvuju na formalnom tržištu rada. Treća mogućnost je zapošljavanje ljudi (npr. ilegalnih imigranata) kojima nije dopušten rad u formalnom sektoru.

Empirijsko istraživanje o radnoj aktivnosti u sivoj ekonomiji još je teže od istraživanja o značenju sive ekonomije u stvaranju dodatne vrijednosti jer se vrlo malo zna o tome koliko sati jedan prosječni radnik na sivo stvarno radi (odnosno, je li riječ o punom radnom vremenu ili o samo nekoliko sati), tako da je još teže dobiti pouzdane empirijske pokazatelje.

Tabela 1²: Procjena sive ekonomije na tržištu rada

Zemlja	Godina	Siva ekonomija na tržištu rada (u 1000 ljudi)	Siva ekonomija kao % zvanične radne snage
Austrija	1990 – 1991	300 – 380	9.6
	2006 – 2007	500 – 750	16.0
Danska	1990 – 1991	250	8.3
	2006 – 2007	420	15.4
Francuska	1990 – 1991	800 – 1500	3.0 – 6.0
	2006 – 2007	1400 – 3200	6.0 – 12.0
Njemačka	1990 – 1991	3000 – 4000	8.0 – 12.0
	2006 – 2007	7000 – 9000	19.0 – 23.0
Italija	1990 – 1991	4000 – 7000	20.0 – 35.0
	2006 – 2007	6600 – 11400	30.0 – 48.0
Španija	1990 – 1991	1250 – 3500	9.6 – 26.5
	2006 – 2007	1500 – 4200	11.5 – 32.3
Svedska	1990 – 1991	750	13.0 – 14.0
	2006 – 2007	1150	19.8
Evropska Unija	1990 – 1991	15000	-
	2006 – 2007	30000	-
OECD (Evropa)	1990 – 1991	26000	-
	2006 – 2007	48000	-

Prema rezultatima istraživanja obim sive ekonomije je porastao tokom 90 – tih i u zemljama u tranziciji i u zemljama OECD – a. Zbog visoke nezaposlenosti u evropskim

² Fridrich Schneider, Shadow economy labor force of 22 transition and 21 OECD countries

zemljama članicama OECD – a, sve veću pažnju privlači sivo tržište rada. Dalje, rezultati istraživanja pokazuju kako su najvažnija pokretačka snaga obima i porasta sive ekonomije povećano opterećenje porezima i doprinosima, kao i složenija državna regulativa. Siva ekonomija je složena pojava koja postoji i u razvijenim industrijskim društvima.

Siva ekonomija na tržištu rada u Crnoj Gori

Istraživanja³ su pokazala da je rad na crno jedan od osnovnih pojava oblika sive ekonomije u Crnoj Gori. Postojeći Zakon o radu pretpostavlja postojanje ekonomije sa velikim brojem stabilnih radnih mjesta i fokusira se prvenstveno na zadržavanje postojećeg stepena zaposlenosti i prava iz radnog odnosa. Zakon stvara veoma rigidne uslove na tržištu rada za poslodavce i to baš u vrijeme kada je potrebna fleksibilnost iz razloga što crnogorska ekonomija prolazi kroz strukturalne promjene. Situacija u Crnoj Gori je kompleksna i na kraći i srednji rok zahtijeva rješenja koja su prilagodjena njenoj ekonomskoj situaciji.

U osnovi, propisi iz oblasti rada ne mogu povećati zaposlenost, ali stvaraju značajne barijere koje vode smanjenju zaposlenosti, odnosno povećanju zapošljavanja u sivoj ekonomiji. Zakon o radu može također povećati troškove vođenja biznisa, smanjujući pri tome investicije, odnosno u najmanju ruku investicije u legalni sektor ekonomije.

Regulativa, a posebno Kolektivni ugovor unose mnogo elemenata arbitrarnosti i birokratizacije u odnose iz rada. Ovakva rješenja, a imajući u vidu našu praksu, vode i izbjegavanju zakonskih obaveza tj. u sivu ekonomiju.

U opštoj ocjeni regulative koja se tiče radnih odnosa, treba naglasiti, da nije obezbijedjenja fleksibilnost tržišta rada. Radno mjesto se još uvijek tretira kao socijalna kategorija umjesto kao predmet slobodnog ugovaranja a to, uz visoka fiskalan opterećenja, sigurno vodi rastu sive ekonomije.

Istraživanje - U cilju dobijanja što potpunijih podataka o nivou sive ekonomije, njenom kretanju, glavnim uzrocima nastanka i širenja ove pojave kao i o predlozima čija implementacija bi dovela do smanjenja nivoa sive ekonomije Insitut za strateske studije i projekcije je u Julu 2007. godine sproveo istraživanje tržišta radne snage. Istraživanjem je obuhvaćeno 1550 domaćinstava, odnosno 4711 pojedinaca starijih od 15 godina u svim crnogorskim opštinama. Korišten je dvoetapni uzorak koji je za potrebe istraživanja stratifikovan na četiri teritorijalne cjeline: Podgoricu, jug, sjever i centar. Upitnik, na

³ Institut za strateške studije i projekcije je do sada sproveo čitav set istraživanja u cilju procjene nivoa sive ekonomije, praćenja kretanja ove pojave nakon predstavljanja reformi u poreskom sistemu kao i definisanja preporuka u cilju smanjenja sive ekonomije u Crnoj Goru u prihvatljive okvire, pri čemu su podaci prikupljeni kako od pojedinaca, domaćinstava tako i od vlasnika kompanija i zaposlenih i to u periodu od 2005 do 2008. godine

osnovu kojeg je sprovedeno istraživanje, sadržao je ukupno 113 pitanja, koja su se odnosila na aktivnosti pojedinaca, status u radnoj snazi, mišljenje o barijerama za zapošljavanje, kao i poseban set pitanja koji se odnosio na sivu ekonomiju. Metodološke osnove korištene prilikom dizajniranja upitnika i samog istraživanja su definisani standardi i konvencije Međunarodne organizacije rada.

Rezultati istraživanja pokazuju da se siva ekonomija na tržištu rada u Crnoj Gori pojavljuje u tri osnovna oblika: zaposlenost u sektoru sive ekonomije, neregistrovana zaposlenost u formalnom sektoru i zaposlenost u formalnom sektoru uz »djelimičnu registraciju« .

Zaposlenost u sektoru sive ekonomije podrazumijeva radni angažman u neregistrovanim preduzećima, ili aktivnosti samozaposlenih osoba koje ne registruju uopšte svoju aktivnost. Drugi oblik, neregistrovana zaposlenost u formalnom sektoru podrazumijeva angažman osobe u registrovanim preduzećima ali bez prijave na socijalno osiguranje. Treći pojavni oblik sive ekonomije je djelimično registrovana zaposlenost, tj. osobe kojim poslodavac (ili one same) plaćaju poreze i doprinose samo na dio prihoda od zaposlenja, obično na iznos koji je minimalan u skladu sa propisima o radu.

Rezultati istraživanja - Koristeći opisani način obrade podataka, prva dva pojavna oblika sive ekonomije su obuhvaćena pokazateljom sive ekonomije na nivou Crne Gore, tj. 22,6% ukupno zaposlenih je angažovano u sektoru sive ekonomije (rade u neregistrovanim preduzećima) i sektoru formalne ekonomije kao neregistrovani nezaposleni (dalje u tekstu "zaposleni u oblasti sive ekonomije"). Znači ukupno 49.442 osobe u Crnoj Gori su angažovane kao neregistrovani radnici bilo u sektoru formalne ili u sektoru neformalne ekonomije. Na drugoj strani, broj registrovanih zaposlenih osoba, uz napomenu da su u ovaj broj uključena lica koja samostalno uplaćuju samo zdravstveno osiguranje ili i zdravstveno i penzijsko osiguranje (npr. poljoprivrednici i preduzetnici) je 169.167.

Prema rezultatima istraživanja, od ukupnog broja registrovanih zaposlenih osoba, djelimično registrovanu platu ima 17,5% zaposlenih. Najviši procenat zaposlenih u južnom regionu ima djelimično registrovanu platu (25,7% ukupno registrovanih osoba), dok ovaj pokazatelj za sjeverni i centralni region iznosi 14,1% i 14,3%, respektivno. Od osoba sa djelimično registrovanom platom 41,6% je u južnom regionu, 35,5% u centralnom regionu, dok je 22,9% u sjevernom regionu. Analiza podataka o registrovanoj zaradi po radnim pozicijama je pokazala da 15,1% od ukupnog broja zaposlenih koji posluju u okviru registrovane ekonomije ima djelimično registrovanu platu.

Osim pitanja koja su postavljana zaposlenim licima, poseban dio upitnika je bio posvećen vlasnicima/suvlasnicima biznisa. Pitanja su se odnosila na procenat registrovanih radnika u preduzeću i registrovanje plata zaposlenih.

Prema rezultatima istraživanja, najveći broj preduzeća, njih 61,3%, registruje sve svoje radnike. Dalje, 16,0% preduzeća registruje samo 10% radnika, dok 20% radnika registruje 4,8% preduzeća. Za registrovane radnike u prosjeku 57,4% plate je registrovano.

Osnovne karakteristike osoba angažovanih u sivoj ekonomiji - Od ukupnog broja osoba koje su angažovane u sivoj ekonomiji 59,6% su muškarci. Istraživanje pokazuje da je najveći dio populacije angažovane u oblasti sive ekonomije starosti od 20 do 29 godina-32,7% Takođe je značajno učešće i osoba od 30 do 34 (11,8%), osoba starosti od 35 do 39 godina (11,6%) i osoba starosti od 50 do 54 godine (11,9%). Analiza strukture zaposlenih u sivoj ekonomiji prema obrazovanju pokazuje da je najveći broj ovih osoba sa završenim srednjim stručnim obrazovanjem u trajanju od 4 godine (45,0%), kao i onih koji imaju završeno srednje stručno obrazovanje u trajanju od 3 godine (27,2%). Najmanje učešće u zaposlenim u sivoj ekonomiji bilježe oni koji imaju zvanje doktora nauka (0,0%), oni koji nemaju završenu školu (0,4%) i oni koji imaju završene posdiplomske studije (0,5%).

Struktura zaposlenih u sivoj ekonomiji po djelatnostima pokazuje da najveće učešće imaju zaposleni u hotelima i restoranima (19,1%), zatim zaposleni u poljoprivredi (18,0%), kao i oni koji rade u veletrgovinama i trgovinama (15,7%).

Osnovni razlog zbog kojeg ne registruju svoje zaposlene su visoki porezi i doprinosi (70,5% je ispitanika je navelo ovaj razlog). Drugi razlog zbog kojeg poslodavci ne registruju zaposlene je komplikovana procedura zapošljavanja (14,1%), dok je treći komplikovano otpuštanje u slučaju viška zaposlenih radnika (6,1% ukupnog broja ispitanika je dalo ovaj odgovor).

Vlasnici i suvlasnici biznisa su upitani da navedu koji su to razlozi koji bi ih motivisali da registruju neprijavljene radnike. Najveći broj ispitanika, 58,4%, je odgovorio da bi to bili niži porezi i doprinosi. Pojednostavljene procedure zapošljavanja bile bi osnovni motivacioni faktor za 24,5% ispitanika, a pojednostavljene procedure otpuštanja za 5,4% ispitanici.

Glavni razlog zbog kojeg veliki broj ljudi u tranzicionim ekonomijama ne učestvuje u formalnoj ekonomiji je što ih same institucionalne strukture ili pravila igre u tome sprječavaju. Barijere u formalnim političkim i privrednim sistemima onemogućavaju njihovo značajnije učešće i to kroz postojanje troškova koje bavljenje biznisom u formalnom sektoru izaziva, a koji se prvenstveno ogledaju u komplikovanim procedurama za započinjanje biznisa, nefleksibilnom tržištu rada, lošim uslovima finansiranja, visokim poreskim stopama, skupljim tarifama u okviru telefonske i elektroenergetske mreže i sl.

Regulativa i siva ekonomija

Ključna determinanta transakcionih troškova u jednoj zemlji su institucije, tj. pravila i regulacije koje određuju ekonomske aktivnosti. Dobro strukturirane institucije pružaju predvidiv okvir i neophodne poslovne informacije po cijeni koja će ih podstaći da poštuju ove institucije i da plate njihove usluge. Loše projektovane institucije zahtijevaju pridržavanje komplikovanih i nepotrebnih pravila i regulativa, saradnju sa neefikasnim vladinim agencijama, što sve povećava troškove poslovanja. Ovakve institucije samo povećavaju transakcione troškove, odnosno destimulišu preduzetnike da sa njima saradjuju.

Posljednjih godina, mnoge zemlje u tranziciji, zemlje u razvoju i razvijene zemlje ozbiljno su se upustile u proces promjene i reformisanja zakona, pravila i propisa koji izazivaju transakcione troškove, pogoduju samo pojedinim segmentima društva, sprječavaju ukupan rast i ohrabruju sivu ekonomiju.

Često mijenjanje važećih zakona i propisa i njihova komplikovanost povećavaju troškove vođenja poslova, izazivaju sivu ekonomiju i podstiču korupciju.

Zaključak

Neplaćanje poreza ili carinskih dažbina, prikrivanje realnih prihoda, štimovanje završnih računa, nezakonito prelivanje kapitala iz društvenog u privatni sektor, razna gotovinska plaćanja... glavni su oblici sive ekonomije kojima su u prethodnoj deceniji pribjegavala pravna lica, dok su se građani koristili različitim oblicima uvoza i preprodaje robe bez dozvole i plaćanja carina, preprodajom deviza, pozajmicama sa visokim kamatama, radom na crno, neregistrovanim izdavanjem nekretnina, itd. Glavne posljedice ovog rasprostranjenog fenomena bile su – smanjenje poreskih i ostalih prihoda države, gušenje i neloyalna konkurencija formalnog sektora, slabljenje poslovnog morala uopšte, postojanje paralelnih ekonomija, stvaranje pogrešne slike o stvarnim prihodima stanovništva i slično.

Sušтина je u tome da preduzetnici rade cost-benefit analizu toga da li ili ne treba da poštuju propise. Često, poštuju neka pravila, a druga ne. Tipično, oni koji su u neformalnom sektoru nalaze se negdje u kontinuumu između formalnosti i neformalnosti. Takođe, ako su institucije slabe i pružaju malo ili usluge lošeg kvaliteta, preduzetnici nemaju podsticaja da se pridržavaju propisa ili da plaćaju za svoje operativne troškove.

Sva istraživanja sive ekonomije potvrđuju da je jedan od važnih uzroka njenog nastanka i rasta poreski sistem, stepen regulacije i nivo transakcionih troškova. Postoji pozitivna korelacija između veličine sive ekonomije i ovih komponenti, pri čemu, uz ostale iste uslove, njihov veći nivo znači i veću sivu ekonomiju i zato je potrebno: pojednostaviti procedure za registrovanje i bavljenje biznisom, pojačati sistem vlasničkih prava, nastaviti

reformu poreskog sistema i institucija, poboljšati infrastrukturu, smanjiti administrativne troškove, učiniti tržište rada fleksibilnijim i sl.

LITERATURA

- Fridrich Schneider, *The size and Development of the Shadow economies and Shadow economy labor force of 22 transition and 21 OECD countries: What do we really know?*, June 2002
- Hill and Kabir «Tax rates, the tax mix and the growth of the underground economy», 1998
- Institut za strateške studije i projekcije, *Istraživanje tržišta rad*, Jul 2007
- Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, *Barijere za razvoj biznisa 2002*
- The Informal Economy in the EU Accession Countries: Size, Scope, Trends and Challenges to the Process of EU Enlargement (*A joint publication of the Bertelsmann Foundation, Gütersloh, The World Bank, Washington, D. C. The Center for the Study of Democracy, Sofia*), April 2002
- Montenegro Biznis Alijansa, *Business agenda 2006*
- Lacko “*Hidden economy – an unknown quantity? Comparative analysis of hidden economies in transition countries*, 2000
- Koufmann and Kaliberda, “*Integrating the unofficial economy into dynamics of post – socialist economies*”, 1996

Nina Drakić*

Liberalizacija međunarodne trgovine poljoprivrednim proizvodima - dometi i nedostaci

Abstract

Uruguay Round (1995) was very successful in constituting The Agreement on Agriculture and in promoting agricultural trade liberalization into force with establishment of The World Trade Organization. The Agreement on Agriculture incorporated new rules and commitments in three areas: market access (tariffication), domestic support, and export subsidies toward implementation of trade liberalization in agriculture. These commitments have been implemented over a 6 year period (10 years for developing countries).

The purpose of this paper is to investigate how agricultural protection has been reduced before/after the implementation of the Uruguay Round Agreement in WTO members. Did WTO members implement new commitments? Was market access really improved? Were countries found loopholes in the Agreement which might allow them to escape the constraining effects of some of the new disciplines?

Key words: *liberalization, market access, tariffs, domestic support, export subsidy*

1. Uvod

Prvi i do sada najznačajniji korak u liberalizaciji međunarodne trgovine poljoprivrednim proizvodima svakako predstavlja potpisivanje urugvajskog Sporazuma o poljoprivredi (URAA)¹ od strane članica Svjetske trgovinske organizacije (STO). Sklapanje URAA značilo je uvođenje međunarodnih pravila i discipline po prvi put u sektor poljoprivrede, čime je i stvoren okvir za dugoročnu reformu u trgovini poljoprivrednim proizvodima, kao i u vođenju domaćih poljoprivrednih politika. Ovim Sporazumom pooštrena su pravila o trgovini poljoprivrednim proizvodima, što je rezultiralo povećanom predvidivošću i stabilnošću u ovom sektoru, kako za zemlje uvoznice tako i za zemlje izvoznice. Zemlje potpisnice ovog sporazuma preuzele su potpuno nova pravila i obaveze koja se odnose na pristup tržištu, domaću podršku i izvozne subvencije.

Međutim, nakon sklapanja prvog multilateralnog sporazuma u oblasti poljoprivrede u okviru GATT slijedio je višegodišnji period primjene preuzetih obaveza. Nekoliko godina nakon početka primjene pojavila su se prva dvoumljenja oko Sporazuma jer je

* USAID Projekat za pristupanje STO

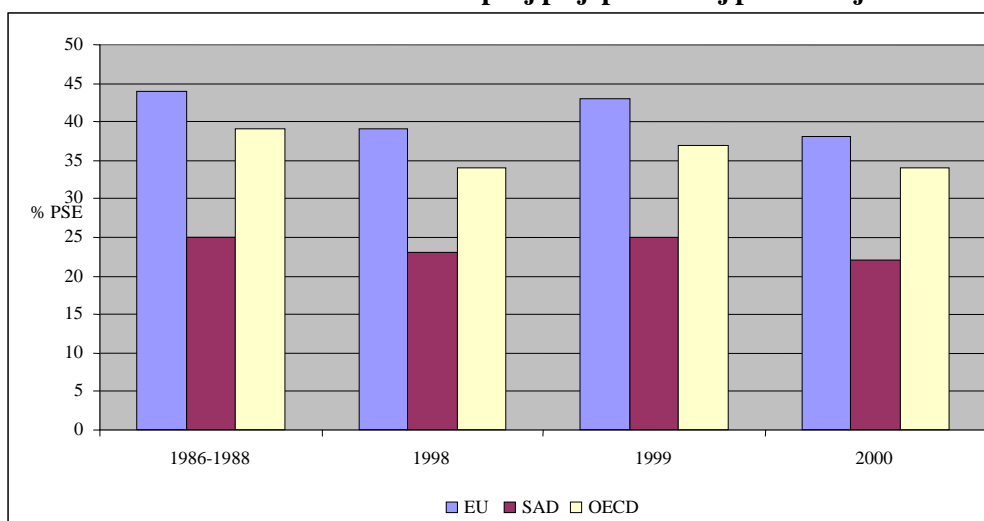
¹ eng. *Uruguay Round Agreement on Agriculture*

procentualni nivo zaštite na poljoprivredne proizvode ostao relativno konstantan. Postavila su se pitanja: da li su zemlje potpisnice ispunile svoje obaveze; da li je zaista ostvaren napredak u pristupu tržištu; da li je došlo do smanjenja domaće podrške i izvoznih subvencija; da li su zemlje potpisnice pronašle neke nedostatke u samom sporazumu koji su im omogućili da izbjegnu preuzete obaveze?

2. Dešavanja u godinama primjene Sporazuma o poljoprivredi

U periodu 1998-2000 ukupna podrška poljoprivredi SAD je iznosila 20.803 US\$ po poljoprivredniku. Istovremeno u EU je iznosila 16.028 US\$.

Grafik 1. Procenat PSE u ukupnoj poljoprivrednoj proizvodnji²



Nivo podrške proizvođačima (PSE)³ kao procenat ukupne poljoprivredne proizvodnje u EU, SAD i zemljama OECD nije se primijetno mijenjao tokom perioda primjene URAA (vidi grafik 1). Ovo je otvorilo dilemu da li je ovakav nepromijenjen nivo PSE tokom perioda primjene rezultat neispunjavanja obaveza zemalja članica STO ili rezultat nedostataka ovog Sporazuma ili ne?

² Izvor: OECD, "Agriculture policies in OECD Countries: Monitoring and Evaluation", 2001, str.18

³ Podrška proizvođačima (PSE) koju izračunava Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) je mjera koja se najčešće koristi da bi se izrazio nivo zaštite u sektoru poljoprivrede. To je zbirna mjera dobijena sabiranjem carina, izvoznih subvencija, domaće podrške i drugih oblika zaštite.

2.1 Pristup tržištu

Jedan od najvećih uspjeha Urugvajске runde pregovora bilo je pretvaranje različitih barijera pristupa tržištu (kvote, uvozna i izvozna ograničenja, minimalne uvozne cijene i sl.) u carine kroz proces tarifkacije. Carine su transparentnije od ostalih vrsta zaštite i ako su izražene u obliku *ad valorem* stopa prenose bolje signale poljoprivrednicima o kretanju svjetskih cijena. „Nove“ carine bile su podešene na nivoe koji su pružali jednak stepen zaštite kao necarinske barijere. „Nove“, obavezujuće carinske stope (*bound rates*) iz URAA su maksimalne stope koje zemlje članice STO mogu da primjenjuju.

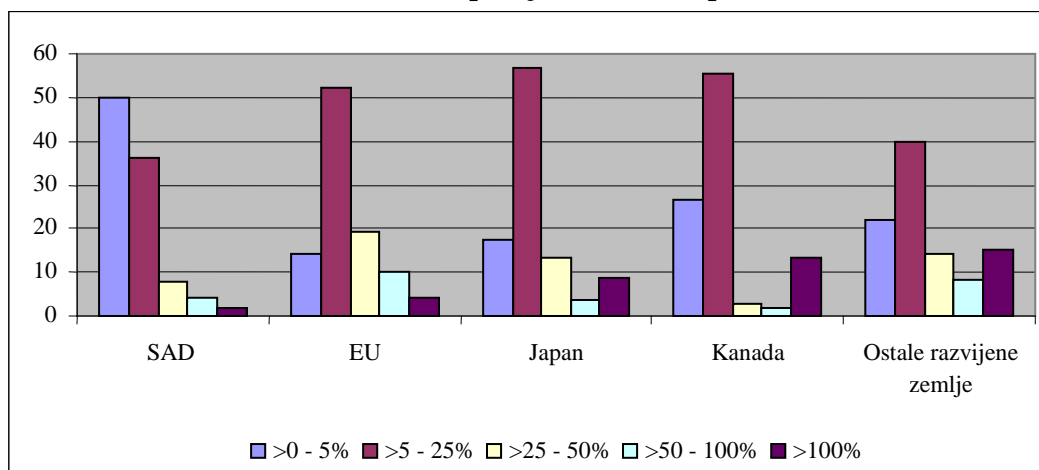
Dakle, u cilju implementacije URAA, od zemalja članica STO zahtijevalo se da smanje barijere pristupa tržištu, odnosno da smanje carinske stope. Praćenje prosječnog procentualnog smanjenja carina težak je zadatak, jer se mnoge carine ne izražavaju kao jednostavna procentualna stopa koja se dodaje na svjetsku cijenu (kao što su *ad valorem* carine). Da bi se prilagodile novim zahtjevima, zemlje članice STO podnijele su Sekretarijatu STO Liste koncesija u kojima su navele konačne obavezujuće carinske stope na pojedine proizvode na kraju implementacionog perioda.

Pretvaranjem složenih carina u *ad valorem* tarifne ekvivalente obezbjeđuje se pravi uvid u tekuće prosječne obavezujuće carinske stope u svijetu. Ovim se ilustruju relativni iznosi carina između zemalja na kraju implementacionog perioda. Prosječna obavezujuća carinska stopa u SAD od 12% je među najnižim u svijetu, dok u EU iznosi 30%, Kanadi 24%, Japanu 33% i Norveškoj 152%. Najveće prosječne obavezujuće carinske stope su među zemljama u razvoju. Regioni Južna Azija, Karipska ostrva, Subsaharska Afrika i sjeverna Afrika imaju prosječne carine iznad globalnog prosjeka od 62%⁴.

Razlog zbog kojeg prosječne carinske stope ne daju jasnu sliku o nivou zaštite je varijacija nivoa carina između pojedinih proizvoda (fenomen poznat kao disperzija carina). Grafik 2. ilustruje disperziju carinskih stopa u EU, SAD, Japanu, Kanadi i ostalim razvijenim zemljama. Većina obavezujućih carinskih stopa je relativno niska. Ipak, navedene zemlje zadržavaju visoke obavezujuće carinske stope, poznate kao tarifni vrhovi ili „megacarine“ na pojedine proizvode ili grupe proizvoda. Najveći tarifni vrh na pojedinačni proizvod u SAD je 350%, dok u EU iznosi 500%⁵. Tarifni vrhovi u EU i SAD se uopšteno primjenjuju na uvoz koji je konkurentan domaćim proizvođačima. EU primjenjuje dobro poznate tarifne vrhove na žitarice, šećer i mliječne proizvode, dok ih SAD primjenjuje na šećer, kikiriki i mliječne proizvode.

⁴ Izvor: Beierle C. Thomas, "From Uruguay to Doha: Agriculture Trade Negotiations at the World Trade Organizations", *Resources for the Future*, Washington, 2002, str.19

⁵ Izvor: Beierle C. Thomas, "From Uruguay to Doha: Agriculture Trade Negotiations at the World Trade Organizations", *Resources for the Future*, Washington, 2002, str.19

Grafik 2. Disperzija carinskih stopa⁶

Iz tri razloga, URAA je dozvoljavao razvijenim zemljama da održe ovakvu disperziju carina koja dovodi do tarifnih vrhova i tarifne eskalacije:

Prvo, sam proces tarifkacije daje zemljama pravo na jako visoke bazne carinske stope na osnovu kojih se vrši smanjenje, jer je bazni period bio period abnormalne zaštite. Zemlje su preuveličavale iskrivljujuće efekte necarinskih barijera i podesile jako visoke nivoe tarifnih ekvivalenata. To je nazvano "prljava tarifkacija" (*dirty tariffication*) jer su na kraju neke novostvorene carine pružale mnogo veći nivo zaštite nego necarinske barijere koje su zamijenjene.

Drugo, smanjenje carina je izračunavano kao neponderisani prosjek, pa su zemlje mogle da zadrže visoke carinske stope na pojedine proizvode u zamjenu za snižavanje stopa na manje osjetljive proizvode. Veliko procentualno smanjenje nižih carina bilo je dozvoljeno na veću količinu roba, dok je na manju količinu roba bilo dozvoljeno malo procentualno smanjenja visokih carina. Dakle, tokom perioda implementacije URAA, već postojeće visoke carinske stope uopšteno su mnogo manje procentualno smanjene nego postojeće niže carinske stope.

Treće, obaveze smanjenja su se primjenjivale na obavezujuće stope (*bound rates*), a ne na carinske stope koje se primjenjuju na uvoz (*applied rates*). U mnogim zemljama carinske stope koje su se primjenjivale na uvoz su mnogo niže od njihovih obavezujućih stopa, što u potpunosti umanjuje značaj obaveza smanjenja na obavezujućim stopama.

U periodu implemenatcije URAA kompletna tarifkacija nije realizovana zato što bi većina novih izračunatih carina efektivno spriječila kompletan uvoz pojedinih proizvoda. Kompromis se pojavio u formi carinskih kvota. One su se koristile da održe nivoe

⁶ Izvor: Bufisher, Mary "The Road Ahead: Agricultural Policy Reform in the WTO—Summary Report", U.S. Department of Agriculture, Agricultural Economic Report No. 797, Washington, 2001, str.11

trgovine koji su bili prije procesa tarififikacije ili da osiguraju minimalni uvozni pristup tržištu. Zemlje su primjenjivale carinske kvote na većinu domaćih osjetljivih proizvoda.

Na kraju 1999. godine, od 137 zemalja članica STO, 37 je notifikovalo ukupno 1.368 carinskih kvota (pogledati tabelu 1). Tri zemlje članice primjenjivale su jednu trećinu svih carinskih kvota: Norveška, Poljska i Island (zajedno su imale 431 kvotu). SAD i EU računaju na relativno malo carinskih kvota, ali se nalaze među četiri zemlje članice STO sa carinskim kvotama koje su u potpunosti popunjene (koje se do kraja koriste). U EU i SAD, prosječne obavezujuće carinske stope izvan kvota su respektivno 463% i 190% veće nego prosječne carinske stope u kvotama.⁷ I EU i SAD koriste svoje carinske kvote kao način da stvore preferencijalne trgovinske aranžmane sa pojedinim zemljama.

Tabela 1. Članice STO koje koriste carinske kvote⁸

Zemlja članice	Notifikovane carinske kvote	Carinske kvote koje se primjenjuju
Norveška	232	19
Poljska	109	35
Island	90	12
EU	87	87
Bugarska	73	45
Mađarska	70	68
Kolumbija	67	34
Sjeverna Koreja	64	63
Venecuela	61	2
SAD	54	54
Sve ostale članice	461	307
Ukupno	1368	726

Tokom primjene carinskih kvota pojavili su se i problemi tarifnih vrhova i tarifnih eskalacija (kao i u slučaju standardne carine). Primarni problem je "neispunjena" (*underfill*) kvota kod većine zemalja članica. Od 1995-98. godine samo oko polovina količinskih ograničenja carinskih kvota bilo je djelimično ili potpuno ispunjeno; oko četvrtina je bila ispunjena manje od 20%.

Mnogi smatraju da je neispunjenost carinskih kvota tokom perioda implementacije znak da su carinske stope u okviru kvota još uvijek jako visoke. Prosječna carinska stopa unutar kvota u svijetu je oko 63%, dok je prosječna carinska stopa izvan kvote jako visoka i iznosi oko 128%⁹.

⁷ Izvor: Beierle C. Thomas, "From Uruguay to Doha: Agriculture Trade Negotiations at the World Trade Organizations", *Resources for the Future*, Washington, 2002, str.18

⁸ Izvor: www.wto.org

⁹ Izvor: Gibson, P. "Profiles of Tariffs in Global Agricultural Markets", *US Department of Agriculture*, Washington, 2001, str.16

Problem neispunjenosti kvota takođe karakteriše i skrivanje protekcionizma upravljanjem kvotama. Kvota dozvoljava vlasnicima da uvoze po nižim stopama i stoga dobijaju ekonomske rente. U implementaciji carinskih kvota, zemlje su koristile različite šeme alokacije kvota da smanje transparentnost i dodaju kompleksnost tom procesu. Različite šeme alokacije različito dijele rente, i stvorene su veće mogućnosti za favoritizam, protekcionizam i korupciju.

Konačno, pristup tržištu razvijenih zemalja ograničavan je posebnim mjerama zaštite. Trideset osam zemalja članica STO imalo je rezervisano pravo da koristi posebne mjere zaštite (SAD i EU su najčešći korisnici zaštite). Tokom perioda implementacije, računa se da je u SAD 50% svih cijena bazirano na posebnim mjerama zaštite (57% u EU). Ipak, STO članice (uključujući EU i SAD) su daleko više bile uzdržane od korišćenja posebne mjere zaštite u poljoprivredi, nego što je bilo ko predviđao u vrijeme Urugvajске runde pregovora.

2.2 Domaća podrška

Urugvajskim Sporazumom o poljoprivredi sve mjere domaće podrške su podijeljene u tri kategorije i to: *Green box*, *Amber box* i *Blue box* mjere.

Mjere domaće podrške koje nemaju uopšte ili imaju minimalne remeteće efekte na trgovinu predstavljaju *Green box* mjere. Ove mjere izuzete su od obaveza smanjenja i mogu se povećavati bez ikakvih finansijskih ograničenja od strane STO. U *Green box* mjere spadaju opšte vladine usluge (kao npr. istraživanje, kontrola bolesti i štetočina, usluge obučavanja, stručne i savjetodavne usluge, usluge inspekcije, marketinške i promotivne usluge, infrastrukturne usluge), direktna davanja proizvođačima koja utiču na rast njihovih prihoda, ali ne utiču na cijenu proizvodnje; pomoć za strukturalna prilagođavanja; i direktna plaćanja u okviru programa za zaštitu čovjekove okoline i programa regionalne pomoći.

Blue box mjere predstavljaju direktna plaćanja za programe ograničavanja proizvodnje. Ove mjere su izuzete od obaveza smanjenja ako se plaćanja:

- zasnivaju na određenom području i određenim kulturama; ili
- izvršavaju sa 85% ili niže od nivoa proizvodnje koji je definisan kao bazni; ili
- u slučaju stočarstva obavljaju prema određenom broju grla stoke¹⁰.

Mjere domaće podrške koje izazivaju poremećaje u trgovini prema URAA svrstavaju se u *Amber box* mjere (neizuzete mjere domaće podrške) i predmet su obaveza smanjenja. U ove mjere spadaju:

¹⁰ Izvor: World Trade Organization, "The Agreement on Agriculture", Geneva, 1995

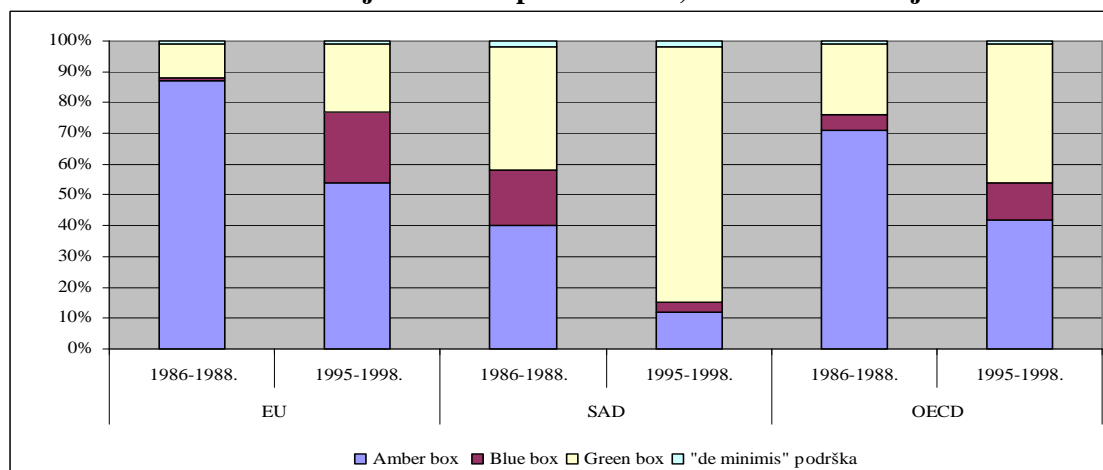
- mjere podrške tržišnoj cijeni, i
- direktne subvencije za proizvodnju ili subvencionisanje inputa.

URAA sadrži *de minimis* odredbu prema kojoj se ne zahtijeva smanjenje domaće podrške koja remeti trgovinu u onoj godini u kojoj zbirna vrijednost podrške za određeni proizvod ne prelazi 5% ukupne vrijednosti proizvodnje tog proizvoda. Pored toga, podrška koja se ne odnosi na neki određeni proizvod, a manja je od 5% ukupne vrijednosti poljoprivredne proizvodnje takođe je izuzeta od obaveza smanjenja.

Trideset četiri članice STO obavezalo se na smanjenje *Amber box* mjera domaće podrške, dok je nivo *Amber box* mjera u ostalim državama mogao da se svrsta u *de minimis* nivo. Najveće iznose sredstava *Amber box* mjera imale su razvijene zemlje, kod kojih su se obavezujući maksimalni nivoi kretali u rasponu 19-23 milijarde US\$. Pored toga, većina država nije dostigla maksimalne nivoe jer se njihova podrška obično kretala između 6-11 milijardi US\$.

U prvim godinama važenja Sporazuma, države su uradile jako malo na njegovoj implementaciji. Granični nivo sniženja je postavljen prilično visoko, pa državama nije bilo potrebno da previše smanjuju *Amber box* mjere. Godine 1997. domaća podrška se u većini zemalja povećala i vratila na nivo iz perioda 1986-88. Kako je postojala mogućnost prekoračenja gornjeg dozvoljenog nivoa, članice su sve više počele koristiti *Green box* mjere. Povećanje nivoa korišćenja ovih mjera omogućilo je zemljama da ostvare ciljeve postavljene u domaćim poljoprivrednim politikama i ujedno da poštuju pravila STO. EU, SAD i Japan su države sa najvećim učešćem na svjetskom tržištu poljoprivrednih proizvoda, a obezbjeđuju i najveću domaću podršku svojim poljoprivrednicima.

Grafik 3. Struktura mjera domaće podrške u EU, SAD i OECD zemljama¹¹



¹¹ Izvor: OECD, "Agriculture policies in OECD Countries: Monitoring and Evaluation", 2001

SAD i EU daju svojim poljoprivrednicima sve tri vrste domaće podrške. Većina domaće podrške u SAD (oko 60 milijardi US\$) namijenjena je za *Green box* mjere, koje su se u periodu od 1995-98 udvostručile u odnosu na bazni period (1986-88). Kao što se može vidjeti na grafiku 3, 12% je namijenjeno *Amber box* mjerama, a 2% *de minimis* podršci. *Blue box* mjere predstavljaju 3% domaće podrške. EU je namijenila daleko više za domaću podršku (100-120 milijardi US\$ godišnje). Prosječno je u periodu od 1995-98 namijenjeno 55% za *Amber box* mjere (zajedno sa *de minimis* podrškom) i time je premašen gornji nivo *Amber box* mjera predviđen Sporazumom. Najniža domaća podrška je u obliku *Green box* mjera, koje godišnje iznose oko 22%, dok 23% domaće podrške predstavljaju *Blue box* mjere.

Većina država OECD je imala relativno nizak nivo *Amber box* mjera u odnosu na nivo koji je dozvoljen (sa izuzetkom nekoliko država većina ispod 70%). Na grafiku 3 možemo vidjeti da su se *Green box* mjere u državama OECD udvostručile (u periodu 1995-98 iznosile su 45%) i da su *Amber box* subvencije u razdoblju od 1995-98 iznosile 42%. Zato je kod polovine podrška izuzeta iz obaveza smanjenja.

SAD i EU su prije implementacije URAA sprovele reforme koje bi im omogućile smanjenje trošenja na domaću podršku koja izaziva poremećaje u trgovini. Pored tih reformi, Urugvajski sporazum o poljoprivredi omogućio je SAD i EU da održe *Amber box* mjere domaće podrške na proporcionalno većem nivou nego ostale članice STO. Prvo, kao i u slučaju carina, bazni period 1986-88 bio je period istorijski visokih nivoa domaće podrške koja izaziva poremećaje u trgovini. Drugo, neke vrste podrške klasifikovane su u *Blue box* mjere i time izuzete iz obaveza smanjenja. Treći razlog je agregatni karakter ukupne zbirne mjere podrške. Zbirna mjera podrške nije računata na nivou pojedinačnog proizvoda, što je omogućilo da se podrška prenosi sa jednog na drugi proizvod. Podrška proizvodima se lako preoblikovala (preoblikovanjem *Amber box* subvencija u *Blue box*) što je za posledicu imalo veće nedozvoljene subvencije.

Tokom godina implementacije Sporazuma zemlje u razvoju (ZUR) upozoravale su na sve veće nivoe domaće podrške u razvijenim zemljama. *Amber box* trošenja su ostala u okviru obavezujućih nivoa, ukupna trošenja na domaću podršku (*Amber*, *Blue* i *Green box* mjere zajedno) su se ustvari povećala u odnosu na nivo prije Urugvajске runde.

Interes ZUR za *Green box* mjere je mali zbog neznatnog obim korišćenja ove vrste domaće podrške. Postavlja se pitanje: da li one imaju samo minimalan uticaj na trgovinu? Čak iako individualni programi samo minimalno remete trgovinu, oni veoma lako mogu imati kumulativni efekat na trgovinu. Prema mišljenju OECD praktično je nemoguće za mjere domaće podrške da budu potpuno nepovezane sa proizvodnjom i trgovinom i stoga je nemoguće očekivati da ne izazivaju poremećaje u trgovini.

ZUR smatraju da odredbe Sporazuma koje se odnose na domaću podršku stvaraju veliki razlike između razvijenih zemalja i ZUR. Čak iako su ZUR sposobne da obezbijede *Amber box* mjere, Urugvajski sporazum o poljoprivredi im onemogućava da ih koriste iznad *de minimis* nivoa. Nasuprot toga, SAD mogu da troše tri puta više od *de minimis* nivoa prije dostizanja *Amber box* obavezujućeg maksimalnog nivoa, dok EU može da troši sedam puta više od *de minimis* nivoa.

2.3 Izvozna konkurencija

Prema URAA samo 25 zemalja članica STO (pogledati tabelu 2), većina od njih su razvijene zemlje, imalo je pravo da koristi izvozne subvencije i morale su se obavezati na smanjenje njihovog nivoa.

Tabela 2. Zemlje koje mogu koristiti izvozne subvencije¹²

Država članica	Broj proizvoda na koje se primjenjuju izvozne subvencije	Država članica	Broj proizvoda na koje se primjenjuju izvozne subvencije
Australija	5	Novi Zeland	1
Brazil	16	Norveška	1
Bugarska	44	Panama	1
Kanada	11	Poljska	17
Kolumbija	18	Rumunija	13
Kipar	9	Slovačka	17
Češka	16	Sjeverna Afrika	62
EU	20	Švajcarska	5
Mađarska	16	Turska	44
Island	2	Urugvaj	3
Indonezija	1	SAD	13
Izrael	6	Venecuela	72
Meksiko	5		

I pored toga, u periodu implementacije Sporazuma u oblasti izvoznih subvencije pojavilo se nekoliko nedostataka:

- nivo izvoznih subvencija, koje su bile predmet smanjenja, postavljen je veoma visoko, što je bila posljedica izbora baznog perioda. Proračunati troškovi namijenjeni izvoznim subvencijama u baznom periodu 1986-88 bili su jako visoki, tako da su zemlje članice STO mogle da zadrže visoke maksimalne obavezujuće nivoe izvoznih subvencija u svojim listama koncesija;

¹²Izvor: Ingco D. Merlinda, "Agriculture, Trade and the WTO", World Bank, 2003

- smanjenje izvoznih subvencija takođe je zavisilo od stepena agregacije. Tako je Švajcarska odredila jedan nivo izvoznih subvencija za mliječne proizvode, dok ih je EU podijelila na maslac, sir, mlijeko i druge mliječne proizvode. Švajcarskoj je to omogućilo da preraspoređuje izvozne subvencije sa jednog mliječnog proizvoda na drugi, pa u slučaju kada je agregatni nivo subvencija veliki lako se vrši preraspodjela subvencija na one proizvode koji imaju najniže cijene na svjetskom tržištu;
- države lako prenose neupotrijebljene izvozne subvencije iz jedne godine u drugu, jer su se obavezali na nivo izvoznih subvencija na kraju implementacionog perioda.

U periodu 1995-98 članice STO trošile su preko 27 milijardi US\$ na subvencionisanje izvoza, pri čemu je EU trošila blizu 90%, Švajcarska 5% i SAD manje od 2% (pogledati tabelu 3). EU je najveći korisnik izvoznih subvencija i kada se uzme u obzir vrijednost subvencija i obim izvoza koji se subvencionišu. Prema podacima STO, EU je trošila na izvozne subvencije u prosjeku 6 milijardi US\$ godišnje u periodu 1995-98. Tokom istog perioda obim subvencionisanog izvoza u EU u prosjeku je iznosio 28 miliona tona godišnje plus 3,6 miliona hektolitara (95 miliona galona) vina i alkohola. U periodu 1995-98 EU je subvencionisala skoro cio izvoz žita, putera, ulja, govedine i obranog mlijeka u prahu. Većina pšenice i mliječnih proizvoda takođe je bila subvencionisana. Švajcarska je davala subvencije za izvoz priplodnih goveda i konja, mliječnih proizvoda, voća, krompira i prerađenih proizvoda. U Švajcarskoj se na mliječne proizvode izdvaja 65% ukupnih troškova subvencionisanja izvoza i blizu 80% obima subvencionisanog izvoza (u prosjeku oko 230 miliona US\$ ili 59 hiljada tona godišnje). Na prerađene proizvode izdvaja se 29% troškova (što iznosi u prosjeku oko 102 miliona US\$ godišnje). Blizu 98% troškova subvencionisanja izvoza u SAD izdvaja se za mliječne proizvode (ispod 2% na živinu i manje od 1 % za žito)¹³

Tabela 3. Troškovi subvencionisanja izvoza (u milionima US\$)¹⁴

	Troškovi	Procenat u ukupnim troškovima
Evropska unija	24.369	89,4
Švajcarska	1.403	5,1
SAD	406	1,5
Norveška	341	1,3
Ostale članice STO	728	2,7

EU i Švajcarska se oslanjaju na izvozne subvencije više nego ostale članice STO jer daju podršku proizvođačima u cilju održavanja visokih cijena, kojima se stimuliše proizvodnja

¹³ Izvor: Dixit P; Josling, T. and Blandford, D. "The Current WTO Agricultural Negotiations: Options for Progress", 2001, str.15 - 16

¹⁴ Izvor: www.wto.org

iznad domaćih potreba i stvaraju mogućnosti komercijalnog izvoza. Istovremeno obje zemlje zadržavaju barijere da bi zadržali jeftinije uvozne proizvode izvan domaćeg tržišta. Veličina izvoznih subvencija se mijenja sa fluktoacijama svjetskih cijena i deviznog kursa, pri čemu je izvozna subvencija po jedinici jednaka razlici između domaće i svjetske cijene.

Najveći dio ukupnih trošenja na izvozne subvencije članice STO izdvajaju za mliječne proizvode (34% u ukupnim troškovima izvoznih subvencija u periodu 1995-98). Govedina je pojedinačni proizvod za koju se najviše subvencionira izvoz (21% subvencija, odnosno u prosjeku 1,4 milijardi US\$ godišnje). Na izvozne subvencije za žito, šećer i prerađeni proizvode zajedno godišnje se troši 35%.¹⁵

U najvećem broju zemalja članice STO njihove izvozne subvenciju su ispod maksimalnog dozvoljenog nivoa. Tokom perioda implementacije URAA, procenat obima i vrijednosti obaveza koje su ispunjene se povećao, a smanjeni su nivoi subvencionisanja, dok su i svjetske cijene počele opadati. Članice STO su u slučaju većine proizvoda bile bliže ispunjavanju obaveza koje se odnose na obim subvencionisanog izvoza nego obaveza koje se odnose na vrijednost subvencija.

U periodu implementacije URAA, pored izvoznih subvencija, pojavili su se novi instrumenti kojima se utiče na izvoznju konkurenciju, a koji nisu obuhvaćeni Sporazumom. Među najznačajnijim su izvozni krediti, pomoć u hrani, izvozna državna trgovinska preduzeća koje upotrebljavaju prije svega ZUR.

I dok je EU primarno usmjerila svoje napore na smanjenje izvoznih subvencija, SAD su bile kritikovane kada su u pitanju njihovi programi izvoznih kredita. Izvozne kredite odobravaju strane banke za svrhu finansiranja nabavke američkih poljoprivrednih proizvoda, dok komercijalne banke u SAD garantuju njihovo vraćanje. Ovi programi uopšteno dozvoljavaju stranim kupcima američkih proizvoda da dobiju kredite od domaćih banaka po nižim kamatnim stopama (zbog nižeg rizika vraćanja), sa smanjenim taksama i dužim rokom vraćanja. Takvi krediti su glavna vrsta američke poljoprivredne izvozne pomoći. Računa se da SAD garantuju 46% dolarskih iznosa kredita za sve OECD zemlje.

U pregovorima tokom Urugvajске runde mnoge zemlje su se složile da bi programi izvoznih kredita trebali da budu regulisani zajedno sa izvoznim subvencijama. Kao i u slučaju izvoznih subvencija programi izvoznih kredita dozvoljavaju zemljama da utiču na cijenu i količinu izvoza. SAD su uspjele da zadrže izvozne kredite izvan Sporazuma o poljoprivredi i time izbjegnu obavezivanje.

Pored izvoznih kredita pojavile su se polemike o ulozi i značaju programa pomoći u hrani. SAD koriste viškove hrane kao pomoć. Tako je više od polovine američkog izvoza

¹⁵ Izvor: Dixit P; Josling, T. and Blandford, D. "The Current WTO Agricultural Negotiations: Options for Progress", 2001, str. 16

pšenice 1999. i 2000. bilo namijenjeno za pomoć u hrani. Ovaj oblik pomoći je važan instrument za osiguranje prehrambene sigurnosti za najsiromašnije ZUR. Međutim, mnogi pomoć u hrani označavaju kao prerušavanje izvoznih subvencija zato što besplatno obezbjeđuju hranu za svjetsko tržište. Često je teško ustanoviti da li su pošiljke pomoći u hrani motivisane stvarnom potrebom ili jednostavnim stvaranjem dampinga viškovima robe.

3. Zaključak

Dosadašnji proces liberalizacije trgovine poljoprivrednim proizvodima nije dao očekivane rezultate. Razlog tome su nedostaci Sporazuma o poljoprivredi koji su došli do izražaja u periodu njegove primjene. Kao najveći nedostaci izdvojili su se:

- izabrani bazni period - odnosi se na izuzetno visoke carinske zaštite, veliku podršku domaće proizvodnje i izvozne subvencije;
- primjena tzv. "prljave tarifkacije" čime su dobijeni visoki nivoi tarifnih ekvivalenata;
- zadržane su visoke carinske stope na pojedine proizvode;
- primjena obaveznih smanjenja na obavezujuće stope (*bound rates*) a ne na carinske stope koje se primjenjuju (*applied rates*). Agregatni karakter zbirne mjere podrške umanjio je značaj smanjenja domaće podrške jer je dozvoljavao zemljama da prenose domaću podršku sa jednog proizvoda na drugi;
- izvozne subvencije nisu ukinute i proizvođači iz različitih zemalja stavljeni su u neravnotežan položaj; i
- izvozni krediti nisu uključeni u subvencije.

Doprinos skromnim rezultatima liberalizacije trgovine poljoprivrednim proizvodima dale su i razvijene zemlje (prije svega EU i SAD) koje su nastavile da primjenjuju poljoprivredni protekcionizam. "Argument o industriji u povelju je dimna zavjesa. Takozvana djeca nikada ne porastu. Kada su jednom uvedene, carine se nikad ne ukidaju. Štaviše, ovaj argument se rijetko koristi u prilog prvih nerođenih beba koje možda mogu da se rode i prežive ako im se pruži privremena zaštita. One nemaju svog zastupnika. Argument se koristi za naraslu djecu koja mogu da organizuju politički pritisak"¹⁶.

Poljoprivredni protekcionizam razvijenih zemalja rezultat je pritiska jakih i uticajnih poljoprivrednih lobija. Iako se radi o malim grupama, jako dobro su organizovane i djelotvorne. Na primjer, francuski farmeri su dobro organizovani, ratoborni i gotovo beskrupulozni u nametanju svog interesa. Spremni su na razne stvari: počev od blokade puteva, pa do opšte tuče. Niko u Francuskoj nema politički interes da se sa njima sukobi. Američki farmeri imaju druge metode. Obično se oslanjaju na uticaj svojih predstavnika (lobista) u Vašingtonu. Nijedan kongresmen iz farmerske države Ajove neće glasati za ukidanje subvencija. Ovakva politika je pogubna po ekonomsku efikasnost. Nadalje,

¹⁶ Izvor: Friedman, Milton i Rose „Sloboda izbora“, Globalbook, 1998

prema procjenama International Food Policy Research Institute samo gubitak ZUR usled poljoprivrednih subvencija u razvijenim zemljama iznosi oko 24 milijarde US\$ godišnje (dodatnih 40 milijardi US\$ godišnje za ZUR može se očekivati od izvoza ukoliko se uklone postojeće barijere uvozu poljoprivrednih proizvoda). Međutim, vlade razvijenih zemalja nisu zainteresovane ni za ekonomsku efikasnost, niti za gubitke ZUR. Njih interesuje samo sopstveno biračko tijelo i moćne interesne grupe, poput farmera.

Dakle, bez obzira na nedostatke, URAA je omogućio da oblast trgovine poljoprivrednim proizvodima konačno dospije pod okrilje međunarodnih pravila i disciplina, što je svakako napredak u odnosu na prethodno stanje potpunog odsustva međunarodne jurisdikcije u ovoj oblasti. Ovim je napravljen prvi ali ne i dovoljan korak u liberalizaciji trgovine poljoprivrednim proizvodima. Naime, protekcionizam i intervencija države u poljoprivredi i dalje postoji i kao u drugim privrednim granama, stvara više gubitnika nego dobitnika. Stoga treba težiti daljoj liberalizaciji trgovine poljoprivrednim proizvodima koja donosi dobit prije svega potrošačima. U slučaju postojanja carina ili necarinskih barijera potrošači plaćaju višu cijenu nego u slučaju da one ne postoje. Takođe, sa otvaranjem tržišta povećava se ponuda kvalitetnijih poljoprivrednih proizvoda što opet ide u korist potrošača. Dobitnici od dalje liberalizacije trgovine su i poljoprivredni proizvođači koji rentabilno posluju jer otvaranjem tržišta stvaraju se uslovi za rast njihove proizvodnje. Posledično, na bazi rasta poljoprivredne proizvodnje korist od slobodne trgovine imaju i zaposleni u poljoprivredi kao i dio nezaposlenih lica koji ekspanzijom poljoprivredne proizvodnje prouzrokovane liberalizacijom tržišta dobijaju posao.

Svakoj zemlji je bolje liberalizovati tržište poljoprivrednih proizvoda bez obzira na to da li su njeni trgovinski partneri protekcionisti, jer ekonomsku cijenu carina i ostalih trgovinskih prepreka uvijek najviše snosi ona zemlja koja ih primjenjuje, a ne njeni trgovinski partneri.

Riječju, sve zaštitne mjere u oblasti trgovine, ne samo poljoprivrednim proizvodima, onemogućavaju djelovanje mehanizma cijena prilikom alokacije resursa. Na praktičnom nivou potrošači u zemlji koja „štiti“ sektor poljoprivrede od uvoza plaćaju veće cijene, odnosno snose trošak neefikasnosti poljoprivrednih proizvođača u svojoj zemlji. Isto tako mjere kojima se podstiče izvoz kroz redistributivne mehanizme i davanje subvencija i olakšica izvoznima poljoprivrednih proizvoda povećavaju poresko opterećenje domaćih poreskih obveznika. Najjednostavnije, novac od poreza koji plaća poreski obveznik u zemlji izvoznici koristi se za finansiranje potrošnje poljoprivrednih proizvoda u zemlji uvoznici. Da li su poreski obveznici zaista spremni i voljni da finansiraju potrošače u nekoj drugoj zemlji? Koliko je bilo ko od nas spreman da plaća ono što kupuju potrošači u zemlji koja uvozi naše proizvode?

Sve prethodno navedeno nam govori da ne postoji dilema kada je u pitanju dalja liberalizacija trgovine poljoprivrednim proizvodima. Ali, da bi se se zaista ostvarila željena liberalizacija tržišta poljoprivrednih proizvoda potrebno je shvatiti da liberalizacija

ne predstavlja samo skup pravila već način razmišljanja koji se mora prihvatiti i primjenjivati ne samo u oblasti međunarodne trgovine nego i u svim ostalim oblastima.

Literatura

1. Anderson K.; Hoekman B. and Strutt A. "Agriculture and the WTO: Next steps" CIES Discussion Paper, University of Adelaide, Adelaide, 1999
2. Babić, Mate, "Makroekonomija", Mate, Zagreb 1996
3. Beierle C. Thomas "From Uruguay to Doha: Agriculture Trade Negotiations at the World Trade Organizations", Resources for the Future, Washington, 2002
4. Bjelić, Predrag "Svjetska trgovinska organizacija", Prometej Beograd, 2002
5. Brink L. "Domestic Support Issues in the Uruguay Round and Beyond" Trade Research Series, Agriculture and Agri-Food Canada, Ottawa, 2000
6. Bufisher, Mary "The Road Ahead: Agricultural Policy Reform in the WTO—Summary Report", U.S. Department of Agriculture, Agricultural Economic Report No. 797, Washington, 2001
7. Friedman, Milton i Rose, "Sloboda izbora", Global Book, 1998
8. Halderman, M. and Nelson, M. "The EU's CAP, the Doha Round and Developing Countries", Institute of European Studies, 2004
9. Hayek A. Friedrich, "Poredak slobode", Global book, Novi Sad, 2000
10. Hazlitt, Henry, "Ekonomija u jednoj lekciji", Global Book; 1998
11. Ingco D. Merlinda "Agriculture Trade Liberalization in the Uruguay Round: One Step Forward, One Step Back?" Policy Research Working Paper, World Bank, 1995
12. Ingco D. Merlinda, "Agriculture, Trade and the WTO", World Bank, 2003
13. Josling, Tim "The Uruguay Round Agreement on Agriculture: A Forward Looking Assessment", OECD, Paris, 1998
14. Ludvig von Mises i Friedrich A. Hayek, "O slobodnom tržištu", Mate, Zagreb, 1997
15. OECD, "Agriculture policies in OECD Countries: Monitoring and Evaluation", 2001
16. Smith, A. "Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda", Global book, Novi Sad, 1998
17. Vukotić, Veselin "Makroekonomski računi i modeli", CID, Podgorica, 2001
18. Vukotić, Veselin "Psihofilozofija biznisa", CID, Podgorica, 2003
19. World Trade Organization, "The Agreement on Agriculture", Geneva, 1995

Web sajтови

www.wto.org

www.oecd.org

www.faostat.fao.org

www.europa.eu.int

www.intracen.org

www.iie.com

www.worldbank.org

Tanja Bošković*

Značaj zaštite intelektualne svojine

Abstract

Intellectual property rights – copyrights, trademarks, patents, trade secrets, and related rights - have become increasingly important with the advent of increased international trade, global and knowledge-based economy. A strong intellectual property right regime is necessary in order to attract foreign trade and direct investments. This paper analyses the main economic issues of intellectual property right protection in the context of the World Trade Organization. Also, it explains the need of having an Agreement on intellectual property rights with impact on the business world. Moreover, the article reviews the main provisions of the Agreement and the most important intellectual property rights.

Key words: *intellectual property rights, international trade, WTO, TRIPS*

Uvod

Još od samih početaka trgovine i privredne aktivnosti, kompanije su veliki dio svojih resursa investirale u istraživanje i razvoj. Te investicije su im omogućavale da stvore nove proizvode, da se istaknu i postanu vodeće firme u sektoru svog djelovanja. Ovakvi troškovi davali su rezultat umnogome zahvaljujući pravu na zaštitu intelektualne svojine svake kompanije.

Međutim, intelektualna svojina je, po samoj svojoj prirodi, manje uhvatljiva od fizičkog kapitala, i iz tog razloga je podložnija krađi. Falsifikovanje i piratstvo u domenu intelektualne svojine se brzo povećava, i ukupno, veći ekonomski, društveni i razvojni troškovi su mnogo više štetni nego što se to danas može pojmiti. Ovakva situacija ne samo da obeshrabruje inovacije i ugrožava zdravlje i bezbjednost, već stvara i značajan odliv za globalnu privredu – podrivajući privredni razvoj, zdrav sistem tržišne privrede i otvorenu međunarodnu trgovinu i investicije.

Pojam zaštite intelektualne svojine

Intelektualna svojina je unikatna i plod je lične kreativnosti i inventivnosti. Ona predstavlja kreacije uma, kao što su pronalasci, literalna i umjetnička djela, simboli, imena, slike, dizajn i slično.

* USAID WTO Accession Project

Predmet zaštite prava intelektualne svojine su duhovne vrijednosti i pravo autora na rezultate svog intelektualnog stvaralaštva, odatle i potiče naziv intelektualna svojina¹. Skoro svako je korisnik i potencijalni stvaralac intelektualne svojine. Filmovi, zvučni zapisi, knjige, kompjuterski softveri i on-line usluge se kupuju i prodaju zbog informacija i kreativnosti koje sadrže, ne zbog plastike, metala ili papira od kojih su napravljeni.

Pravo stvaraoca da spriječi druge da koriste njegove pronalaskе, dizajn ili druge predmete stvaralaštva se naziva pravo intelektualne svojine i javlja se u puno oblika. Zaštita ovog prava, preko sistema nacionalnih i međunarodnih pravila je neophodna radi podsticanja i finansiranja inovacija i kreativnosti, koje za uzvrat, vode ka ekonomskom, kulturnom i socijalnom napretku. Prava na intelektualnu svojину stvaraju dodatnu vrijednost za potrošače i mogu da budu garancija za porijeklo i kvalitet. Zaštitom ovih prava, društvo daje ljudima i organizacijama podsticaj da ulože svoje vrijeme i sredstva u proizvodnju novih proizvoda i tehnologija i da šire znanje i kulturu. To ohrabruje proizvodnju širokog asortimana roba i usluga, i pomaže održavanju zdrave konkurencije.

Istorijat pregovora zaštite prava intelektualne svojine

Sve brži ekonomski razvoj u nacionalnom i međunarodnom okviru nosi sa sobom i potrebu za institucionalnim regulisanjem međusobnih odnosa privrednih subjekata. U skorije vrijeme sve razrušenija oblast intelektualne svojine se, između ostalih, ubraja u pitanja koja su regulisana na međunarodnom nivou. Sa nastankom pojma intelektualne svojine i sa širenjem te oblasti rasla je i neophodnost usaglašavanja nacionalnih zakonodavstava. To je do sada najsveobuhvatnije učinjeno na nivou Svjetske trgovinske organizacije.

Debata o zaštiti intelektualne svojine započeta je tokom Tokijske runde multilateralnih pregovora (1973-79)². U tom periodu razgovori su bili ograničeni samo na oblast trgovine krivotvorenim robom. U GATT nijesu bile sadržane posebne odredbe koje bi regulisale oblast intelektualne svojine, osim odredbe koja je isticala da trgovinske mjere ne bi trebalo da dođu u sukob sa autorskim pravima, patentima i trgovinskim znakovima.

Najveći otpor uključenju ove teme u pregovore su pružale zemlje u razvoju, prvenstveno Brazil i Indija. Naime, između razvijenih zemalja i zemalja u razvoju je postojala suštinska divergencija u pogledu pitanja intelektualne svojine. U razvijenim zemljama pravna regulativa skoro isključivo uzima u obzir zaštitu prava

¹ Besarović, V "Intelektualna svojina, industrijska svojina i autorsko pravo", Beograd, 2000, str. 23.

² Srinivasan, T "Developing Countries and the Multilateral Trading System: From GATT to the Uruguay Round and the Future", Geneve, 1999, str. 28-37

pronalazača, dok u zemljama u razvoju postoji intencija odbrane tzv. javnog interesa, pa u skladu sa tim inovatori su prinuđeni da svoje inovacije plasiraju isključivo preko državnog sektora u cilju povećanja konkurentnosti zemlje. Takođe, većina zemalja u razvoju je bila svjesna da na kratak rok stroža zaštita intelektualne svojine će značiti visoke cijene i smanjen pristup savremenim tehnologijama potrebnim za rast i očuvanje konkurentnosti, dok u nekim oblastima, kao što je farmaceutska i veće cijene patentiranih lijekova, do smanjenja blagostanja.

Zbog svega ovoga, pregovori u ovoj oblasti su postali simbol razdvajanja na relaciji sjever-jug, pa čak i izvor mnogih neslaganja između industrijskih zemalja. Međutim, nakon sedam godina pregovora zemlje u razvoju su popustile pred zahtjevima, naročito SAD, da obezbijede veću zaštitu intelektualne svojine, kao posljedica prijetnje da će im u suprotnosti biti drastično ograničen pristup na tržište SAD. Zaključeni dogovor je jedan od najznačajnijih međunarodnih sporazuma o pitanjima intelektualne svojine.

Obim zaštite i sprovođenje prava intelektualne svojine su varirali od države do države, i kako je intelektualna svojina postajala značajnija u trgovini, ove razlike su predstavljale izvor tenzija u međunarodnim ekonomskim odnosima. Nova, međunarodno usaglašena trgovinska pravila o pravima intelektualne svojine, viđena su kao način uvođenja reda i pravne sigurnosti, kao i više sistematičnosti u rješavanju sporova.

Sporazum STO o trgovinskim aspektima prava intelektualne svojine, je pokušaj da se smanje razlike u načinu zaštite ovih prava širom svijeta i da ona budu regulisana opštim međunarodnim pravilima. U slučaju trgovinskih sporova o pravima intelektualne svojine, primjenjuje se sistem STO o rješavanju sporova.

Prava intelektualne svojine su prava koja se priznaju ljudima za proizvode njihovog umnog stvaralaštva. Sporazum o zaštiti prava intelektualne svojine (TRIPS)³ reguliše sljedeće vrste intelektualne svojine:

- ♦ Autorska i srodna prava
- ♦ Žigove, uključujući i uslužne žigove
- ♦ Geografske oznake
- ♦ Industrijske modele i uzorke
- ♦ Patente
- ♦ Šeme (topografije) integrisanih kola
- ♦ Neotkrivene informacije, uključujući i trgovinske tajne.

³ Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, 1994, Marrakesh Agreement Establishing the World Trade Organization, Annex 1C, Legal Instruments—Results of the Uruguay Round; http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_01_e.htm.

Prava intelektualne svojine se najčešće dijele u dvije glavne oblasti:
(a) autorska i srodna prava i (b) prava industrijske svojine.

Autorska i srodna prava

Prava autora književnih i umjetničkih djela (knjige i druga pisana djela, muzičke kompozicije, slike, skulpture, kompjuterski programi i filmovi) su zaštićena u trajanju od najmanje 50 godina nakon smrti autora.

Takođe, autorska i srodna prava štite prava izvođača (npr. glumaca, pjevača i muzičara) proizvođača fonograma (zvučnih zapisa) i organizacija za emitovanje. Osnovna svrha zaštite autorskih i srodnih prava jeste podsticanje i nagrada stvaralaštva.

Zaštita autorskih prava obuhvata ostvarenja, a ne ideje, postupke ili metode rada. Od članica se zahtijeva prihvatanje odredbi Bernske konvencije o zaštiti literarnih i umjetničkih djela. Sporazum predviđa da kompjuterski programi i baze podataka budu zaštićeni kao i literarna djela u okviru Bernske konvencije.

Članice su dužne da obezbijede autorima ili njihovim nasljednicima pravo da dozvole ili zabrane javno komercijalno iznajmljivanje originala ili kopije njihovih autorskih djela⁴. Sporazumom se predviđa i zaštita prava izvođača od neovlašćenog snimanja i reprodukcija njihovih djela, kao i njihovo emitovanje preko radija i javno prenošenje njihovih izvođenja uživo. Proizvođači fonograma (zvučnih zapisa) imaju pravo da dozvole ili zabrane reprodukciju snimaka preko radija, kao i javno prenošenje televizijskih snimaka bez njihove dozvole.

Industrijska svojina

Industrijska svojina se najčešće dijeli u dvije glavne oblasti:

- ♦ Jedna oblast bi se mogla okarakterisati kao zaštita znakova razlikovanja, posebno žigova⁵ i geografskih oznaka⁶. Zaštita takvih znakova razlikovanja ima za cilj da stimuliše i osigura lojalnu konkurenciju i da zaštiti potrošače, dajući im pravo izbora na osnovu pune informacije između raznih roba i

⁴ Izuzetak su kinematografska djela, osim u slučajevima kada takvo iznajmljivanje ne bi dovelo do obimnog kopiranja takvih djela i time materijalno oštetilo ekskluzivno pravo autora.

⁵ Žigovi prave razliku između robe ili usluge jednog proizvođača, tj. davaoca usluge od robe ili usluga drugog proizvođača, tj. davaoca usluge.

⁶ Geografska oznaka identifikuje određenu robu kao robu porijeklom iz određenog mjesta gdje date karakteristike robe suštinski zavise od njenog geografskog porijekla.

usluga. Zaštita može trajati neograničeno ukoliko određeni znak i dalje ispunjava uslove za zaštitu.

- Druge vrste industrijske svojine se prevashodno štite da bi se stimulisalo stvaranje inovacija, dizajna kao i tehnološko stvaralaštvo. U ovu kategoriju spadaju pronalasci (koji se štite patentom), industrijski modeli i uzorci i trgovinske tajne čija je osnovna svrha da obezbijede zaštitu rezultata ulaganja u razvoj nove tehnologije. Zaštita se obično daje na određeno vrijeme⁷.

Osnovni principi međunarodne zaštite prava intelektualne svojine

Jedan od ključnih principa STO jeste *nacionalni tretman*⁸. On je takođe osnovni elemenat TRIPS Sporazuma, kao i drugih sporazuma o pravima intelektualne svojine usvojenih izvan STO. U skladu sa Sporazumom, svaka članica se obavezuje da prizna državljanima drugih članica tretman koji nije nepovoljniji od onog koji daje svojim državljanima u vezi sa zaštitom intelektualne svojine.

Princip *najpovlašćenije nacije* je ugrađen u samu osnovu svih sporazuma STO. Ipak, i od ovog principa postoji jedan broj izuzetaka koji se mogu primijeniti pod sljedećim okolnostima⁹:

- Ako proističu iz međunarodnih sporazuma o pravnoj pomoći ili sprovođenju zakona uopšte i koji nijesu izričito ograničeni na zaštitu intelektualne svojine;
- Ako su dodijeljeni u skladu sa odredbama Bernske konvencije ili Rimske konvencije koje dopuštaju da dodijeljeni tretman nije u funkciji nacionalnog tretmana, već tretmana koji je dobijen u drugoj državi;
- Ako su u vezi sa pravima izvođača, proizvođača fonograma i organizacija za emitovanje koja nijesu predviđena TRIPS Sporazumom;
- Ako proističu iz međunarodnih sporazuma koji se odnose na zaštitu intelektualne svojine koji su stupili na snagu prije stupanja STO Sporazuma, pod uslovom da je takvim sporazumima obaviješten Savjet za TRIPS i da ne predstavljaju proizvoljnu ili neopravdanu diskriminaciju prema državljanima drugih članica.

Princip *transparentnosti*¹⁰ je poseban elemenat TRIPS Sporazuma. Zakoni i drugi propisi, kao i konačne sudske odluke i pravila opšteg upravnog postupka, koje donese članica a koji se odnose na predmet TRIPS Sporazuma (tj. dostupnost, obim, sticanje, sprovođenje i sprečavanje zloupotrebe prava intelektualne svojine), moraju

⁷ Najčešće trajanje zaštite u slučaju patenta je 20 godina.

⁸ Član 4. GATT, Član 17. GATS i Član 3. TRIPS sporazuma

⁹ Član 4. TRIPS Sporazuma

¹⁰ Član 63. TRIPS Sporazuma

da se objave, ili kada takvo objavljivanje nije praktično, da se učine dostupnim javnosti na nacionalnom jeziku, na takav način koji omogućava vladi i imaoćima prava da se sa njima upoznaju.

Postojeći sistem zaštite prava intelektualne svojine je zasnovan na brojnim međunarodnim konvencijama. Dvije najznačajnije konvencije koje okupljaju skoro sve zemlje savremenog svijeta su: Pariska konvencija za zaštitu industrijske svojine i Bernske konvencije o zaštiti književnih i umjetničkih djela.¹¹ Osnovni princip ovih konvencija je obaveza zemalja članica da na nacionalnom nivou donesu zakonodavstvo koje odgovara sadržini potpisanih konvencija. Najznačajnija organizacija koja obezbjeđuje administriranje ove dvije i brojnih drugih konvencija je specijalizovana agencija UN - Svjetska organizacija za intelektualnu svojinu (WIPO). Cilj osnivanja Svjetske organizacije za intelektualnu svojinu je zaštita intelektualne svojine na svjetskom nivou, u cilju stimulisanja industrijskog i kulturnog razvoja zemalja, kao i da podstiče kreativni rad i olakšava transfer tehnologije i širenje književnih i umjetničkih djela¹².

Neadekvatnost i različitost nacionalnih zakonodavstava po pitanju obuhvata i raspoloživosti sredstava zaštite intelektualne svojine, kao i odsustvo sredstava pravne prisile, su stvorili brojne distorzije u međunarodnoj trgovini. To je bio i glavni razlog da ovo pitanje uđe u obuhvat Urugvajске runde pregovora. Sa izuzetkom odredaba Bernske konvencije, koje se odnose na moralna prava, sve glavne materijalno pravne odredbe ovih konvencija su uključene u TRIPS Sporazum. Pored toga, TRIPS uvodi značajan broj dodatnih obaveza u materiji u kojoj su prethodne konvencije imale pravne praznine ili neadekvatna rješenja, pa se zbog toga ovaj Sporazum ponekad naziva i "Bernski i Pariski plus sporazum".

Kada su sporazumi STO stupili na snagu 1. januara 1995. godine, razvijenim zemljama je ostavljen period od godinu dana da obezbijede usaglašenost svojih zakona i prakse sa TRIPS Sporazumom¹³. Zemljama u razvoju i (pod izvjesnim uslovima) privredama u tranziciji je za usaglašavanje dato pet godina (tj. do kraja 1999. godine). Najmanje razvijene zemlje članice su dobile pravo na 11 godina za primjenu Sporazuma.

¹¹ Ove konvencije su donijete mnogo ranije (Pariska 1883. godine, a Bernska 1886. godine), ali su nekoliko puta modifikovane.

¹² WIPO, WIPO Publication No. 476; www.wipo.org/about-ip/en/iprm/index.htm

¹³ Martin, W. and Winter, A. "The Uruguay Round and the Developing Countries", Cambridge University Press, 1996, str. 125-156

Uticaj Sporazuma na tranzicione ekonomije

Problem zaštite prava intelektualne svojine nije nov u tranzicionim ekonomijama. Tokom decenija socijalizma pojedinci su bili prinuđeni da svoje inovacije plasiraju isključivo preko državnog sektora, jer privatnog praktično nije ni bilo. Autori inovacija su bili minorno kompenzovani za korišćenje njihovih patenata i drugih djela i često nijesu bili u mogućnosti da spriječe firme u korišćenju njihovih autorskih prava, jer je ključan bio društveni imperativ - da raste proizvodnja. Samo mali broj pojedinaca je uspio da preskoči barijere koje su ometale domaće inovatore i da svoje proizvode plasira u tržišnim ekonomijama, gdje je ova kategorija ljudi odgovarajuće nagrađena.

Visoki troškovi koji su nametnuti inovatorima i sporost primjene inovacija uslovljena birokratskom procedurom bili su dodatni razlozi, usljed čega je inovativna aktivnost u centralno-planskim privredama bila dosta skromna. Nepoštovanja prava domaćih autora samo se prenijelo na nepoštovanje prava stranih autora. Neke licence su kupovane, kao na primjer za knjige, cigarete i neke proizvode poput koka-kole, ali je generalna politika bila da se intelektualna svojina pojedinaca i firmi "krade ili bar potkrada" gdje god je to moguće.

Danas je većina tranzicionih ekonomija donijela zakone koji obezbjeđuju zaštitu intelektualne svojine na sličan način kao i u zapadnim zemljama. Međutim, problem predstavlja njihova implementacija, jer mnoge tranzicione ekonomije u velikoj mjeri krše prava intelektualne svojine. Nepostojanje zaštite intelektualne svojine djeluje kao necarinska barijera za izvoznike, jer se mora računati sa dodatnim troškovima spriječavanjima povrede autorskih prava. S druge strane, harmonizacija nacionalnih zakonodavstava djeluje kao faktor koji smanjuje transakcione troškove koji nastaju kao posljedica činjenice da subjekti posluju u različitim pravnim sistemima.

Istraživanja su nesumnjivo ukazala da strane firme izbjegavaju investiranje u zemljama sa slabim režimom zaštite intelektualne svojine. Naime, vlada koja uvažava prava intelektualne svojine šalje signal potencijalnim investitorima da će svaka kreativna ili druga intelektualna svojina koja se razvije unutar zemlje imati adekvatnu zaštitu. Pod takvim uslovima, strane i domaće kompanije se brže odlučuju da ulažu u nova postrojenja, najnaprednije tehnologije ili da investiraju u istraživanje i razvoj. Usljed permanentnog tehničkog progressa, koji proizvođačima značajno obara troškove, njihova konkurentnost u ogromnoj mjeri zavisi od dosljednog sprovođenja zakona. Takođe, empirijski se potvrđuje da u onim tranzicionim privredama u kojima postoji adekvantan režim zaštite intelektualne svojine postoji i najviši nivo FDI.¹⁴

¹⁴ Ova veza se ne može prihvatiti kao nesumnjiv dokaz o visokoj korelaciji između FDI i zaštite prava intelektualne svojine, budući da u ovim privredama postoji i najpovoljnija opšta investiciona klima.

Iako veza između FDI i zaštite intelektualne svojine nije u potpunosti ispitana, ipak se može zaključiti da u svijetu u kome postoji velika konkurencija za privlačenjem FDI, usklađivanje sa standardima TRIPS bitno će uticati na povećanje atraktivnosti odnosne ekonomije.

Takođe, nesumnjiv uticaj zaštite intelektualne svojine na konkurentnost privrede pokazuju ključna istraživanja nivoa ekonomskih sloboda u svijetu, koja se rade pod pokroviteljstvom Heritage Foundation iz Vašingtona i Fraser Institute iz Vankuvera. Ova istraživanja publikuju Indeks ekonomskih sloboda, obuhvatajući određene indikatore, među kojima svakako i zaštitu vlasničkih prava, a samim tim i zaštitu vlasničkih prava na intelektualnu svojinu. Vlasnička prava i sloboda ugovora, koji predstavljaju ugaoni kamen tržišne privrede, su praktično najvažnije ekonomske slobode. Time, bolja zaštita vlasničkih prava, obezbjeđuju veći nivo ekonomskih sloboda koje su visoko korelisane sa nivoom blagostanja u zemlji.

Zaključak

Inovacije, kreativnost, kulturna raznovrsnost i tehnološki razvoj doprinose ekonomskom razvoju. To je utoliko tačnije što su privredne grane koje počivaju na znanju sve značajnije za ekonomiju, naročito kao kreatori radnih mjesta.

Inovacije su postale jedan od najvažnijih faktora održivog razvoja preduzeća i ekonomskog prosperiteta cijelog društva. Preduzeća moraju stalno da unapređuju ili obnavljaju svoje proizvode i usluge, ukoliko žele da održe ili osvoje udio u tržištu i ostanu konkurentni. Preduzeća često investiraju velike iznose u istraživanje i razvoj i na reklamiranje i marketing svojih proizvoda. Do ovih investicija neće doći ukoliko preduzeća nijesu u poziciji da povrate svoje troškove. Odgovarajuća i efikasna zaštita intelektualne svojine daje inovativnim preduzećima moćan podsticaj za investiranje i doprinosi ekonomskom napretku.

Inovacije se nadovezuju jedna na drugu, i svaki pronalazač i kreator je dužnik onima koji su to bili prije njega. Zaštita intelektualne svojine podstiče ovaj virtuelni ciklus inovacija i kreacija. Ona obezbjeđuje da oni koji unapređuju prethodne radove dobiju nagradu, a da nove ideje mogu zatim da koriste drugi. Ovaj proces leži u osnovi dugoročnog ekonomskog razvoja.

Literatura

- Babić, M. "Makroekonomija", Mate, Zagreb, 1996
- Bajec, J. and Joksimović Lj. "Savremeni privredni sistemi", Ekonomski fakultet, Beograd, 1997
- Baldwin, E. R. "An Economic Evaluation of the Uruguay Round", The World Economy: Global Trade Policy, Oxford 1995
- Besarović, V. "Intelektualna svojina, industrijska svojina i autorsko pravo", Beograd, 2000, str. 23.
- Cline, W.R. "Evaluating the Uruguay Round", The World Economy-Blackwell Publishers, Oxford, 1995
- Colombatto, E. "Was Transition About Free Market Economics? ", Universita di Torino and ICER, 2001
- Friedman M. "Kapitalizam i sloboda", Global book, Novi Sad, 1997
- Friedman, Milton and Rose, "Sloboda izbora", Global Book, 1998
- Hayek A. Friedrich, "Poredak slobode", Global book, Novi Sad, 2000
- Hayek A. Friedrich, "Put u ropstvo", Global book, Novi Sad, 1997
- Hoppe, Hens-Hermann, "The Misesian Case Against Keynes", Ludwig von Mises Institute, 1992
- Institut društvenih nauka, Centar za ekonomska istraživanja, "Privredna reforma 1990 – Put u tržišnu ekonomiju", Zbornik radova: Beograd, 1993
- Ludvig von Mises and Friedrich A. Hayek, "O slobodnom tržištu", Mate, Zagreb, 1997.
- Martin, W. and Winter, A. "The Uruguay Round and the Developing Countries", Cambridge University Press, 1996
- Pejovic, S. "Osnovi kapitalističke ekonomije", Naučna knjiga, Beograd, 1992
- Smith, A. "Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda", Global book, Novi Sad, 1998
- Srinivasan, T "Developing Countries and the Multilateral Trading System: From GATT to the Uruguay Round and the Future", Geneve, 1999
- Vukotić, V. "Država i tranzicija", Miločer, septembar 2001
- Vukotić, V. "Makroekonomski računi i modeli", CID, Podgorica, 2001
- Vukotić, V. "Psihofilozofija biznisa", CID, Podgorica, 2003
- Vukotić, V. "Svjesni i (ili) spontani poredak", Institut društvenih nauka, Beograd, 1999
- World Intellectual Property Organization, "Contracting Parties of Treaties administrated by WIPO", 1998
- World Intellectual Property Organization, WIPO Publication No. 476, 2002
- World Trade Organization, "Fifty Years of the GATT/WTO: Lessons from Past for the Strategies for the Future", Geneva, 1998
- World Trade Organization, "GATT Activities 1994-1995", Geneva, 1996

Milica Daković*

Informaciono društvo i 2007. godina

Abstract – *'What are the basic trends related to information society development in 2007? Are there any positive changes in comparison to previous year? How fast are we in that process? Do we follow global trends related to information society development? Are we faced with some obstacles related to that process? – These are some of basic questions that were discovered in the following paper...*

Key words: *information society, telecommunications, computers, Internet, development, information literacy*

1. UVOD

Crna Gora sa svojom Strategijom razvoja informacionog društva stvorila je okvir za dinamiku procesa budućeg razvoja. Posljednjih godina desio se niz pozitivnih pomaka kada je u pitanju otvaranje i liberalizacija tržišta telekomunikacija. Konkurencija je dovela nove igrače-operatere na tržište što je doprinijelo padu cijena usluga mobilne telefonije, pa Crnu Goru danas karakteriše jedna od najvećih stopa penetracije mobilne telefonije u regionu od čak 168% na kraju 2007. godine. Na drugoj strani, još uvijek postoji jedan dominantan operater fiksne telefonije, ali se i na tom polju situacija mijenja i tržište otvara, pa se uskoro može očekivati konkurencija od strane postojećih operatera mobilne telefonije u Crnoj Gori, poput M-Tel-a. Slična je situacija sa Internetom. Iako Crna Gora još uvijek ima dominantnog Internet provajdera promjene na polju povećanja broja Internet provajdera već se dešavaju pa se uskoro može očekivati prava tržišna utakmica na ovom polju. Suzbijanje monopolskih pozicija na ovim poljima uticaće na dalju liberalizaciju tržišta gdje će tržišna utakmica definisati kvalitet ponude. Ne treba izostaviti i nova tržišta poput kablovske televizije ili VoIP, kompanija koje već u Crnoj Gori imaju licence za obavljanje ovih usluga.

Smanjenje PDV-a na računare i računarsku opremu sa postojećih 17% na 7% stupa stupilo je na snagu sa početkom 2008. godine, pa će dodatno motivisati učesnike na IT tržištu. Ipak, postavlja se pitanje zašto stopa PDV-a na računare i opremu ne bi bila 0%? Na taj način bi se tržište u potpunosti otvorilo i postalo atraktivno za nove igrače na IT polju. U oblasti regulative, saglasno Strategiji razvoja informacionog društva i Akcionom planu za njenu realizaciju, donešeni su zakonski i podzakonski propisi.

* Institut za stateške studije i projekcije

Donešeni su Zakon o elektronskom potpisu, Zakon o elektronskoj trgovini, Zakon o Centralnom registru stanovništva i Zakon o primjeni propisa za zaštitu prava intelektualne svojine. U cilju implementacije ovih zakona donesen je dio odgovarajućih podzakonskih akata predviđenih tim zakonima i sagledana potreba za neophodnim kadrovskim prilagođavanjima u okviru institucija nadležnih za ove oblasti. Pripremljen je Predlog zakona o zaštiti podataka o ličnosti, koji je u skupštinskoj proceduri, kao i predlog Zakona o elektronskom dokumentu. U izradi je predlog Zakona o elektronskim komunikacijama, koji treba da bude usaglašen sa relevantnim direktivama EU.

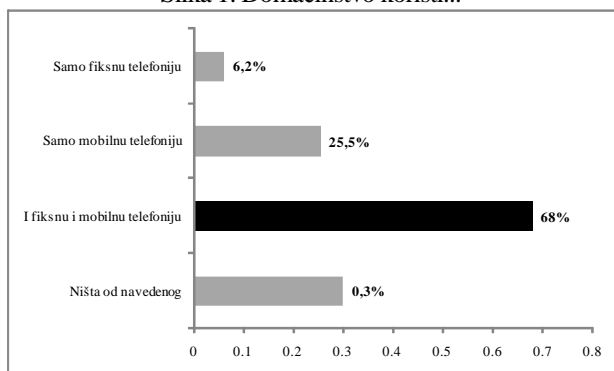
Projekat elektronske Vlade, kao i elektronskih servisa građanima i biznisu najavljuju bitne promjene koje bi uticale na povećanje svijesti stanovništva i informacione pismenosti, a ujedno uticale na efikasnost državnog aparata i stvorilo nove uslove za 'komunikaciju' građana i biznisa sa državnim organima. To će na drugoj strani uticati i na povećanje stepena razvoja postojećih elektronskih servisa u Crnoj Gori koji su u 2007. godini iznosili ne toliko pohvalnih 45%¹.

2. ICT U 2007. GODINI

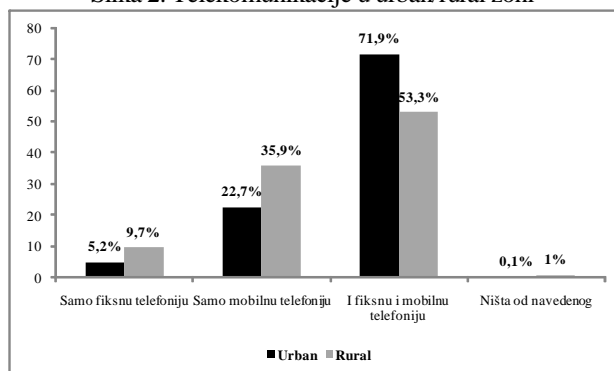
2.1. Telekomunikacije

Crnu Goru, što je ujedno trend i zemalja u okruženju i EU, karakteriše relativno niska stopa penetracije fiksne telefonije, ali i ekspanzija mobilne na drugoj strani. I poslednji podaci nedavno realizovanog ICT Survey '07 potvrđuju tu činjenicu. Na početku, osvrnimo se upotrebi fiksne telefonije u crnogorskim domaćinstvima. Istraživanje pokazuje da fiksni telefon ima 74,4% domaćinstava u Crnoj Gori, pa se u najvećoj mjeri za mjesečne troškove fiksne telefonije izdvaja do 25 eura (62,1%).

Slika 1. Domaćinstvo koristi...



Slika 2. Telekomunikacije u urban/rural zoni



Izvor: ISSP, ICT Survey '07

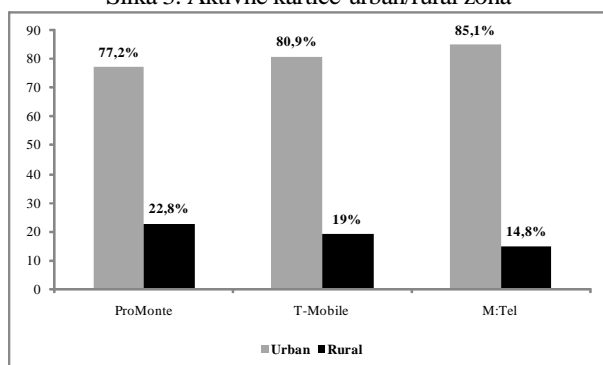
¹ ISSP, Online availability in Montenegro, Western Balkan Network for inclusive E-government, 2007.

Rebalans tarifa u fiksnoj telefoniji uticao je i na promjenu percepcije stanovništva kada je u pitanju iznos računa za fiksnu telefoniju. Tako, visina računa fiksne telefonije je u odnosu na isti period prošle godine za 77% ispitanika koji koriste fiksnu telefoniju porasla, dok je za 20% ispitanika ostala ista, a samo 3 % ispitanika misli da im se visina računa za fiksnu telefoniju smanjila. To navodi na zaključak da 83% ispitanika smatra da im se račun za fiksnu telefoniju uvećao u poređenju sa računom iz prethodne godine.

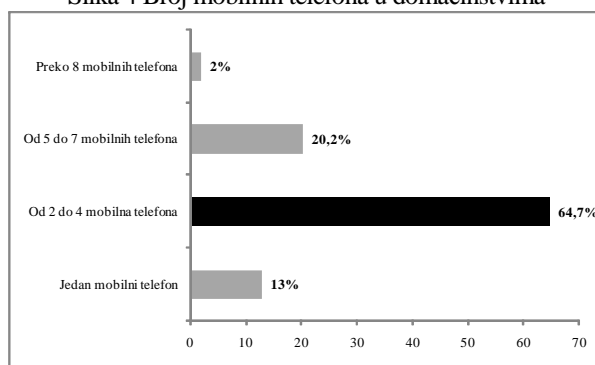
Mobilna telefonija, na drugoj strani i kroz ovo istraživanje zauzima primat. Čak 50,7% domaćinstava smatra da je mobilna telefonija u značajnoj mjeri zamijenila upotrebu fiksne telefonije, dok 45% njih ima stav da je mobilna skoro ili u potpunosti potisnula fiksnu telefoniju. Tome u prilog ide i podatak da se Crna Gora sa penetracijom mobilne telefonije od 168% u 2007. godini predstavlja lidera u regionu, ali i EU. Prema toj računici Crna Gora ima 1.045.981 korisnika mobilne telefonije, što je skoro duplo više od broja stanovnika! Broj korisnika mobilne telefonije konstantno se uvećava iz godine u godinu. Sa 53,9% u 2001. na 168,9% u 2007. godini, sa sezonskim odstupanjima.

Ispitanici su takođe imali mogućnost davanja odgovora na pitanje čiju karticu (kojeg od tri postojeća operatera) najčešće imaju aktivnu u telefonu. Rezultat pokazuje da u tom segmentu ispitanici najčešće imaju aktivnu prepaid ili postpaid karticu ProMonte-a (55%), potom T-Mobile (35%) i M:Tel-a (10%).

Slika 3. Aktivne kartice-urban/rural zona



Slika 4 Broj mobilnih telefona u domaćinstvima



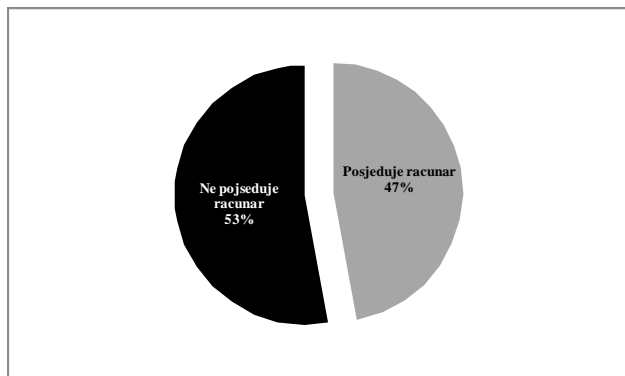
Izvor: ISSP, ICT Survey '07

Istraživanje takođe ukazuje da 93% domaćinstava u Crnoj Gori koristi mobilni telefon. Broj mobilnih telefona po jednom domaćinstvu varira zavisno od regiona, pa rezultati istraživanja u 2007. godini pokazuju da crnogorsko domaćinstvo u prosjeku ima tri mobilna telefona.

2.2. Računari i Internet

Računari iz godine u godinu sve su više prisutni u crnogorskim domaćinstvima. Danas, prema poslednjim rezultatima s kraja 2007. godine, 47% crnogorskih domaćinstava ima računar. Razlike među regionima i opštinama su uočljive. Kao najrazvijeniji region ne samo kada su računari u pitanju, već upotreba ICT u cjelosti, javlja se centralni region². Na drugoj strani, kao najslabije razvijen po ovom pitanju javlja se sjeverni dio Crne Gore.

Slika 5. Da li domaćinstvo ima računar?



Izvor: ISSP, ICT SURVEY '07

Internet, kao još jedan od pokazatelja ravoja informacionog društva, u analizi zauzima posebno mjesto. Slično kao i kada su računari u pitanju, Internet konekciju u različitoj mjeri posjeduju domaćinstva, zavisno od regiona. Internet konekciju, ukoliko u obzir uzmemo samo ona domaćinstva koja imaju računar, posjeduje 70% domaćinstava.

2.3. Da li ima promjene u odnosu na 2006. godinu?

Kada je zastupljenost računara u pitanju u 2006. godini 38% crnogorskih domaćinstava posjedovalo je računar, dok je u 2007. godini taj procenat 47%. Ovaj podatak ukazuje na to da se slika o prisutnosti računara u domaćinstvima mijenja na bolje što ukazuje porast od 9% na godišnjem nivou. Nedostatak finansijskih sredstava ponovo se javlja kao osnovna barijera prilikom kupovine računara i u 2007. godini.

Ukoliko se analizira Internet konekcija u domaćinstvima, onda se podaci za 2006. i 2007. godinu u velikoj mjeri razlikuju. Analizirana su u oba slučaja samo domaćinstva koja imaju računare. Tako u 2006. godini od 38% domaćinstava koja su posjedovala računare 59% je ujedno imalo i Internet konekciju. Na drugoj strani, u 2007. godini, od 47% domaćinstava sa računarima, 70% njih istovremeno ima konekciju što ponovo navodi na zaključak da se broj novih pretplatnika Interneta u Crnoj Gori u 2007. godini znatno uvećao u poređenju sa prethodnom.

² Obuhvata opštine Podgorica, Nikšić, Danilovgrad i Cetinje.

Kada je u pitanju tip Internet konekcije dial-up konekcija je i u 2007. godini prisutna i dominantna među domaćinstvima. Iako je procenat domaćinstava sa dial-up konekcijom u 2007. godini na nivou od 55,8% taj procenat je istovremeno niži od onog u 2006. godini kada je preko 80% domaćinstava imalo ovu vrstu konekcije. Promjene su nastale i na polju ADSL konekcije i novih korisnika pa se tako njihov procenat sa svega 5% u 2006. povećao na 35,4% u 2007. godini.

Informaciono društvo u Crnoj Gori u 2007. godini, analizirajući osnovne ICT pokazatelje nastavlja sa rastom koje bilježe pozitivna kretanja i trendovi. Na drugoj strani, dostupnost ICT u pojedinim manje razvijenim područjima Crne Gore predstavlja pravi izazov za ubuduće i znak da se tom segmentu treba posvetiti više pažnje. Zar ne bi bilo previše pored problema premošćavanja digitalnog jaza u odnosu na razvijene zemlje, suočiti se sa digitalnim jazom unutar same Crne Gore? To je ujedno kako prijetnja tako i znak da se pomoću informacionog opismenjavanja i stvaranju uslova pristupa savremenim alatima i tehnologijama ovaj problem može prevazići. S tim u vezi, nedovoljno poznavanje engleskog jezika predstavlja veliki problem informacionom opismenjavanju stanovništva. Da je engleski jezik barijera ujedno smatra i 74,7% ispitanika prema poslednjem istraživanju. To predstavlja znak da se upravo kroz sistem obrazovanja ovaj problem može riješiti ili eventualno lokalizovati postojeća softverska rješenja.

3. GDJE SMO U ODNOSU NA REGION?

Razvoj informacionog društva u Evropi prati ubrzana dinamika, kao i pojave novih tehnologija u okviru već postojećih, koje se nude stanovništvu. Stoga, bilo je interesantno saznati najnovija dešavanja na polju nekih indikatora razvoja informacionog društva u EU27 i uporediti iste sa trenutno prisutnima u Crnoj Gori. Crna Gora, koja deklarativno ima za cilj ulazak u EU, treba prethodno sagledati principe razvoja informacionog društva zemalja koje čine tu zajednicu, kao i svoje do sada preduzete korake po tom osnovu. Bez obzira što Crnu Goru karakterišu veoma visoke stope rasta nekih indikatora poput mobilne telefonije, neizostavno je istaći i priličnu stagnaciju kada je u pitanju cjelokupna aktivnost vezana za razvoj informacionog društva kod nas. Broj računara u domaćinstvima i zastupljenost i korišćenje Interneta u njima predstavlja jedan od indikatora razvoja savremenog društva. U tom pogledu Crna Gora bilježi zaostatak u odnosu na ostale zemlje EU. Drugo što treba imati u vidu jeste i to da nedostatak računara među fizičkim licima ne mora uvijek da bude osnovna prepreka razvoju informacionog društva. Edukacija, nepoznavanje stranog jezika i nedostatak aktivnosti na opismenjavanju nastavničkog kadra i starijih generacija javlja se kao jedna mnogo veća barijera u odnosu na prethodno navedenu.

Analiza koja slijedi bazirana je na izvještaju Evropske Komisije '*E-communications household survey*' koji je objavljen u 2007. godini, kao i zvaničnim podacima Agencije za

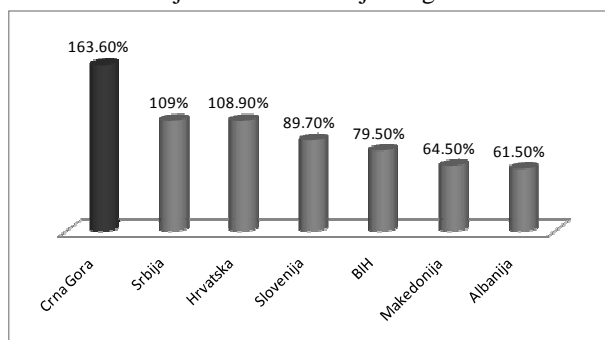
telekomunikacije i poštansku djelatnost. Slijedi sažet prikaz osnovnih pokazatelja razvoja informacionog društva... Kada su komunikacije u pitanju, danas skoro svako domaćinstvo u EU27 ima pristup telefonu, bilo da se radi o fiksnom, mobilnom ili kombinaciji oba. Taj procenat iznosi 95% na nivou EU27. Ukoliko analiziramo prethodnu podjelu dolazimo do podatka da najveći broj domaćinstava u Evropi ima fiksni i mobilni telefon. Najveće stope su zabilježene u domaćinstvima u Švedskoj (87%), a ukoliko pođemo u drugu krajnost, zemlje poput Češke Republike, Slovačke i Mađarske bilježe najlošije rezultate. U njihovom slučaju čak trećina domaćinstava nema istovremeni pristup fiksnoj i mobilnoj telefoniji. Stoga, interesantno je analizirati ona domaćinstva koja uopšte nemaju pristupa telekomunikacijama, tj. nemaju pristup ni fiksnoj ni mobilnoj telefoniji. U zemljama poput Rumunije i Bugarske postoji najveći broj domaćinstava koja nemaju nikakav pristup telefoniji. U ovom slučaju relativno visok procenat domaćinstava u ovim zemljama nema pristup komunikacijama (23% u slučaju Rumunije) i 15% u slučaju Bugarske.

Kada je u pitanju penetracija fiksne telefonije u Evropi, stopa varira od zemlje do zemlje. Najveće razlike postoje među dvije grupacije zemalja - starih članica (EU15) i 12 novih zemalja koje su pristupile EU. Generalno gledano, stope penetracije fiksne telefonije nastavljaju sa padom i u 2007. godini u svim zemljama Evrope. Na nivou EU25 u prosjeku stopa pada 5% godišnje. Najveći pad stope penetracije fiksne telefonije u 2007. godini zabilježen je u Mađarskoj (-17%), Austriji (-16%) i Češkoj Republici (-12%). Kao jedna od rijetkih, Danska bilježi porast stope fiksne telefonije od 4%. *Stopa penetracije fiksne telefonije u Crnoj Gori u 2006. godini bila je na nivou od 28%, dok broj pretplatničkih fiksnih linija u odnosu na ukupan broj pretplatnika na fizička lica odnosi 89,5%.*

ISDN tehnologija ostala je još uvijek značajno zastupljena u zemljama poput Luksemburga, Njemačke i Velike Britanije. U ovim zemljama više od jedne petine domaćinstava ima ovu tehnologiju, a u slučaju Luksemburga dostiže nivo od 41%. Na drugoj strani, ISDN nije u velikoj mjeri zastupljen u zemljama poput Turske, Rumunije ili Bugarske gdje ni 5% domaćinstava nema ISDN linije. *Broj korisnika ISDN linija u Crnoj Gori u 2006. godini iznosio je 7.561 korisnika, što je 12,4% veće u odnosu na prethodnu godinu. Penetracija ADSL u 2006. godini iznosila je svega 1%.*

Posmatrajući u odnosu na region, Crna Gora je i u 2007. godini tradicionalno na prvom mjestu kada je u pitanju ovaj ICT pokazatelj. Analiza obuhvata podatke zaključno sa septembrom mjesecom 2007. godine. I u tom periodu, sa stopom penetracije mobilne telefonije od 163,6% Crna Gora je daleko ispred prosjeka koji važi za zemlje u regionu (Ex-Yu) koji, prema pokazateljima iz septembra 2007. godine iznosi 85,5%. Na drugoj strani, Crna Gora je, analizirajući isti vremenski period i zemlje EU na drugoj poziciji, nakon Luksemburga koji je u septembru 2007. godine imao stopu penetracije mobilne telefonije od 164%, a zatim slijede: Italija (146%), Litvanija (144%) i Bugarska (133,2%).

Slika 6. Penetracija mobilne telefonije u regionu



Izvor: ISSP, Septembar 2007.

Računari predstavljaju osnovni pristup Internetu od kuće, kada su u pitanju domaćinstva u EU27. Tako je u slučaju 96% domaćinstava, dok se na drugom mjestu nalazi mobilna telefonija sa 6%. Posmatrano u odnosu na EU27 oko 58% domaćinstava u prosjeku ima najmanje jedan računar. Ukoliko analiziramo EU15 taj procenat iznosi 58%, dok kod 12 novih zemalja članica taj procenat iznosi 39%. Među zemljama EU prednjače Danska i Holandija sa stopom penetracije računara od 83%. Upoređujući sa prethodnom godinom, broj računara u domaćinstvima EU25 porastao je za 4%. Najmanje stope bilježe Rumunija (29%) i domaćinstva u Bugarskoj (20%). *Procenat zastupljenosti računara u crnogorskim domaćinstvima u 2007. godini iznosio je 47%.*

Pristup Internetu predstavlja još jednu kategoriju koja ukazuje na stepen razvoja informacionog društva u Evropi. Tako, 42% domaćinstava u EU27 ima pristup Internetu od kuće. Porast stope penetracije Interneta zabilježen je u zemljama poput Estonije, Malte, Litvanije. Na drugoj strani, zemlje poput Švedske i Luksemburga bilježe pad od 5% i 3% respektivno. *Stopa penetracije Interneta u Crnoj Gori, u 2007. godini, iznosila je 38,8%³.* Interesantno je istaći korelaciju između računara i Internet pristupa među domaćinstvima u Evropi. Korelacija između ove dvije veličine skoro da je linearna (0,97). Na osnovu toga može se zaključiti da nedostatak računara može biti jedan od osnovnih uzročnika niže stope Internet penetracije u EU.

³ <http://www.internetworldstats.com>

4. UMJESTO ZAKLJUČKA

Analizirajući postojeću situaciju u Crnoj Gori, posebnu pažnju treba posvetiti segmentu informacionog opismenjavanja stanovništva. Reforma sistema obrazovanja je započeta, škole su najvećim dijelom opremljene računarima i Internet konekcijom. Ipak, čini se da znanje u oblasti korišćenja istih i znanje o tome kako znanje prenijeti nijesu u dovoljnoj mjeri razvijeni.

Rezultati istraživanja o razvoju informacionog društva u Crnoj Gori poslednjih godina ukazuju na niz pozitivnih trendova koji su doveli do povećanja stepena razvoja informacionog društva u cjelini. Otvaranje tržišta telekomunikacija umnogome je doprinijelo tim procesima. Novi učesnici na tržištu i nova ponuda ICT proizvoda na tržištu dovela je do konkurencije što je nadalje uslovalo kako povećanje ponude, tako i raznovrsnije usluge. Evidentan je porast svih indikatora koji se tiču razvoja informacionog društva, kao što su zastupljenost i korišćenje računara, Interneta, savremenih sredstva komunikacije. Na drugoj strani, problemi sa kojima se suočava Crna Gora kada je u pitanju razvoj informacionog društva, čini se, godinama ostaju isti. To su prije svega regionalne razlike kada je u pitanju upotreba ICT među stanovništvom, nedostatak edukacije u oblasti ICT, ali i određena ravnodušnost kada je u pitanju upoznatost i usvajanje novih tehnologija i vještina. Polovična ili nedovoljna edukacija, digitalni jaz na regionalnom nivou, aktivnosti opismenjavanja nastavničkog kadra, neznanje engleskog jezika i otpor starijih generacija za usvajanjem novih znanja i informaciono opismenjavanje predstavljaju barijere razvoju informacionog društva koje je ubuduće potrebno rješavati.

LITERATURA

- [1] 'ICT Survey '06, ISSP, 2006.
- [2] 'ICT Survey '07, ISSP, 2007.
- [3] European Comission, 'E-communications household survey', 2006.

Vladimir Pavićević*

Hongkongški ekonomski model kao osnova ekonomskog sistema Crne Gore

Abstract

This paper describes possibility of implementation of Hong Kong's free market model in Montenegro. The first and the second chapter, in short, explain constitutional history of Montenegro and Hong Kong. In other chapters you can find reasons for implementation of "small government big market" model in Montenegro. Especially, this point of view is explained through index of economic freedom reported by Fraser Institute and also by Heritage Foundation. Therefore, at the end you can find Montenegrin trade relationships with regional and European countries.

Key words: *constitutional economics, economic freedom, development*

1. Uvod- tradicija i konstitucionalna istorija Crne Gore

Uvijek kada se razmatra neka teza, potrebno je prije svega navesti pretpostavke i činjenice na osnovu kojih je ona zasnovana. U ovom slučaju, to su po mom mišljenju osobenosti ekonomskog i društvenog razvoja Crne Gore i Hong Konga.

U prvi mah bilo kakva društvena ili ekonomska veza između ovih područja zvuči udaljeno, gotovo nespojivo, ali treba uzeti u obzir nekoliko bitnih sličnosti: U pitanju su dvije priobalne oblasti, nalaze se u tradicionalno siromašnom i turbulentnom okruženju, imaju tijesne veze sa susjednim državama ili ekonomijama (Hong Kong i formalno pripada NR Kini), imaju relativno mali broj stanovnika u odnosu na susjedne države, obje ekonomije su u različitim periodima manje ili više bile pod uticajem zapadne kulture... i još niz karakteristika koje ćemo analizirati u ovom i sljedećem dijelu.

Crna Gora je kao država nastala na idealima slobode i nezavisnosti. U crnogorskoj tradiciji su duboko urezane Njegoševe slobodarske misli "što se nešće u lance vezati, to se zbježa u ova brda i planine", i sama srž crnogorskog društva i države je i danas opčinjena slobodom, koja u nekim momentima doseže i do anarhije. Slikajući neobuzdani karakter Crnogoraca i stanja "prirodne" slobode, Petar II Petrović Njegoš u Luči mikrokozma pjeva: "Vi ne date sedlat ni uzdati, pravda vi je što je vama drago"¹. Začeci zakonodavstva u Crnoj Gori su se dogodili za vrijeme Petra I, kada je 1796. godine na skupštini ondašnjih glavara usvojena Stega, a potom 1798. godine kada je u Manastiru Stanjevići donesen

* Montenegro broker-dealer AD Podgorica

¹ Dr. Čedomir Bogićević: Dvjesto godina Zakonika obščeg crnogorskog i brdskog, CANU, Podgorica, 2000.

Zakonik obšči crnogorski i brdski. Sve do tada među crnogorskim plemenima je vladalo bezvlašće, krvna osveta i nepostojanje bilo kakvih pisanih normi. Konačno, krajem XIX vijeka se pojavljuje Opšti imovinski Zakonik za Knjaževinu Crnu Goru, koji je na osnovu desetogodišnjeg iskustva u istraživanju života i običaja Crnogoraca napisao profesor Valtazar Bogišić, porijeklom iz Dubrovnika. To je bio prvi pravni akt u Crnoj Gori koji je tretirao pravo svojine odnosno vlasništva.

Nesumnjivo je da je primorski dio današnje Crne Gore, koji joj je najkasnije teritorijalno i pripao, njen prozor u svijet i srednjovjekovnu evropsku kulturu i društvo. Tamo su se i javili prvi tragovi tržišta u današnjoj Crnoj Gori, pa je čak kotorska vlastela još u XIII i XIV vijeku bila među zapaženijim mediteranskim trgovačkim i pomorskim vlastelama, uživajući ugled i u tada mnogo moćnijim italijanskim gradovima. Blizina Dubrovnika, jednog od najvećih trgovačkih centara na Mediteranu tokom srednjeg vijeka, je takođe učinila svoje dajući naprednijim Crnogorcima priliku da se u najbližem okruženju upoznaju sa trgovačkim običajima ondašnje Evrope. Istočnjačka pronicljivost i sklonost trgovini, radinosti i zanatstvu koje je dio stanovništva Crne Gore naslijedio još od vladavine Otomanske imperije, takođe daju poseban karakter crnogorskoj poslovnoj kulturi i tradiciji. Sve to integrisano, u karakter današnjih građana Crne Gore, dominantno predstavlja društvo odnosno poslovni identitet sklon trgovini i preduzetništvu, samostalan i snalažljiv, ali istovremeno nedefinisan jasnim pravilima igre, često nedovoljno radan i disciplinovan, sa jakom sklonošću kritici, ali i sa jakom željom da se preuzme rizik.

2. Konstitucionalna istorija Hong Konga

Konstitucionalna istorija Hong Konga je nešto drugačija od crnogorske, sa svim osobenostima koje svaka od njih ima. Ono što je slično, jeste da su se njeni ključni momenti desili u XIX vijeku, kada je inače zaokružena britanska vlast u Hong Kongu. Pod njenim apsolutnim uticajem je i izgrađen pravni i ekonomski sistem Hong Konga, koga bez obzira na dominaciju žvlja kineskog porijekla, karakteriše duh anglosaksonskog protestantizma i liberalnog kapitalizma. Taj identitet se toliko izgradio i pokazao uspješnim, da se ni jedna Kina nije usudila da ga mijenja nakon povratka te oblasti pod njenu jurisdikciju. Čak što više, Kina je Osnovnim aktom Specijalnog administrativnog regiona Hong Kong, na pedeset godina garantovala opstanak postojećeg društvenog i ekonomskog sistema.

Prije no što su Britanci stigli u Hong Kong, on je bio mala ribarska zajednica i raj za putnike i gusare u južno-kineskom moru. Britanci su koristili Hong Kong kao pomorsku bazu tokom Opijumskih ratova sa Kinom, a cjelokupno područje Hong Konga su, uz mirovne sporazume nakon borbi i ratova, preuzeli iz tri navrata: 1842. (Sporazum iz Nankinga), 1860. i konačno 1898. godine (preuzimanje Novih teritorija na osnovu devedeseto-devetogodišnjeg ugovora). Na početku XX vijeka Hong Kong je bio utočište mnoštvu izbjeglica iz Kine, nakon svrgavanja posljednjeg kineskog cara i uspostavljanja

kineske republike 1912. godine. Nakon okupacije kineske Mandžurije od strane Japana 1932. godine, te nakon daljeg napredovanja Japanaca dublje u Kinu, broj kineskih izbjeglica u Hong Kong se rapidno povećao. To je povećalo populaciju Hong Konga na 1,6 miliona stanovnika na početku II svjetskog rata. Pošto su Britanci predali Hong Kong Japanu, krajem 1941. godine, broj stanovnika je naglo opao, da bi se sa povratkom Britanaca 1945. godine povećao na 1,8 miliona. Nakon što je kineska nacionalna vlada poražena u građanskom ratu od strane komunista, 1949. godine, broj stanovnika Hong Konga je kontinuirano rastao.

Dakle, Hong Kong je tokom čitavog XX vijeka bio oaza slobode za one građane Kine koji nisu htjeli živjeti i raditi u kineskom socijalističkom sistemu privrede i društva. Njihov izbor je bio politička i ekonomska sloboda, koju im je Hong Kong pružio.

3. Ekonomski odnosi NR Kine i SAR Hong Kong

Ekonomski odnosi Kine i Hong Konga danas su prisniji nego ikada. I jedni i drugi imaju koristi od kohabitacije dva različita ekonomska sistema, koji su jedan drugom za sada komplementarni, na obostranu korist.

Hong Kong je danas :

1. Najvažniji ulaz za Kinu;
2. Najveći izvor stranih investicija u Kinu;
3. Ključni centar off-shore kapitala kineskih preduzeća;
4. Kina je po veličini investicija u Hong Kong, drugi najveći izvor inostranih investicija.

Hong Kong je najvažniji ulaz za Kinu. Ako se uključi reeksport iz Kine i ka Kini, oko 17 % kineske spoljne trgovine ide preko Hong Konga. Pokazatelj bi čak mogao biti i veći, da je uključen transport dobara u Kinu i iz Kine preko Hong Konga. Prema statistici kineske carine Hong Kong je po veličini treći trgovinski partner Kine, nakon Japana i Sjedinjenih država, obračunavajući 9 % njene ukupne trgovine. Hong Kong je najveći izvor stranih direktnih investicija u Kinu. Krajem 2007. godine, među onim projektima u Kini koji su bili finansirani iz inostranstva, 45 % su bili povezani sa interesima Hong Konga. Iskorišćeni dotok kapitala iz Hong Konga je iznosio 308 milijardi dolara, obračunavajući oko 40 % od ukupnih kineskih iznosa.

Kina je jedan od vodećih investitora u Hong Kong. Prema Hong Kong SAR Odsjeku za popis i statistiku, kumulativne direktne investicije Kine u Hong Kong su bile oko 260 milijardi dolara ili 35 % od ukupnog kapitala koji je putem direktnih investicija ulazio u Hong Kong, na kraju 2006. godine. Procijenjeno je da je preko 2000 kineskih preduzeća registrovano u Hong Kongu sa ukupnim sredstvima koja prevazilaze 220 milijardi dolara.

Preko 100 kineskih kompanija i državnih preduzeća je registrovano na glavnoj kotaciji Hongkoške berze i na njenom tržištu rastućih kompanija.

Hong Kong je takođe ključna off-shore zona sa uzlaznim kapitalom kineskih preduzeća. U decembru 2007. godine, ukupno 439 kineskih kompanija (uključujući H-akcije, red čipove i privatne kineske kompanije) su listirane u Hong Kongu sa ukupnom tržišnom kapitalizacijom od 1.544 milijarde dolara ili 58 odsto od ukupne tržišne kapitalizacije Hong Konga. U prošlih deset godina, ukupni fondovi u Hong Kongu uloženi od strane kineskih preduzeća su obračunati na oko 130 milijardi dolara odnosno oko 1000 milijardi hongkoških dolara. Podaci pokazuju sve izraženiju ekonomsku integritanost Kine i Hong Konga. Očigledno je da Kina želi iskoristiti sve pogodnosti male ekonomije slobodnog tržišta, kakva je hongkoška. Isto tako, imati moćnu privredu u zaleđini, koja svoje komercijalne i finansijske poslove obavlja preko njegove ekonomske infrastrukture, nije mala dobit za Hong Kong. Sama brojka od preko 1.500 milijardi dolara tržišne kapitalizacije kineskih kompanija listiranih na hongkoškoj berzi, dovoljno govori o benefitima hongkoškog tržišta kapitala, usljed ekonomske kohabitacije ova dva različita ekonomska sistema.

Šta odavde može biti poruka za Crnu Goru? Treba graditi sistem apsolutno slobodnog tržišta koje će biti finansijska i komercijalna infrastruktura za olakšano funkcionisanje ekonomija iz regiona.

4. Ekonomski sistem Crne Gore i njegov razvojni koncept

Da bi mogli da analiziramo razvojne mogućnosti Crne Gore i njene eventualne sličnosti sa Hong Kongom i njegovim ekonomskim sistemom, moramo poći od njenih specifičnosti i trenutnih razvojnih koncepata koji postoje ili se sprovede u Crnoj Gori. Agenda ekonomskih reformi za period 2002-2007. godine koju je kreirala grupa domaćih eksperata na čelu sa profesorom Vukotićem, donijela je krajem perioda za koji je napravljena, značajna poboljšanja koja su se ogledala u pretežno uspješnom toku privatizacije crnogorske privrede, obimnim investicijama u nekretnine, rastu GDP-a od 8,6 % za 2006. godinu, te funkcionalnom razvoju tržišta kapitala. Agenda je forsirala razvoj finansijskih tržišta: bankarskog tržišta i tržišta kapitala, dajući smjernice za smanjenje svih oblika poreza, od kojih posebno poreza na dobit i poreza na dohodak, pre čemu su reinvestirani dobiti od ulaganja u hartije od vrijednosti bili oslobođeni od poreza. Sve ovo je dovelo da jakog razvoja ukupne ekonomije, a posebno bankarskog tržišta i tržišta kapitala. Tome je doprinijelo i emitovanje obveznica stare devizne štednje i restitucije, koje su pojačale povjerenje građana u ekonomske institucije države.

Ipak, tokom 2007. godine, i pored nesumnjivih rezultata Agende ekonomskih reformi crnogorska Vlada vrši zaokret u ekonomskoj politici, prije svega zaustavljajući proces privatizacije Rudnika uglja i Termoelektrane u Pljevljima, a potom i povećanjem poreza

na promet nepokretnosti sa 2% na 3%, te konačno odbacivanjem nove Agende ekonomskih reformi za period 2007-2011. godine². 21. juna 2007. godine Vlada je donijela odluku o izradi Nacionalnog programa za integraciju (NPI), za period 2008-2012. godine, čime je promijenila dotadašnji koncept ekonomskog razvoja Crne Gore, i prihvatila koncept brzog približavanja Evropskoj Uniji i formalnog ispunjavanja njene regulative.

Odbacivanje Agende ekonomskih reformi za period 2007-2011. godine je korak unazad u razvoju otvorene ekonomije, slobodnog tržišta i ekonomskih sloboda. U ovom trenutku, kada je privatizacija usporena, tržište kapitala u zabrinjavajućoj krizi a državna administracija nepromijenjena, smanjene su šanse da Crna Gora primijeni hongkongški model "mala vlada veliko tržište".

5. Hong Kong prema indeksima ekonomskih sloboda

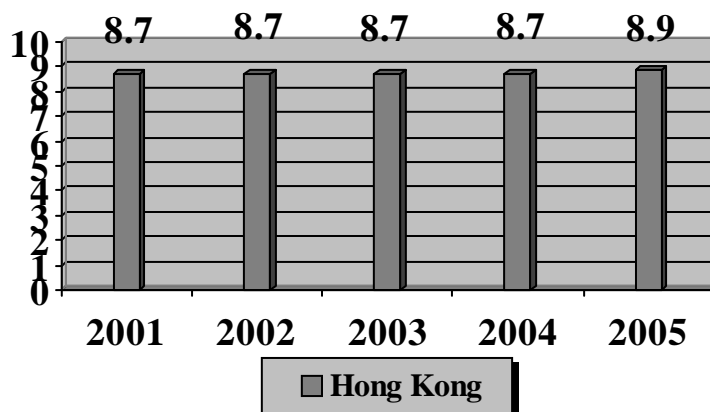
Jedanaestu godinu zaredom, u izvještaju o ekonomskim slobodama u Svijetu publikovanom od strane kanadskog Fraser instituta 2007. godine, Hong Kong je rangiran kao broj jedan. Ovim izvještajem mu je na skali od 1 do 10 (pri čemu veći broj na skali označava veće ekonomske slobode) dodijeljen skor od 8,9 poena, i slijede ga Singapur sa 8,8 poena, Novi Zeland sa 8,5 poena, Švajcarska sa 8,3 poena, te Sjedinjene države, Ujedinjeno kraljevstvo i Kanada, svi sa po 8,1 poena.

Sposobnost Hong Konga da održi njegov free-market sistem i prvo mjesto na ovoj listi Fraser Instituta izgleda kao zavještanje željama njegovih žitelja da prošire svoje mogućnosti održavanjem otvorenog sistema, niskih poreza, dostupnog novca, minimalne vladine regulacije i zakonskih pravila.

Na donjem grafiku možemo vidjeti koje ocjene na ovoj skali je Hong Kong dobio za posljednjih pet godina (najnovija lista objavljena 2007. godine obuhvata podatke za 2005. godinu):

² U krugovima koji su kreirali ovaj dokument nazvana je Agendom konkurentnosti.

5.1. Hong Kong na skali ekonomskih sloboda Fraser instituta u periodu 2001-2005. godina



Izvor: Heritage Foundation

Na grafiku se jasno primjećuje stabilnost ekonomskih sloboda u Hong Kongu za posmatrani period. Ta stabilnost bi bila prisutna i da je posmatrani period znatno duži, jer Hong Kong je među liderima po parametrima koji mjere ekonomske slobode, nekoliko decenija unazad. I 1970. godine Hong Kong je bio lider među 54 ekonomije, čije su ekonomske slobode tada bile mjerene.

Kada je u pitanju indeks ekonomskih sloboda Heritage fondacije, situacija je gotovo identična. I prošle 2007. godine i u najnovijem izvještaju za 2008. godinu Hong Kong je neprikosnoveni lider po ekonomskim slobodama. Ono što je fascinantno, nije samo što on niz godina drži prvu poziciju, već što je njegov indeks iz godine u godinu sve bolji. Vrijednost indeksa ekonomskih sloboda Hong Konga za 2007. godinu je pokazao da je hongkoška ekonomija slobodna u iznosu od 89,3%. Indeks Hong Konga za 2008. godinu iznosi 90,3%³, što znači da je hongkoška ekonomija u posljednjih godinu dana slobodnija za još 1%.

Na osnovu navedenog izvještaja i indeksa ekonomskih sloboda, čiji je kredibilitet nesumnjiv, vidljivo je da ekonomskih uspjeh Hong Konga potiče od kvaliteta ekonomskih sloboda, što ga čini specifičnim tržištem, koje je drugačije od drugih, a pogotovu od onih u okruženju. Postoji li ekonomski kapacitet, politička volja i regionalni ambijent kako bi Crna Gora mogla da ponudi nešto slično u našem okruženju?

³ Index of Economic Freedom 2008, Heritage Foundation

6. Crna Gora i zemlje regiona po ekonomskim slobodama

Crna Gora još nije rangirana kao poseban entitet u Indeksu ekonomskih sloboda Heritage fondacije. U skorijem periodu, bila je rangirana par godina kao dio državne zajednice sa Srbijom, sa rezultatima koji ne mogu biti uporedivi za ovo istraživanje.

Kada je u pitanju Fraser Institut, Crna Gora je po prvi put rangirana u izvještaju iz 2007. godine, koji se odnosi na 2005. godinu. Ukupni indeks Crne Gore je iznosio 6,8 na skali od 1 do 10, a rangirana je kao 60. zemlja po nivou ekonomskih sloboda od 141 rangirane zemlje. Rezultat je sasvim dobar, imajući u vidu da je to bio prvi put da se za Crnu Goru mjeri indeks ekonomskih sloboda. Na sljedećoj tabeli možemo uporediti crnogorski indeks sa indeksom zemalja u regionu za 2005. godinu:

6.1. Tabela sa indeksima ekonomskih sloboda zemalja regiona

Zemlja	Indeks	Rang
Albanija	6,1	97
Bosna i Hercegovina	6,1	97
Hrvatska	6,4	82
Makedonija	6,3	86
Crna Gora	6,8	60
Srbija	5,4	123
Slovenija	6,2	91

Izvor: Fraser Institute, 2007.

Prema ovoj tabeli se vidi da je Crna Gora prvorangirana u regionu po nivou ekonomskih sloboda, iako je značajno nerazvijenija od Slovenije i Hrvatske, koje tradicionalno mnogo više pripadaju zapadnoj i kapitalističkoj socijalnoj paradigmi. To dokazuje činjenicu da nivo ekonomskih sloboda dominantno zavisi od kreatora ekonomske politike i razvojnih karakteristika države. Važni su i tradicija, kultura i mentalitet, ali ukoliko nema dobre volje i razvojnih potencijala, ekonomske slobode su teško ostvarive. Podsjetimo, ovi podaci su iz perioda primjene Agende ekonomskih reformi 2002-2007. godina. Obzirom na ekonomsku politiku od odbacivanja nove Agende, niko ne bi trebao biti iznenađen da Crna Gora po rezultatima za 2007. ili 2008. godinu bude daleko iza ranga u 2005. ili 2006. godini.

Ovo je pokazatelj da Crna Gora zaista može ponuditi slobodno tržište kao proizvod koji je razlikuje od zemalja u regionu, i istovremeno povećava i njene i regionalne razvojne mogućnosti.

7. Spoljnotrgovinski bilans Crne Gore i trgovina sa zemljama regiona

Kada se u obzir uzmu robna razmjena Crne Gore sa inostranstvom i robna razmjena sa članicama CEFTE, vidi se da je učešće trgovine sa zemljama regiona u ukupnoj robnoj razmjeni sa inostranstvom jako zastupljeno. Evo kako to u hiljadama eura izgleda prema podacima Centralne banke Crne Gore i Monstata za 2004., 2005. i 2006. godinu:

7.1. Tabela sa podacima o robnoj razmjeni Crne Gore

Robna razmjena	Izvoz			Uvoz		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Ukupno	452148	460647	627460	868584	974300	1482689
Ukupno CEFTA	223281	192754	221652	403578	358021	546420
Udio CEFTE	49,38 %	41,84 %	35,33 %	46,46 %	36,75 %	36,85 %

Izvor: Statistički godišnjak Crne Gore 2007, Podgorica 2007.

Na osnovu tabele se može zaključiti da se u robnoj razmjeni Crne Gore smanjuje procentualno učešće zemalja koje su potpisale CEFTA sporazum. No, u apsolutnim brojkama uvoz iz zemalja CEFTE iz godine u godinu raste. Smanjenje njihovog učešća je rezultat povećanja robne razmjene sa zemljama Evropske Unije, što pokazuje sve izraženiju otvorenost crnogorske ekonomije.

Prema podacima Monstat-a Crna Gora je u periodu januar-septembar 2007. godine ostvarila ukupnu robnu razmjenu sa inostranstvom u iznosu od 1.941,70 miliona eura, od čega je izvoz 463,54 miliona eura, dok je uvoz iznosio 1.478,15 miliona eura. Pokrivenost robnog uvoza izvozom iznosila je 31.36%⁴.

Spoljnotrgovinski promet Crne Gore po geografskim zonama pokazuje da je najveći promet ostvaren sa zemljama Evrope, izvoz u iznosu od 344,72 miliona eura ili 74,36% , dok je uvoz iznosio 885 miliona eura ili 69,87%. Sa zemljama EU-27, Crna Gora ostvaruje izvoz u iznosu od 291,60 miliona eura ili 62,91%, dok je uvoz iznosio 670,71 miliona eura ili 45,37%. U narednoj tabeli je prikaz trgovinske saradnje sa zemljama Jugoistočne Evrope (JIE):

⁴ Preliminarni podaci Monstat-a

7.2. Tabela trgovinske saradnje sa zemljama Jugoistočne Evrope

Zemlje JIE				
	160 717,71	34,67 %	562 167,23	38,03 %
Srbija	116 257,40	25,08 %	410 632,73	27,78 %
B i H	22 155,62	4,78 %	51 036,17	3,45 %
Albanija	12 027,46	2,59 %	8 183,16	0,55 %
Hrvatska	9 144,12	1,97 %	60 084,84	4,06 %
Makedonija	706,11	0,15 %	16 476,63	1,11 %
Rumunija	126,23	0,03 %	10 142,02	0,69 %
Bugarska	300,77	0,06 %	5 611,68	0,38 %

Izvor: Monstat

Po prikazanim podacima najveći trgovinski partner Crne Gore, od svih zemalja Jugoistočne Evrope je Srbija, sa učešćem od gotovo četvrtinu u robnoj razmjeni Crne Gore. Takođe, značajno je učešće BiH, Hrvatske i Albanije, dok robna razmjena sa Makedonijom, Bugarskom i Rumunijom može biti bitno poboljšana.

Podaci nedvosmisleno pokazuju da iz godine u godinu raste robna razmjena Crne Gore sa inostranstvom, pogotovu sa zemljama Evropske Unije, što je pokazatelj sve veće otvorenosti ekonomije. Nastavak procesa privatizacije i priliv investicija, koje zavise od nivoa ekonomskih sloboda, mogu u najvećoj mjeri uticati na dalje poboljšanje robne razmjene sa inostranstvom.

8. Ekonomsko-politički odnosi Crne Gore sa zemljama u regionu

Ekonomija je tijesno povezana sa političkim događajima, i obratno. U tom smislu potrebno je analizirati nivo ekonomskih sloboda u Crnoj Gori, uporediti ih sa slobodama zemalja u regionu, kao i analizirati veličinu robne razmjene Crne Gore sa grupama zemalja i sa svakom zemljom pojedinačno. To je potrebno da bi se vodila racionalna opšta i ekonomska politika.

Ako su već danas zemlje EU veći trgovinski partner Crne Gore od zemalja u regionu, nije valjda potrebno posebno napominjati, da su nam one i značajniji spoljnopolitički partner. Ako je Srbija daleko najjači regionalni trgovinski partner Crne Gore, ne treba posebno isticati da posebno moramo voditi računa o političkim odnosima sa ovom susjednom zemljom. I konačno, ako želimo iskoristiti našu otvorenost i nivo ekonomskih sloboda, nećemo valjda zaboraviti da je potrebno uspostaviti jednaka pravila za sve koji žele investirati i uspostaviti svoj biznis u Crnoj Gori. Političke odluke moraju biti u skladu sa racionalnim ekonomskim interesima.

Ovdje posebno treba naglasiti da je robna razmjena između Kine i Hong Konga višestruko uvećana od kada se među njima događa i politička integracija. Isti će slučaj biti i na

primjeru Crne Gore. Svaki politički sporazum sa zemljama EU i zemljama regiona, povećaće robnu razmjenu sa istima.

9. Zaključak

Na osnovu analiziranih činjenica o konstitucionalnoj istoriji Crne Gore i Hong Konga, o ekonomskim odnosima Kine i Hong Konga, o svjetskom liderstvu Hong Konga po indeksu ekonomskih sloboda, o regionalnom liderstvu Crne Gore u istoj oblasti i o robnoj razmjeni Crne Gore sa zemljama regiona i zemljama EU, možemo izvesti sljedeće zaključke:

1. sloboda kao ideal, veličina i otvorenost, pomorska povezanost sa svijetom i manje-više uticaj zapadne kulture kroz istoriju, čine Crnu Goru i Hong Kong sličnima u smislu moguće primjene odgovarajućeg ekonomskog modela;
2. stabilnost i istrajnost Hong Konga u domenu ekonomskih sloboda i uticaj istih na njegov višedecenijski ekonomski razvoj, jesu izvanredno uputstvo za model budućeg razvoja Crne Gore;
3. ekonomsko-politički odnosi Hong Konga i Kine pokazuju da svaki politički sporazum o integraciji, povećava izgleda za dugoročni razvoj i povećanje kvaliteta ekonomije svake zemlje;
4. zaustavljanje procesa privatizacije u Crnoj Gori, nesavršeni pravni sistem i odustajanje od principa Agende ekonomskih reformi, mogu na duži rok odložiti jačanje ekonomskih sloboda u Crnoj Gori, a time i priliv investicija;
5. Crna Gora mora sačuvati regionalni primat po nivou ekonomskih sloboda, još ga unaprijediti i iskoristiti ga za povećanje stranih direktnih investicija i ekonomski rast;
6. ekonomske slobode povećavaju robnu razmjenu sa inostranstvom i tako se omogućava ekonomski rast i privredni razvoj;
7. pri donošenju političkih odluka Crna Gora mora voditi računa o isključivo racionalnim ekonomskim principima, što će uticati na dalje širenje ekonomskih sloboda i trgovinske saradnje, a sa njima i političkih sloboda.

Literatura:

1. Agenda ekonomskih reformi u Crnoj Gori 2002 - 2007. godina, Vlada Republike Crne Gore, Podgorica, april 2005.
2. Dorn A. James, Hong Kong's economic freedom, The Washington Times, September 27th 2007
3. Index of Economic Freedom 2008, Heritage Foundation, 2008
4. Long Simon, The resilience of freedom, The Economist, Jun 28th 2007
5. Pejovich Steve, Why is culture important?, Walter Eucken Institut, Freiburg, 2003
6. Prokopijević Miroslav, Ekonomske slobode i ekonomski rast, Miločer, 2004.
7. Statistički godišnjak Crne Gore 2007, Podgorica, 2007.
8. Trgovinska razmjena Crne Gore za januar-septembar 2007. godine, Monstat, 2008.
9. Vukotić Veselin, Znanje, s karakterom, intervju Ekonomist magazinu, broj 408, Beograd, 17.mart 2008.
10. www.economist.com
11. www.freetheworld.com
12. www.heritage.org/index
13. www.tdctrade.com

Vojin Golubović*

Potencijali industrije flaširanja prirodnih voda za piće u Crnoj Gori

Abstract

This paper provides an overview of the quality of Montenegrin natural waters and potential for water bottling industry in Montenegro. Waters are not only ecological treasure of Montenegro, but also present one of the most important economic potentials. The natural non-sparking waters are preferred in the world. That gives the big chance for success in the market for new producers in Montenegro. The high quality of these waters is not only condition for their successful market positioning. Many market requests should be fulfilled. But, there are also barriers, mainly related to administrative burdens. In the paper is given presentation of current situation in Montenegro, as well as market analysis for water industry. At the end, there are some recommendations for the future aimed at improving production of bottling waters in Montenegro.

Key words: *water, resources, bottling, barriers, concessions*

1. Uvod

Svjedoci smo da posljednjih decenija voda za piće predstavlja svjetski problem. Voda je važan prirodni resurs, od kojeg zavisi egzistencija čovjeka i jedan od najznačajnijih resursa 21. vijeka.

Oko 1,2 milijarde ljudi na svijetu nema čistu vodu za piće. Sve brže smanjenje količine zdrave pitke vode biće jedan od najvećih problema 21. vijeka. Tokom posljednjeg vijeka potrošnja vode u svijetu porasla je čak za deset puta, što je dva puta više od rasta broja ljudi na planeti. Da je situacija alarmantna pokazuje i podatak da više od pet miliona ljudi svake godine umire od bolesti izazvanih upotrebom neispravne vode, što je deset puta više nego broj poginulih u svim ratovima godišnje na svijetu. Takođe, polovinu bolničkih kreveta u svijetu, u svakom trenutku zauzimaju pacijenti koji pate od bolesti izazvanih nedostatkom kvalitetne vode. Ukupna količina vode na planeti procjenjuje se na oko 1400 miliona kubnih kilometara, ali od toga je samo 2,5% slatka voda. Od toga, dvije trećine zarobljene su u glečerima i trajnom sniježnom pokrivaču, tako da raspoloživa slatka voda iznosi svega 0,8% ukupne količine vode! I ta voda je izložena sve većem pritisku od strane ljudi. Promjena klime i rast svjetskog priraštaja dovode to takvog pritiska.

U izvještaju Ujedinjenih Nacija iz 2003. godine, predviđa se, da će se već polovinom ovog vijeka, čak sedam milijardi ljudi u 60 zemalja suočiti sa problemom nedostatka vode za

* Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica

piće. Zato je ovaj problem svrstan među prvih pet prioriteta Ujedinjenih Nacija. Generalna skupština Ujedinjenih Nacija pod geslom "voda za život" proglasila je period od 2005. do 2015. godine decenijom vode. Ujedinjene Nacije su, shvatajući značaj vode, na sjednici generalne skupštine koja je održana 1993. godine, donijele rezoluciju 47/193, kojom se 22. mart proglašava Svjetskim danom vode.

2. Bogatstvo Crne Gore visoko-kvalitetnom vodom

Vodni resursi predstavljaju jedan od najznačajnijih resursa Crne Gore. Crna Gora u cjelini spada među vodom najbogatije zemlje. Bogatstvo površinskih voda Crne Gore (izvora, potoka, rijeka i jezera), znatno je veće od prosjeka površinskih slatkih voda bivše Jugoslavije i višestruko veće od evropskog a pogotovu svjetskog prosjeka.

Ukoliko za mjeru bilansa usvojimo specifični modul površinskog oticanja $q(l \cdot s^{-1} \cdot km^{-2})$ koji u svijetu iznosi samo $7 l \cdot s^{-1} \cdot km^{-2}$, u bivšoj Jugoslaviji $16 l \cdot s^{-1} \cdot km^{-2}$, Crna Gora sa svojih $43 l \cdot s^{-1} \cdot km^{-2}$ spada u vodom najproduktivnija područja u svijetu, jer ovakvo i veće specifično oticanje se u svijetu javlja samo na 3-4% od ukupne površine kopna.¹

Teritorija Crne Gore je dominantno planinska. Na njenoj teritoriji se formira nekoliko značajnih vodotoka koji otiču u dva pravca: prema Crnom i Jadranskom moru. Ukupna površina crnomorskog sliva iznosi 7.545 km² ili 54,6% teritorije Crne Gore i sa njega tragom Zapadne Morave otiče rijeka Ibar, dok Drinom otiču rijeke Piva, Tara, Ćehotina i Lim. Površina kontinentalnog dijela jadranskog sliva Crne Gore iznosi 6.267 km² ili 45,4% teritorije. U njemu su najveći vodotoci Zeta i Morača i Bojana kao međudržavni vodotok. Kompleks Skadarskog jezera i Bojane predstavlja jedan izuzetno složen hidrogeografski sistem sa površinom sliva oko 20.000 km². Bojana je po količini vode četvrti vodotok među najvećim rijekama u bivšoj Jugoslaviji, odmah poslije Dunava, Save i Tise, a prije Drave, Drine i Neretve. Među 25 najvećih rijeka bivše Jugoslavije su još i Morača, Zeta, Tara, Lim i Piva. Samo rijeka Tara obiluje desetinama izvora pitke vode. Imajući u vidu činjenicu da se čak 95,3% vodotoka formira u državi, dakle sa izvorištem i slivnim područjem na teritoriji Crne Gore, sa pravom se može reći da je voda naš najveći prirodni resurs.

Tabela 1: Pregled raspoloživih voda Crne Gore

UKUPNA ZAPREMINA GODIŠNJEG OTICANJA VODE	19,67 x 10 ⁹ M ³	100%
Unutrašnje (sopstvene vode)	18,75 x 10 ⁹ m ³	95,30%
Tranzitne vode	0,92 x 10 ⁹ m ³	4,70%

Izvor: Direkcija za vode

¹Bošković M.: Neke karakteristike površinskog oticanja voda u Crnoj Gori, publikacija Poljoprivreda i šumarstvo br. 3-4, Podgorica, 2003.

Sve rijeke u Crnoj Gori imaju izrazito razvijenu hidrografiju. Protiču kroz područja karbonatnih stijena mezozojske starosti, koje se karakterisu značajnim rezervama podzemnih voda veoma dobrog kvaliteta. U okviru njih zastupljen je karstni tip izdani, koji se prazni preko brojnih izvora. Takvi izvori se najčešće pojavljuju duž kanjona vodotoka, po obodu karstnih polja i depresija kao i na visim kotama u terenu na kontaktu propusnih i nepropusnih stijena. Određeno rasprostranjenje imaju i kvartarni aluvijalni, glaciofluvijalni i glacijalni sedimenti u okviru kojih je zastupljen zbijeni tip izdani.

Ako se u obzir uzme kvalitet voda, Crna Gora je poslije Finske najbogatija u Evropi. Samo Nikšićko polje ima 300 vrela, 30 tokova i 886 ponora. Brojni slatkovodni izvori sa dna Skadarskog jezera takođe predstavljaju neiscrpan rezervoar pitke vode. U okolini Bijelog Polja se nalaze brojni izvori kvalitetnih mineralnih voda.

Ukupna minimalna izdašnost karstnih izvora na teritoriji Crne Gore iznosi oko 50 m³/s, odnosno srednja oko 600 m³/s. Ukupne reserve podzemnih voda su procijenjene na 400.000 litara u sekundi.

Zbog nedostataka vode u svijetu, sve više postoje interesi za obezbjeđenje dovoljnih količina vode za pojedine zemlje. Iz tih razloga područja koja su bogata pitkim vodama postaju najinteresantnija i strateški najvažnija. Crna Gora sa ovakvim bogatstvom voda predstavlja jedno od važnijih područja ne samo na Balkanu već i šire. Na osnovu svega navedenog, jasno je da Crna Gora raspolaže ogromnim potencijalom kvalitetnih voda.

3. Postojeća situacija

Dominantno rasprostranjenje karbonatnih stijena, velike reserve podzemnih voda u okviru karstne i kvartarne vodonosne sredine i izuzetan kvalitet vode, posebno karstnih planinskih izvora, usloveli su da je u Crnoj Gori, vodosnabdijevanje bazirano uglavnom na podzemnim vodama. Minimalni eksploatacioni kapacitet karstnih izvorišta iznosi oko 4,0 m³ po sekundi, odnosno iz kvartarne vodonosne sredine do sada su u vodonosne sisteme naselja uključena izvorišta, odnosno vodozahvatni objekti ukupne minimalne izdašnosti oko 1,0 m³ po sekundi.²

U pogledu mogućnosti korišćenja izdanih voda putem flaširanja u Crnoj Gori postoji više tipova izvorišta, zavisno od vrste i karaktera vodonosne sredine.

Prva su vezana za krečnjake, odnosno za izvore u okviru karstnog tipa izdani (Mareza, Reževića rijeka, Ravnjak, Ropušica i drugi). Drugi tip se odnosi na izvore u okviru karstno-pukotinskog tipa izdani koji ističu iz dolomita (Uganjska vrela, Rastovačka vrela i druga). Treći tip su izvorišta u vodonosnim sredinama intergranularne poroznosti (glacijalni, glaciofluvijalni i aluvijalni sedimenti). Četvrti tip su izvorišta u vodonosnim

² Burić M.; Termomineralne vode Crne Gore, Titograd, 1993.

sredinama složene (kombinovane) strukture poroznosti (međuzrnske i karstno-pukotinske poroznosti) sa sekundarnim karakterom isticanja iz glacijalnih i glaciofluvijalnih sedimenata, koja su primarno vezana za karbonatne stijenske mase pukotinsko-kavernozone poroznosti. Peti tip su izvorišta mineralne vode, u sjevernoj Crnoj Gori, vezana za tvorevine paleozojske starosti.³

Nesumnjivo je da potencijal postoji. Uprkos tome komercijalno iskorišćavanje flaširanjem kvalitetnih voda u Crnoj Gori je na samom početku. U Crnoj Gori je 1984. godine u Bijelom Polju puštena u rad prva fabrika za flaširanje prirodne mineralne vode sa izvora "Čeoče". Danas, u Crnoj Gori eksploatacija prirodnih mineralnih voda vrši se i iz izvora: Veliki Maljen, Gornja Bukovica kod Žabljaka i Đedov izvor kod Kolašina, dok su za veći broj izvorišta dodijeljene koncesije i urađeni koncesioni elaborati.

Sa izuzetkom fabrike mineralne kisjele vode "Rada" u Bijelom Polju, zatim fabrike stone malomineralizovane pijaće vode "Gorska" u Bukovici, te punionice "Radigojno" (Đedov izvor) kod Trebaljeva i fabrike u Lipovu (sa izvora Ropušica), na teritoriji Crne Gore nema izgrađenih fabrika tehnoloških linija za korišćenje brojnih kvalitetnih izvora, putem flaširanja. Tokom posljednjih pet godina intenzivirana su istraživanja radi dobijanja podloga (koncesioni elaborati, projektna dokumentacija) za izgradnju više pogona za flaširanje stone pijaće vode na teritoriji Crne Gore. Brojni investitori najavljuju otvaranje novih fabrika za proizvodnju flaširane vode za piće.⁴

Do sada su urađeni koncesioni elaborati za sljedeća izvorišta: Alipašine izvore kod Gusinja, Ravnjak kod Mojkovca, Ropušicu u slivu Plašnice, Krnovska vrela i Oko Bijele u Bijeloj kod Šavnika, Gusarevci između Gornje i Donje Bukovice, Rastovačka vrela u Gornjem polju kod Nikšića, Svetigora kod manastira Morače, Uganjska vrela kod Cetinja, Reževića rijeka u Reževićima, Milojevićka vrela i Dobrik u Tunjevu, Bukovičko vrelo kod Trebaljeva, Pasišta kod Goranjska, Grahovsko vrelo kod Rožaja, Jasen koji je 7 km sjeverno od Bara, Viška vrela u Bjelopavličima, Marezu kod Podgorice, Božja voda u Župi Dobrskoj (opština Cetinje), Šušunja u Zeti (zbijena izdan), Javor u dolini rijeke Drcke i izvorište "Pivara-Trebjesa"-Nikšić.⁵

Elaborati su urađeni u skladu sa Pravilnikom o sadržaju i elementima koncesionog elaborata za korišćenje vode za piće, poljoprivredu, industriju, komunalne potrebe i druge namjene.⁶

³ Radulović M., Burić M.; Flaširanje voda u Crnoj Gori, zbornik radova Vode, vodovodi, sanitarne tehnologije, Budva, 2006.

⁴ Radulović M., Burić M.; Flaširanje voda u Crnoj Gori, zbornik radova Vode, vodovodi, sanitarne tehnologije, Budva, 2006.

⁵ Radulović M., Burić M., Radulović V. (1998-2006): Koncesioni elaborati za pojedina izvorišta, dokumentacija Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Crne Gore

⁶ Pravilnik o sadržaju i elementima koncesionog elaborata za korišćenje voda za piće, poljoprivredu, industriju, komunalne potrebe i slične namjene, Službeni List RCG br. 36/03, Podgorica, 2003.

4. Zakonska regulativa

Skupština Crne Gore je u septembru 1991. godine donijela Deklaraciju o ekološkoj državi, čime se opredijelila da usklađuje privredni i društveni razvoj sa principima održivog razvoja. Posebnu pažnju u ovim aktivnostima treba posvetiti vodi, kao ključnom resursu za čovjeka i civilizaciju.

Prvi zakon o vodama je donešen 1995. godine. Novi zakon o vodama je usvojen 2007. godine.

Upravljanje vodama i vodnim zemljištem, od državnog značaja, u nadležnosti je države.⁷ Dakle, zakonskom regulativom vode su označene kao prirodno bogatstvo i dobro u opštoj upotrebi i nalaze se isključivo u državnoj svojini i kao takve čine imovinu Crne Gore, nad kojom se ne može steći pravo svojine, već samo pravo korišćenja, putem koncesija.

Pravo korišćenja vodama stiče se, odnosno prenosi aktom Vlade u skladu sa uslovima utvrđenim zakonom. Vlada, na predlog nadležnog organa uprave, uz prethodno mišljenje Ministarstva, odlučuje o dodjeli i prestanku koncesije za izgradnju, održavanje i korišćenje vodnih objekata za koje vodne uslove izdaje nadležni organ uprave i korišćenje javnog vodnog dobra u skladu sa zakonom.

Kada su u pitanju izdanske vode namijenjene flaširanju, koncesije se dodjeljuju po tzv. B.O.T.- sistemu, prema kome se koncesionaru odobrava izgradnja postrojenja ili pogona za flaširanje, pod uslovima utvrđenim tim odobrenjem, u trajanju do 30 godina, s tim da istekom ugovorenog roka i ugovorenih uslova, izgrađeni objekat, postrojenja ili pogon postaje državna svojina.

Dakle, vodno pravo se stiče vodnom dozvolom ili ugovorom o koncesiji. Aranžman koji omogućava ulazak privatnog sektora u ovu oblast je koncesija. Ugovorom o koncesiji uređuje se način i uslovi pod kojim domaća i strana pravna i fizička lica mogu dobiti pravo na eksploataciju prirodnih resursa ili sirovina, na određeni rok, uz naknadu. Pošto po isteku aranžmana osnovna sredstva ne ostaju u vlasništvu privatnih lica, već se prebacuju na javno vlasništvo, privatna lica nemaju podsticaj da ih dobro održavaju, odnosno nemaju podsticaj da investiraju u osnovna sredstva u pravoj mjeri.

Podaci o izvorištima za koje su dosada dodijeljene koncesije u skladu sa važećom zakonskom regulativom dati su na osnovu dosada urađenih koncesionih elaborata.

⁷ Zakon o vodama Crne Gore, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Crne Gore, Službeni List RCG, br. 27/07, Podgorica, 2007.

Vode, koje se koriste za flaširanje, moraju da ispunjavaju uslove predviđene Pravilnikom o higijenskoj ispravnosti vode za piće, kojim je definisan kvalitet vode za piće u skladu sa normama svjetske zdravstvene organizacije (WHO) i EU po sadržaju i po visini normi za pojedine parametre kvaliteta.

5. Analiza tržišta flaširanih voda

Tržište flaširanih voda obuhvata ponudu i tražnju gaziranih i negaziranih mineralnih voda i prirodnih (izvorskih) voda. Uobičajeno je da se tržište mineralnih i prirodnih voda posmatra kao jedinstveno imajući u vidu da je njihova primarna upotreba za piće, kao zamjena za vodu iz vodovodnih sistema. Ove vode se mogu smatrati supstitutima.

U svijetu sve veći broj proizvođača proizvodi i mineralne i prirodne vode. Međutim u posljednje vrijeme povećana je tražnja za prirodnim vodama. Njima Crna Gora obiluje. Prirodne crnogorske vode imaju izuzetan kvalitet i praktično superiorna fizičko-hemijska, mikrobiološka i organoleptička svojstva. Kvalitet ovih voda se određuje na osnovu preporuka Svjetske zdravstvene organizacije za kvalitet voda za piće. Kvalitet je jedan od preduslova za plasman na inostrano tržište koje je veoma zahtjevno. Za uspješan plasman, pored uslova kvaliteta, neophodno je zadovoljiti i druge tržišne karakteristike.

Tražnja za flaširanom vodom je uslovljena brojnim varijablama: brojem stanovnika, starosnom strukturom stanovništva, školskom spremom, regionalnim rasporedom (stepenom urbanizacije), kupovnom moći potrošača i uopšte makroekonomskim varijablama, kao i kvalitetom vode za piće iz vodovodnih cijevi. Tržište bivše Jugoslavije je respektabilno sa stanovišta prethodnih parametara. Stanovnici u gradovima, gdje je voda generalno lošija, informisani su dobro o njenom kvalitetu i u prosjeku su veći potrošači flaširanih voda za piće. Takođe, mlađe osobe koje više posvećuju pažnju svom zdravlju i kvalitetu života veći su potrošači ovih voda.

Prirodna pijaća voda (flaširana) je kao proizvod namijenjena širokoj potrošnji, i u osnovi ima ustaljene karakteristike: konstantnost visokog kvaliteta je dominantna pretpostavka za uspješan plasman; frekvencije kupovina je izrazitija u ljetnim mjesecima, što proizvodu, u određenoj mjeri, daje sezonski karakter; značaj za potrošača (konzumenta), sa stanovišta troška, relativno je mali; relativno dug kanal distribucije; veliki broj prodajnih mjesta sa pojedinačno malim učešćem; cijene su relativno niske i neznatno participiraju u potrošačkoj korpi; značaj propagande i uopšte marketinga je veliki; ambalažiranje je od posebnog značaja i podrazumijeva stalno usavršavanje u pogledu materijala (sirovine), dizajna, etikete, funkcionalnosti, litraže i dr.⁸

⁸ Malović M., Kandić R., Novaković D.: Analiza tržišta prirodnih voda za piće, zbornik radova Vode, vodovodi, sanitarne tehnologije, Budva, 2006.

Flaširana prirodna voda za piće je neizostavan u potrošnji stanovništva u zemljama Zapadne Evrope, Americi i Bliskom Istoku, kao alternativa sve prisutnijoj nestašici pijaćih voda. Pijaća voda u Crnoj Gori ne predstavlja veći problem kada je u pitanju zadovoljenje potreba stanovništva. Zato postoji mogućnost ekonomske valorizacije na inostrana tržišta.

U svijetu se godišnje proda više od 150 milijardi litara flaširane vode, ili 75 litara po stanovniku. Italija je vodeća po konzumaciji flaširane vode. Svaki Italijan godišnje popije 136 litara. Na vrhu su i Njemci sa 133 litra i Francuzi sa 100 litara.

Studija koju je 2006. izradila organizacija Earth Policy Institute iz Washingtona pokazala je da je voda iz boce čak 10.000 puta skuplja od one iz slavine. Po podacima ove organizacije potrošnja flaširane vode u svijetu je udvostručena u periodu od 1999. do 2004. godine i dostigla je 154 milijarde litara godišnje. Trgovina vodom je zato ogroman posao, težak oko 500 milijardi američkih dolara, a previđa se da će u nekoliko narednih godina dostignuti i 3 bilijarde. To je ujedno i jedan od najbrže rastućih sektora globalne privrede. Primat u svijetu u proizvodnji flaširane vode drže francuske kompanije, mada sve zemlje u ovoj oblasti vide ogromni biznis. Procjenjuje se kako će tržište flaširanih voda prosječno rasti po stopi od 7% godišnje u sljedećih pet godina u Poljskoj i baltičkim državama, a industrije u nekim zemlja su i ispred toga s rastom od 12%, kao što su one u Britaniji i Španiji.

Crnogorske vode kao što su Aqua Bianca, Suza, Aqua Monta i Gorska po svom sastavu pripadaju grupi savremenih, negaziranih, niskomineralnih izvorskih voda, kakve su, na primer, "Evian", "Perrier" (Francuska), "Bru", "Spa Reine" (Belgija), "Aqua Fabia" (Italija) i druge svjetski poznate vode.

Flaširana prirodna voda za piće kod nas još uvijek u osnovi nov proizvod, za kojim nijesu izgrađene navike, što sugeriše poseban pristup njegovom uvođenju na tržište. U Crnoj Gori se popije svega oko 35 miliona litara flaširane vode godišnje ili nešto oko 55 litara po stanovniku. Ipak, i tako malo tržište flaširanih voda preplavile su vode iz susjednih zemalja, prije svega Srbije i Hrvatske koje kvalitetom teško da mogu parirati domaćim. Izvoza skoro i da nema. Izvoz flaširanih voda u ukupnom izvozu učestvuje sa manje od 0,5%. Obično se izvozi u Srbiju. A raspoloživi resursi nam omogućavaju mnogo više, proizvodnju kvalitetnog i prepoznatljivog crnogorskog proizvoda, prirodne čiste vode najvišeg kvaliteta.

Savremeno tržište u vodama rijetko gleda sastav vode koju kupuje tako da kvalitet sadržaja u boci znači mnogo manje u odnosu na ljepotu ambalaže i snagu brenda. Takođe, investitor u Crnoj Gori ima mnogo teži put od onog u Srbiji na primjer, gdje se koncesije za vode dobijaju na opštinskom nivou pa je rezultat toga otvaranje velikog broja fabrika. Da bi se dobilo pravo za proizvodnju vode, potreban je ogroman broj dozvola raznoraznih ustanova. Osim toga, pri izvozu u pojedine zemlje se plaćaju dodatne takse, pored

plaćenih carinsk, čime te zemlje štite svoje proizvođače, tako da transportni troškovi postaju izuzetno visoki. Zbog male veličine tržišta stranom proizvođaču je nastup na našem tržištu mnogo jednostavniji i mnogo manje košta u odnosu na nastup crnogorskih proizvođača na inostranom tržištu. Osim toga ugovorom se investitori obavezuju da će plaćati opšte i posebne koncesione naknade ili takse za korišćenje vode procentualno u odnosu na prodajnu cijenu 1 litra flaširane vode. Dakle, takse se odnose na cijenu vode a ne na cijenu flaše, to jest ambalaže. Međutim, crnogorski proizvođači plaćaju koncesione takse i za vodu i za ambalažu za koju su već prilikom nabavke platitli porez. To znači da proizvođači plaćaju porez na porez! Proizvođači su opterećeni visokim taksama, što je pogubno za izvoz vode, jer je to artikal koji teško trpi transportne troškove. Zemlje sa jakim proizvođačkim lobijem kao što su Italija i Poljska nijesu uvele koncesije za eksploataciju vode. Lokalne vlasti u Češkoj su se obavezale kompanijama koncesionarima da će nadoknaditi svaki mogući gubitak u poslovanju. Dok se obično privatizuju usluge ili daje koncesija za korišćenje izvora, u Velikoj Britaniji su vodna bogatstva u potpunosti prešla u privatne ruke.

Kada je u pitanju ponuda, na prostoru bivše Jugoslavije ima više desetina proizvođača prirodnih voda za piće. U Crnoj Gori se proizvodi mineralna voda "Rada" i prirodne vode "Suza", "Gorska", "Akva Monta" i "Aqua Bianca". Konkurencija na tržištu je relativno jaka, što pred novim proizvođačem postavlja nove zahtjeve. Potrošnja na prostorima bivše Jugoslavije posljednjih godina bilježi rast u prosjeku 25% godišnje.

Cijene flaširanih voda za piće su prilično ujednačene. U Crnoj Gori se kreću u rasponu 0,45-0,55€/1,5l. Cijena nije dominantno konkurentna varijabla kod ovih proizvoda koliko je to recimo kvalitet ili brend. Što se tiče kvaliteta, jasno je da Crna Gora raspolaže najkvalitetnijim prirodnim vodama. To su potvrdile brojne analize. Stoga treba stvoriti brend crnogorskih voda.

Potencijalna tržišta za flaširanu vodu iz Crne Gore su kako domaće, tako i inostrano tržište. U većim gradovima zemalja u okruženju kvalitet vode je loš, tako da ove gradove karakteriše rast potrošnje flaširane vode. Tržišta Zapadne Evrope i Bliskog Istoka su takođe potencijalna tržišta za crnogorske vode. Uspješnost plasmana crnogorskih flaširanih voda na inostrano tržište zavisiće i od samih proizvođača i njihove sposobnosti da se uključe na to tržište. Što se domaćeg tržišta tiče, to su gradske sredine, prije svega Podgorica i Crnogorsko primorje, posebno u toku turističke sezone, kada se bilježi značajan rast potrošnje flaširane vode za piće.

6. Preporuke za budućnost

Crna Gora ima velike količine kvalitetne pitke vode i njeno flaširanje bi moglo da bude izvor značajnih prihoda. Najgore je to što država ne zna kako treba gazdovati nečim čime je prirodno obdarena.

Crnoj Gori je potrebna jedna ozbiljna i dugoročna strategija izvoza. Mjere za smanjenje uvoza mogu da daju samo kratkoročne rezultate. Svako miješanje države bi u tom pravcu bilo loše. Moraju postojati uslovi za fer tržišnu utakmicu. Treba omogućiti ekonomsku eksploataciju izvorišta, a država samo treba da zaštiti prostor, na kojima se ta izvorišta nalaze.

Proizvodnja flaširane vode, uz tehnološki napredak proizvodnje i proširenje kapaciteta mogla bi u kratkom roku da postane veoma profitabilan i trajno izvozno orijentisan posao. Da bi se sadašnjim proizvođačima omogućilo proširenje kapaciteta i da bi se privukli inostrani investitori, država bi trebala da smanji koncesione takse i definiše jasno da se odnose samo na vodu. Smanjenje taksi bi uticalo i na znatno lakše podnošenje visokih transportnih troškova, pa bi se i izvoz povećao. Trebalo bi razmisliti makar o oslobađanju proizvođača od plaćanja ovih taksi do dostizanja određenog nivoa prodaje, jer bi proizvođač u prvim godinama ta sredstva mogao usmjeriti u razvoj koji bi brže doveo do uvećane prodaje pa samim tim i dao veće efekte državi po pitanju prihoda od koncesije. Ili da se razmisli o neplaćanju koncesije na vrijednost izvezene robe do određene vrijednosti.

Jasno je i da nije dovoljno samo proizvesti flaširanu vodu. Ona treba i da postane prepoznatljiv brend na svjetskom nivou. Potrebno je uložiti dosta sredstava. Da bi se takvo nešto stvorilo neophodno je da naše domaće fabrike nađu dobre inostrane strateške partnere koji bi osigurali uvođenje moderne tehnologije u proizvodnju i obezbijedili povezivanje sa jakim stranim maloprodajnim trgovačkim lancima preko kojih bi bila plasirana voda proizvedena u Crnoj Gori. Crna Gora takođe nema nikakvo udruženje, asocijaciju voda. Takvo udruženje postoji u Srbiji i bori se za interese domaćih proizvođača. Da bi se stvorio brend crnogorskih voda potrebno je i aktivnije učestvovanje na međunarodnim sajamovima kako bi se stekla i prenijela svijest o kvalitetu naših voda. Preporuka je i da se u Crnoj Gori organizuje takav sajam koji bi okupio profesionalce iz domena flaširanja voda, proizvodnje, uvoza, distribucije i održavanja opreme koja se koristi u industriji voda. To bi privuklo i veliki broj potencijalnih investitora. Na jednom takvom sajmu bi bilo veoma korisno održati promocije, stručna predavanja i prezentacije o bogatstvu crnogorskih voda.

Ne isplati se značajnije ulaganje u novu proizvodnju flaširane vode ukoliko će se to odnositi na podmirenje domaćeg tržišta, jer je ono ionako malo. Naši proizvođači voda treba da iskoriste očekivani značajni rast tražnje za flaširanom vodom u svijetu i tamo pronađu svoje mjesto nudeći prepoznatljiv crnogorski brend. Potrebna je agresivna i intenzivna marketing i posebno osmišljena propagandna aktivnost, naročito u inicijalnoj fazi uvođenja na tržište. Takođe, podrazumijeva se specifičan pristup razvijenim, izuzetno zahtjevnim stranim tržištima, u cilju penetracije dijela tog tržišta, prevashodno Zapadne Evrope i Bliskog Istoka, na kojima su već zastupljeni poznati svjetski brendovi. Ovo je tim važnije ako se ima u vidu da su ova tržišta ciljna, kada je ovaj proizvod u pitanju.

7. Zaključak

U Crnoj Gori postoje kapaciteti pitke vode koji se mjere milijardama litara na godišnjem nivou. Za uvoz crnogorske pitke vode zainteresovane su mnoge zemlje. Nesumnjivo je da Crna Gora raspolaže ogromnim bogatstvom. I kako vrijeme odmiče, to bogatstvo postaje sve dragocjenije. Ipak, još uvijek se ne prave napori da se nešto značajnije učini na planu izvoza pitke vode. Čini se da svijest o značaju ovog resursa još uvijek nije sazrela. Državni organi bi trebali da shvate da je proizvodnja flaširane vode veoma profitabilan posao, koji se odnosi na svjetsko, a ne samo na domaće tržište. Treba omogućiti veći upliv privatnog sektora u ovu oblast. Ekonomski efekti koji se očekuju iz poslova flaširanja vode za piće mogu značajno povećati izvoz na makro nivou. Voda može da postane nacionalni strateški proizvod i velika izvozna šansa. S obzirom na bogatstvo kojim raspolažemo, šanse za izvoz su nam velike znajući i da je tražnja velika.

Pošto je voda sve oskudniji resurs, a sa druge strane veoma profitabilan posao, potencijalni investitori treba da nađu najbolje načine da iskoriste vodne potencijale Crne Gore i stvore prepoznatljiv crnogorski brend.

Literatura:

1. Bošković M.; Neke karakteristike površinskog oticanja voda u Crnoj Gori, publikacija Poljoprivreda i šumarstvo br. 3-4, Podgorica, 2003.
2. Živaljević R.; Osnovi hidrotehnike, udžbenik Univerzitet Crne Gore, Podgorica, 2000.
3. Burić M.; Termomineralne vode Crne Gore, Titograd, 1993.
4. Radulović M., Burić M.; Flaširanje voda u Crnoj Gori, zbornik radova Vode, vodovodi, sanitarne tehnologije, Budva, 2006.
5. Malović M., Kandić R., Novaković D.; Analiza tržišta prirodnih voda za piće, zbornik radova Vode, vodovodi, sanitarne tehnologije, Budva, 2006.
6. Vodoprivredna osnova republike Crne Gore, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Crne Gore, Podgorica, 2001.
7. Zakon o vodama Republike Crne Gore, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Crne Gore, Službeni List RCG, br. 16/95, Podgorica, 1995.
8. Zakon o vodama Crne Gore, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Crne Gore, Službeni List RCG, br. 27/07, Podgorica, 2007.
9. Radulović M., Burić M., Radulović V. (1998-2006): Koncesioni elaborati za pojedina izvorišta, dokumentacija Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Crne Gore
10. Pravilnik o sadržaju i elementima koncesionog elaborata za korišćenje voda za piće, poljoprivredu, industriju, komunalne potrebe i slične namjene, Službeni List RCG br. 36/03, Podgorica, 2003.

Mr Vinko Nikić¹

Slobodne zone, razvojna šansa Crne Gore u procesu globalizacije

Abstract

What are the chances of Montenegro as of a country in transition in the process of globalization? What are the reasons for which sound competitiveness shall be treated as a priority goal of development? How would the development of free zones affect the overall development of the country? How would the development of free zones affect the competitiveness of the Montenegrin economy? Is the introduction of the direct foreign investments in free zones the best way to enhance global competitiveness of Montenegro? These are some of the target issues which the author will try to elaborate and to provide the adequate answers to.

Key words: *free zones, transition, globalization, competitiveness, privatization, development, liberalization.*

Uvodne napomene

Cilj ovog rada predstavlja pokušaj da se istraži razvoj Crne Gore kao zemlje u tranziciji u procesu globalizacije i ukaže na ulogu i značaj slobodnih zona po cjelokupni razvoj naše zemlje.

Crna Gora kao i mnoge zemlje u regionu uslijed globalnih procesa i političkih događanja, prelazi sa jednog statičkog i inertnog stanja u stanje velike neizvjesnosti i promjenjivosti. Globalni procesi su unjeli novu dinamiku razvoja gdje se kao posljedica javljaju nove razvojne strategije.

Izbor efikasne strategije privrednog razvoja je dosta kompleksno pitanje, kome se mora posvetiti ogromna pažnja sa ciljem da projekat bude uspješan po nacionalnu ekonomiju i region u cjelini.

Kao i sve zemlje u tranziciji, Crna Gora pokušava privesti kraju privatizacioni proces gdje se privatizacijom državnih kompanija želi putem ulaska strateških ino-partnera povećati konkurentnost crnogorske privrede na inostranom tržištu.

Opravdanost razvoja i promocije Crne Gore kao slobodne ekonomske zone leži u činjenici da je njen prioritetni cilj privlačenje direktnih stranih investicija, kao glavnom preduslovu za ubrzani privredni razvoj. Da bi ovo zaista postala stvarnost u prilog tome ide i činjenica

¹ Jugopetrol AD Kotor – Hellenic Petroleum Group

da je Crna Gora geostrateški u velikoj prednosti i u odnosu na razvijene evropske off-shore centre.

Crna Gora, sebi mora jasno postaviti ciljeve i uraditi potrebne korake u pripremi, kako bi postala što atraktivnija u privlačenju stranih investitora.

Međutim, liberalizacija spoljnotrgovinskih tokova može biti veoma rizična po osnivača slobodne zone i potrebna je maksimalna ozbiljnost i oprez prilikom realizacije ovakvih projekata, jer ukoliko privreda nije dobro pripremljena za oštru konkurenciju na svjetskom tržištu, postoji bojazan da izostanu očekivani izvozni efekti, u kom slučaju bi troškovi osnivanja zone znatno nadmašili njene prednosti i projekat ne bi ostvario svoju ekonomsku opravdanost.

Mišljenje je da sa aspekta razvoja privrede, domaćeg i međunarodnog transporta slobodne zone imaju poseban značaj po razvoj našeg regiona u cjelini, samom činjenicom da se u sadašnjem momentu putem njih obavlja 25% međunarodne trgovine i da naša zemlja, a i region u cjelini mogu ostvariti razne benefite putem razvoja slobodnih zona.

1. Cilj rada

Osnovni cilj ovog rada jeste da ukaže na ulogu i značaj slobodnih zona po razvoj naše privrede. U vrijeme oporavka domaće privrede posle ekonomskih sankcija međunarodne zajednice i privrede koja je u tranziciji sa prelaskom na tržišne uslove privređivanja, kada domaća preduzeća i privredna društva ne mogu imati dovoljno kapitala za nove tehnološke procese proizvodnje na savremenim tehničkim rješenjima, slobodne zone bi odigrale potpuno novu ulogu u savremenim uslovima proizvodnje i privređivanja.

S obzirom da bi savremene slobodne zone po svom tipu trebale biti proizvođačko-industrijske i eksportne zone, one bi doprinjele povećanju konkurentnosti naših proizvoda na međunarodnom tržištu, smanjenju stope nezaposlenosti uslijed upošljavanja kvalifikovane radne snage za potrebe zone, povećavanje izvoza, povećavanje deviznog priliva po osnovu izvezene robe, jednom riječju, slobodne zone predstavljaju mogući faktor integracije Crne Gore u međunarodne privredne tokove, što ujedno predstavlja i cilj ovog rada.

2. Zdrava konkurencija kao prioritetni cilj razvoja

Ako se polazi od činjenice da strategija razvoja kao glavni cilj ima transformaciju društva, onda ne predstavlja iznenađenje to što je rast konkurentnosti uvršten među prioritetne ciljeve Agende ekonomskih reformi 2002-2007, čiju je inoviranu verziju Vlada Republike Crne Gore usvojila u aprilu 2005.godine, gdje se naglašava da zdrava konkurencija u ekonomiji predstavlja preduslov za poboljšanje konkurentnosti cijele privrede. Sama riječ

konkurentnost i dalje ima negativnu konotaciju naslijeđenu iz predhodnog sistema, ali se ipak čini da u Crnoj Gori danas "duvaju" drugačiji vjetrovi koji donose poruku da konkurentnost predstavlja istovremeno i uzrok i posljedicu uspjeha.

Pitanje konkurentnosti je danas jedno od najvažnijih pitanja u svakoj državi i ona ima veoma značajnu ulogu u kreiranju ambijenta kako za domaća preduzeća, tako i za potencijalne inostrane ulagače.

Ipak danas u Crnoj Gori među pojedinim ekonomistima i drugim ljudima iz privrednog života vlada mišljenje da bi ulazak direktnih stranih investicija putem ulaganja u slobodne zone ugrozio domaću privredu i domaća preduzeća stavio u nezavidan položaj. Međutim, razvoju globalne konkurentnosti se ne treba oduprijeti na ovaj način, već upravo ulaskom novih savremenijih tehnologija treba nastojati podići nivo izvozne konkurentnosti Crne Gore na svjetskom tržištu.

3. Mogućnosti ulaska stranog kapitala putem ulaganja u naše slobodne zone

Teza o ekonomskoj isplativosti razvoja slobodnih zona kod nas, bazira se na pretpostavci da one treba da budu pokretač ekspanzije direktnih stranih investicija, koje će pokrenuti proizvodnju po savremenim tehnologijama ne samo u njima, nego i izvan njih. Ovo će omogućiti veći i brži razvoj domaće proizvodnje, gledano generalno, što će dovesti i do uvećanja izvoza savremeno proizvedenih roba koje će biti konkurentne drugim robama na otvorenim međunarodnim tržištima.

Međutim, privlačenje potencijalnih investitora u današnjim uslovima globalizacije predstavlja možda i najeći problem. Naime, mnoge zemlje u razvoju vide svoju šansu za oporavkom i razvojem domaće privrede upravo ulaskom direktnih stranih investicija i naprosto se utrkuju u tome koja će pružiti kvalitetnije uslove za potencijalne investitore. Stoga, moramo biti svjesni da ćemo inostani kapital privući jedino ako shvatimo pravila igre na globalnom tržištu, ili bolje reći ako ovaj naš veoma značajan geostrateški region, upotpunimo setom poreskih olakšica i ostalih beneficija kako carinskih tako i vancarinskih kao i čvrstim državnih garancijama za sigurnost uloženog kapitala. Sve to će uz ostale ekonomske pogodnosti, kvalifikovanu jeftinu radnu snagu samo učvrstiti namjere za ulaganjem u našu privredu, što će se pozitivno odraziti konkurentnost naše privrede i poboljšanje životnog standarda svih naših građana.

U zemljama u razvoju kao na primjeru naše zemlje, ne postoji dovoljno domicilnog kapitala za ulaganjem u proizvodne procese, u ovom slučaju konkretno na proizvodnju u slobodnim zonama, stoga, treba ući u zajedničke projekte putem mješovitih ulaganja, domaćih i inostranih preduzeća. U suštini slobodne zone su otvorene za strana i zajednička ulaganja stranih i domaćih firmi u njima. Dakle, tu ne bi trebale da postoje bilo kakve prepreke ili ograničenja koje bi ove tendencije suzbijale ili ovakve aktivnosti sužavale. Mogu se pojaviti određena ograničenja koja se više odnose na vrstu djelatnosti u slobodnoj zoni i s tim u vezi na vrstu stranih ulaganja.

Suprotno, može se reći da postoje vrlo izražene tendencije koje idu za tim da stimulišu strana ulaganja u slobodnim zonama putem mnogih privilegija i pogodnosti koje se daju stranim ulagačima i njihovim ulaganjima ili čak i zajedničkim ulaganjima. Dobar primjer

da se ide ka tome da se masovnije privuku strane investicije, predstavlja i novi Zakon o slobodnim zonama i slobodnim skladištima, koji predstavlja jedan od najliberalnijih zakona u konkurentskom okruženju, a i šire. Međutim, mišljenja smo da je potrebno dodatnim podzakonskim aktima, ili drugim pravilnicima, vršiti dalju liberalizaciju i uz veći "set" što povoljnijih stimulacija biti agresivniji na tržištu u okruženju i pokazati svoju maksimalnu otvorenost za ekspanzijom stranih i zajedničkih ulaganja.

Radi što uspješnije valorizacije projekta slobodne zone, odnosno pospješivanja direktnih stranih investicija, prije svega potrebno je uraditi sljedeće:

- omogućiti decidno sprovođenje Zakona;
- omogućiti razvijenu infrastrukturnu mrežu;
- pored Zakonom određenih privilegija i olakšica, dodatnim podzakonskim aktima i drugim mjerama proširiti i povećati broj olakšica potencijalnim investitorima ,kao npr: ukinuti sve carinske i ostale dažbine na uvoz osnovnih sredstava, sirovina i ostalih repromaterijala, namijenjenih za proizvodnju u slobodnoj zoni (novim Zakonom o slobodnim zonama i slobodnim skladištima je već urađeno);
- osloboditi sve učesnike koji investiraju u zonu od poreza na dobit i to najmanje za sljedećih 10 godina, kao i poreza na lična primanja u periodu od 10-15 godina;
- omogućiti slobodan transver dobiti svim potencijalnim investitorima;
- investitorima koji u slobodnu zonu ulažu više od 5 miliona eura, omogućiti dodatne "specijalne"olakšice u vidu davanja većih povlastica i stimulatивно uticati na njih da što više ulažu svoj novac u slobodnu zonu.

Posmatrajući sa aspekta naplate poreza i dažbina, davanje ovih popusta predstavlja izgubljenu dobit za budžet Države. Međutim, ne smije se zaboraviti da uslijed svih ovih povoljnosti, potencijalni strani investitor će prije donjeti odluku za investiranjem u našu zemlju, a sva izgubljena dobit po osnovu naplate dažbina biće višestruko vraćena putem zapošljavanja domaće radne snage, upošljavanjem saobraćajnih sredstava, povećavanjem lučkog prometa, kao i uključivanjem u dodatni rad za potrebe zone mnogih domaćih preduzeća koja posluju van kapija zone, čime će se povećati ukupan kvalitet proizvodnje u cijeloj zemlji.

U sadašnjem privrednom momentu, prelaska domaće privrede na nove tržišne uslove privređivanja, posebno je značajan faktor stranih ulaganja u domaću privredu, a time i u slobodne zone u Crnoj Gori i to iz više razloga. Jedan od tih razloga svakako je i oživljavanje domaće proizvodnje uvozom modernih tehnologija, što bi dovelo do veće i savremenije i kvalitetnije proizvodnje, sa većom automatizacijom i proizvodnjom daleko kvalitetnijih proizvoda. Ovo bi dovelo i do većeg upošljavanja domaće radne snage, razvoja infrastrukture, izgradnje novih saobraćajnica, unaprijeđivanja transporta i brže i jeftinije dopreme robe do mjesta destinacije.

Nesumnjivo, strana ulaganja u domaću privredu, a time i u naše slobodne zone, prije svega u slobodnu zonu u Baru dovešće do snažnog razvoja domaće privrede i razmaha preduzetništva kod nas. Usvajaće se nove ideje, novi tehnološki i menadžerski postupci u savremenom proizvodnji i plasmanu roba.

Strana ulaganja u našoj zemlji i u slobodnim zonama, će se odvijati na više načina i to: putem samostalnih ulaganja stranaca u domaću privredu-osnivanjem svojih preduzeća i društava, kako onih u slobodnim zonama tako i onih van ´kapija´ slobodnih zona, putem zajedničkih ulaganja sa domaćim privrednim subjektima i preduzetnicima (Joint Venture)-kako u zoni tako i van slobodne zone, kao i putem direktnih ulaganja u slobodnim zonama.

Našoj privredi u razvoju je od velike koristi svaki vid ulaganja, ali u svakom slučaju direktna strana ulaganja u naše slobodne zone bi bila od najvećeg značaja, i svim sredstvima treba pripremiti teren za privlačenje, upravo direktnih stranih investicija. Donošenjem Zakona o slobodnim zonama i slobodnim skladištima, učinjen je veliki korak ka liberalizaciji razvoja ove vrste djelatnosti kod nas, i na taj način je stvorena mogućnost za konkurenciju zemljama u regionu, za ´preuzimanje´ potencijalnih investitora sa ciljem za njihovo ulaganje kod nas.

Stoga, iskreno se nadamo da će ulaganja u naše slobodne zone biti opravdana i da će putem ulaganja u njih, doći do kreiranja konkurentnog izvoznog proizvoda, što je i postavljeni cilj Vladine strategije podsticaja izvoza.² Pored toga, strano lice može da ulaže i u objekte prilikom dobijanja koncesija za iskorišćavanje određenih dobara, izgradnju i korišćenje puteva, saobraćajnica, korišćenja drugih prirodnih bogatstava i slično, što je od posebnog interesa za naše slobodne zone, a i uopšte od značaja za infrastrukturu naše zemlje. Neosporno je od posebne važnosti izgradnja infrastrukture i povezivanja slobodnih zona sa "zaleđem". To je posebno aktuelno za našu slobodnu zonu u Baru koja će sa izgrađenim novim ili modernizacijom postojećih saobraćajnica, omogućiti veće iskorišćavanje i luke Bar, a ne samo slobodne zone Bar. To će posebno koristiti ne samo domaći privredni subjekti nego i privredni subjekti iz Austrije i Mađarske koji će sve više koristiti luku u Baru, a time i slobodnu zonu Bar, posebno za robe koje sa drugih kontinenata pristižu u Evropu, kao i iz Evrope odlaze u svijet-na druge kontinente.

Stoga, nepotrebno je naglašavati značaj otvorenosti naših slobodnih zona, prije svega zone u Baru, za ulaganjem u nju bilo to putem zajedničkog ulaganja (joint-venture) ili samostalno putem direktnih stranih investicija.

² Strategija podsticaja izvoza, Ministarstvo za ekonomske odnose sa inostranstvom i evropske integracije, Podgorica, februar 2006.godine

4. Pozitivni ekonomski efekti koji se očekuju ostvarivanjem projekta-Crna Gora kao slobodna ekonomska zona

Kada govorimo o razvoju projekta Crna Gora slobodna zona, moramo kazati da to iziskuje mnogo zalaganja i ozbiljnog pristupa, jer stvarati ekonomski isplativu slobodnu zonu, predstavlja složen i delikatan proces .

O ekonomskoj isplativosti i prednostima razvoja pomenutog projekta, već je na osnovu do sada rečenog jasno da uspješno razvijene slobodne zone i off-shore centri akumuliraju značajne investicije i to je jedan od najznačajnijih argumenata za njihovo osnivanje.

Fokus ipak treba naglasiti na činjenicu da Crna Gora , posebno Luka Bar ima mogućnosti za razvoj proizvođačkih, izvozno orjentisanih zona sa velikim potencijalima za akumulaciju direktnih stranih investicija.

Svaka direktna inostrana investicija, pozitivno će uticati na kompletni ekonomski sistem Crne Gore. Otuda, sa nestrpljenjem očekujemo strana ulaganja u naše slobodne zone, naročito u zonu u Baru jer će ista imati ogroman značaj po razvoj cjelokupne privrede i doći će do poboljšanja standarda stanovništva. Dosadašnja očekivanja od ulaganja u slobodne zone se nijesu ispunila, međutim stvaranjem samostalnosti i učlanjenjem u mnoge evropske i svjetske asocijacije, Crnoj Gori se otvara šansa da iskoristi svoje komparativne prednosti i privuče veliki broj stanih investitora i ubrzano krene u razvoj svojih slobodnih zona i time doprinese svom cjelokupnom razvoju.

Koristi od ulaganja u naše slobodne zone su višestruke i predstavljaju direktnu pozitivnu posljedicu po cjelokupni ekonomski razvoj.

Prije svega, direktne strane investicije putem ulaganja u naše slobodne zone imaće poseban i veoma značajan uticaj na:

- smanjenje stope nezaposlenosti uslijed zapošljavanja kvalifikovane radne snage u zoni;
- ulazak savremenih i čistih tehnologija i proizvodnja po najsavremenijim standardima visokokvalitetnih i na tržištu konkurentnih proizvoda;
- povećavanje stope izvoza uslijed proizvodnje u slobodnoj zoni;
- transver znanja i tehnologije;
- razvoj infrastrukture i saobraćaja unutar zone i van kapija zone;
- razvoj preduzeća koja posluju van kapija zone za potrebe zone;
- razvoj svih sektora privrede, naročito Sektora usluga;
- razvoj gravitacionog područja u kojoj se zona nalazi;
- povećavanje ukupnog deviznog priliva zemlje;
- pozitivan uticaj na ukupni platni bilans;
- jačanje ukupnih fondova društva kroz akumulaciju, razne poreze i doprinose

- puna valorizacija prirodnih i ljudskih resursa;
- rast i razvoj novih preduzeća specijalizovanih za potrebe zone;

Iz navedenog jasno se može zaključiti da ulaganjem u slobodne zone dolazi do povećavanja zapošljavanja, čime se ostvaruje dodatni dohodak i dolazi do stvaranja velike novčane mase i povećavanja neto ličnih primanja. Takođe, uslijed povećavanja proizvodnje proizvoda namijenjenih izvozu, isti raste i poboljšava spoljnotrgovinsku razmjenu naše zemlje. Sve ovo jasno ukazuje da je razvoj ovog Instituta poslovanja itekako društveno-ekonomski opravdan i da je krajnije vrijeme preduzeti konkretne korake za razvoj ove vrste poslovanja.

U svom ovom bijegu svjetskog kapitala od plaćanja visokih poreza i premještanje u ona područja gdje su te obaveze svedene na minimum, Crna Gora i region u cjelini dobijaju na značaju i pruža nam se šansa koju ne bi trebali, niti smjeli propustiti.

5. Direktne strane investicije, kao "oružje" protiv globalne konkurencije

Obično postoji dilema kako jedna mala i pretežno nerazvijena zemlja da postavi svoju razvojnu strategiju na način što će biti konkurentna većim i razvijenijim ekonomijama drugih država. Crna Gora kao zemlja u razvoju, sa nedovoljno domaćeg kapitala i samim tim nemogućnosti da značajnije ulaže u svoju privredu, mora pronaći svoj razvojni put isključivo putem privlačenja direktnih stranih investicija, jer će se na taj način naša zemlja otvaranjem svoje privrede najbolje izboriti sa globalnom konkurencijom, koja je svakim danom sve veća.

U ovom trenutku se čini da je Vlada Republike Crne Gore na dobrom putu ka ostvarivanju tog cilja gdje se poslovni ambijent prilagođava sve više potencijalnim stranim investitorima vođenjem otvorene, ne protekcionističke politike, čime se stvaraju uslovi za ozbiljnija ulaganja od kojih se očekuje kvalitetniji i konkurentniji proizvod koji bi Crnu Goru uvrstio u skupinu zemalja spremnih da se nosi sa procesom sve veće globalizacije svjetskog tržišta.

Crna Gora je sticanjem svoje nezavisnosti ušla u fazu političke stabilnosti i postala članica mnogih međunarodnih organizacija i na taj način je dokazala da je stabilna zemlja i sigurna destinacija za ulaganje u nju, a uz sve svoje ostale prednosti poput povoljnog geografskog položaja, prisutnosti svih vrsti saobraćaja, fleksibilnih zakona, kvalifikovane jeftine radne snage, predstavlja pravu atrakciju za ulaganje i privlači pažnju potencijalnih stranih investitora.

Zato, Crna Gora kao jedna mala i pretežno nerazvijena zemlja mora svoj razvojni put tražiti upravo otvaranjem prema drugima i na taj način valorizovati svoje potencijalne

mogućnosti privlačenjem stranih investicija, u nedostatku domaćeg kapitala i tako se izboriti sa konkurencijom na globalnom tržištu.

Stoga, projekat Crna Gora kao slobodna zona može uspjeti i u dovoljnoj mjeri privući strane investitore koji bi ulaganjem kod nas podigli nivo proizvodnje i pružanja usluga i samim tim nas učinili konkurentnijim na svjetskom tržištu.

6. Zaključna razmatranja

Znači, savremene slobodne zone nastoje da nizom privilegija i pogodnosti (carinskih, spoljnotrgovinskih, poreskih i drugih), privuku što više strane investicije i da, uz takve pogodnosti, sa savremenom tehnologijom uz jeftinu domaću radnu snagu, proizvode robe koje će biti konkurentne u izvozu.

S tim ciljem se polazi i kada je u pitanju razvoj slobodnih zona u našoj zemlji gdje se putem njih očekuje ulazak direktnih stranih investicija koje će sa sobom nametnuti potrebu zapošljavanja domaće radne snage, dodatnog angažovanja preduzeća koja već posluju u Crnoj Gori, dodatnih ulaganja u kompletnu infrastrukturu i sve sa ciljem povećavanja proizvodnje i stvaranja konkurentnih proizvoda namijenjenih izvozu.

Nesumnjivo, za institut slobodnih zona postoje dva zajednička interesa- zemlje domaćina, slobodne zone i stranih investitora, u slobodnoj zoni. Interes zemlje domaćina slobodne zone je da se što više proizvede kvalitetnih i savremenih roba uz upotrebu savremene tehnologije, koje će biti konkurentne na otvorenim međunarodnim tržištima, a uz zapošljavanje domaće radne snage i domaćih saobraćajnih kapaciteta. Interes stranih investitora, za njihovu djelatnost u slobodnim zonama je, prije svega, profitne prirode jer će sa ulaganjem svoga kapitala i savremenim opremama u slobodnim zonama, širiti svoju proizvodnju u svijetu, uz značajne pogodnosti koje im zemlje domaćini pružaju za industrijsku proizvodnju u slobodnim zonama. Kad se ima u vidu niz privilegija i povlastica kojim se strani investitori koriste u slobodnim zonama, a i vrlo često uz jeftinu domaću radnu snagu, to je interes stranih investitora vidljiv i odnosi se na njihovu savremenu proizvodnju u ovim zonama. S druge strane, stranim investitorima odgovara ovakvo širenje njihove proizvodnje i njeno dislociranje po mnogim zonama-na skoro svim kontinentima, jer su na taj način oni sa svojim finalnim proizvodima pristupačniji na mnogim svjetskim tržištima.

Dakle, radi se o dva komplementarna interesa, interesa koji se podudaraju (i zemlje domaćina slobodne zone i stranih investitora koji ulažu svoja sredstva u slobodnu zonu) i koji teže ka istom cilju:da slobodna zona razvija savremenu proizvodnju i da istu proizvodnju kanališe prema izvozu, uz očekivanu dobit.

Sve ovo ukazuje na to da sa optimizmom i dovoljnom preduzetničkom energijom moramo se okrenuti budućnosti i iskoristiti dragocjeno vrijeme nastavkom ekonomskih reformi i privesti kraju privatizacioni proces i time dokazati razvijenom svijetu da na nas može i mora računati kao na ozbiljnog partnera.

Na samom kraju, možemo zaključiti da Crna Gora kao zemlja u tranziciji koja privodi kraju proces privatizacije, stvara dobru klimu za masovniji ulazak stranih investicija i za očekivati je da "pravi" investitori tek nailaze i mi moramo biti spremni da obezbijedimo sve potrebne uslove, u suprotnom postaćemo neželjena i zaboravljena destinacija koja je samo obećavala, a nije uspjela iskoristiti svoje komparativne i druge prednosti.

Ipak se nadamo da će mo prevazići neke naše greške iz prošlosti, osloboditi se nekih naših navika u poslovanju, izdići se iznad našeg ambijentalnog okvira i maksimalno profesionalno pristupiti ideji o iskorišćavanju prednosti koje posjedujemo, jer samo tada i možemo očekivati da ćemo uspjeti u zajedničkom cilju, a to je spokojniji i bogatiji život svih građana.

LITERATURA

- Đurić, Z. (1993), *“Slobodne carinske zone u privredama koje su u tranziciji sa osvrtom na jugoslovenske slobodne zone”*, Subotica.
- Kojović, M. (1997), *“Slobodne zone – spoljnotrgovinski i privredni činilac i nacionalni interes”*, - časopis “Tržište-Novac-Kapital”, Beograd.
- Mitrović, M. (1990), *“Osnovne karakteristike zakonskog regulisanja stranih ulaganja”*, Zbornik radova “Povratak privrede tržištu i vlasništvu”, Beograd.
- *“Prilagođavanje privrede uslovima poslovanja na tržištu Evropske unije”*, (1995), Zbornik radova, Beograd.
- Nešić, B. (1994) *“ Slobodne carinske zone u Jugoslaviji i svijetu sa zakonskim komentarom”*, Beograd.
- Nikić, V. (2004) *“ Slobodne zone kod nas i u svijetu, sa posebnim osvrtom na slobodnu zonu u Baru”*, Magistarski rad, Ekonomski fakultet, Podgorica.
- Nikić, V. (2002) *“Ekonomске perspektive razvoja našeg regiona kao slobodne zone u prelaznom periodu”*, SEJ, Vol.37, Beograd.
- Gaptara, R. (1990) *“Zajednička ulaganja sa zapadnim partnerima:kako ih učiniti funkcionalnima”*, Zbornik radova, “Povratak privrede tržištu i vlasništvu,II tom Beograd.
- Đurović, G. (1997) *“ Značaj inostranog ulaganja u procesu ransformacije crnogorske privrede,”* Zbornik radova ekonomista Jugoslavije, Miločer.
- Ministarstvo za ekonomske odnose sa inostranstvom i evropske integracije, (2006) *“Strategija podsticaja izvoza”*, Podgorica.
- Vlada Republike Crne Gore, (2005), *“Agenda ekonomskih reformi 2002-2007,”* Podgorica.

- Miločerski ekonomski forum, (2005), "Konkurentnost i evropski put", Miločer.
- Dunning, J. (2003), "Making Globalization Good", Oxford University Press,
- Foreign Direct Investment and Development, (2002), OECD.
- www.vlada.cg.yu
- www.oecd.gov

Milica Daković Tadić*

Uticaj politike dividendi na cijenu kapitala u korporativnim preduzećima

Abstract: *In the literature of economics and practice authors have observed the problem of analyses the relation between dividends and share price of the corporation. Certain theories about the effects of dividend policy on the enterprise's market value have been determinate, but simple answers do not exist. The aim of this work is making a theoretical attention of the offered answers and dilemmas of the question about the effects of dividend policy on the on the enterprise's market value.*

Key words: *dividends, dividend policy, market value, share price.*

1. Cilj rada

Cilj rada je da dâ teorijski osvrt na ponudjene odgovore i dileme na pitanje uticaja politike dividendi na cijenu kapitala u korporativnim preduzećima. U ekonomskim krugovima mišljenja su prilično podijeljena, pa ćemo pokušati da ih objektivno prezentiramo kako bi bolje uvidjeli razlike.

2. Uvod

Polazeći od teorije entiteta poslovne firme, funkcionisanje korporativnih preduzeća zasniva se na podvojenosti vlasnika i funkcije preduzetništva. Korporacija predstavlja pravno lice sa sopstvenim pravima i obavezama. Kao institucionalna tvorevina korporacija ima sposobnost da privuče kapital različitih interesnih grupa: akcionara, kreditora, dobavljača, kupaca, zaposlenih, fiskusa i dr, koji nastoje da, preko ostvarivanja zajedničkih ostvare i sopstvene ciljeve. Korporacije predstavljaju veoma atraktivan i ekonomsko najznačajniji organizacioni oblik preduzeća. Karakteristike pomenutih društava koje govore u prilog njihovom osnivanju su: ogromna finansijska i materijalna snaga, veliki uticaj na tržištu, mogućnost privlačenja kapitala kao i odgovornost vlasnika samo do visine uloženog kapitala. Moderne korporacije karakteriše velika disperzija vlasništva.

Poslovno ponašanje korporacija odlikuje se kvalitativno novim načinom upravljanja, konstitucije i odnosa sa okruženjem. Ciljna funkcija korporacija ogleda se u dostizanju seta ciljeva različitih interesnih grupa. U sistemu ciljeva korporacije dobitak zauzima prioritetno mjesto i predstavlja osnovu za ostvarenje svih ostalih ciljeva: veće stope prinosa, stope rasta i tržišnog učešća koji pretpostavljaju dodatna ulaganja u kadrovske

* HLB Montenegro

potencijale i proširenje kapaciteta, garanciju za privlačenje eksternog kapitala i efikasnost korišćenja resursa.

Poslovna politika preduzeća determinisana je činjenicom da obuhvata poslovne odluke koje su od ključnog značaja za opstanak, rast i razvoj preduzeća. *Politika dobiti*¹ sastavni je dio opšte politike preduzeća, jer dobitak predstavlja najznačajniji sumarni pokazatelj poslovnih aktivnosti korporacije u posmatranom vremenskom periodu i ima jako važan informacioni značaj o poslovanju preduzeća za različite interesne grupe. Takođe, dobitak predstavlja osnovu za transfer korporativne imovine na akcionare. Upravo na ovom mjestu najupečatljivije dolazi do izražaja konflikt ciljeva različitih interesnih grupa, prvenstveno akcionara i menadžmenta².

Dobitak nakon oporezivanja, iskazan u finansijskim izvještajima predstavlja osnovu za raspodjelu³. Menadžment preduzeća je ovlašćen da obračuna i prezentira disponibilni dobitak i da predlog njegove raspodjele, dok konačnu odluku o raspodjeli donosi skupština akcionara. Nakon mjerenja i iskazivanja realnog disponibilnog dobitka vrši se raspodjela na dividende, dio koji služi za stvaranje rezervi, dio koji pripada zaposlenima po osnovu učešća u dobitku i dio koji se ne raspodjeljuje. S obzirom da je riječ o komplementarnim djelovima i da se raspodjela vrši u granicama disponibilnog dobitka, često dolazi do sukoba interesa akcionara, menadžmenta i zaposlenih. Akcionari su zainteresovani za veće dividende, zaposleni za dio dobitka po osnovu doprinosa uspješnom poslovanju preduzeća, a menadžment, vodeći računa o dugoročnom rastu i razvoju, zalaže se za zadržavanje dobitka u preduzeću. Među brojnim interesima treba naći takvo rješenje raspodjele koje je optimalno u odnosu na tržišnu vrijednost preduzeća. Odluke preduzeća, koji procenat disponibilnog dobitka podijeliti akcionarima u obliku dividendi, a koji dio iskoristiti za finansiranje profitabilnih projekata, samo su neka od ključnih pitanja i odluka koje utiču na tržišnu vrijednost preduzeća.

Politika dividendi kao dio opšte politike korporativnog preduzeća u okviru politike dobiti, reguliše način raspodjele disponibilnog dobitka, u kojoj srazmjeri će se raspodjela vršiti na akcionare u obliku dividendi, a koji dio disponibilnog dobitka zadržati u preduzeću. Uticaj

¹ Politika dobiti može se definisati kao »skup načela, metoda i postupaka usvojenih od strane menadžmenta u cilju usmeravanja odluka i akcija u procesu oblikovanja i disponiranja rezultata preduzeća«. Malinić D., «Politika dobiti korporativnog preduzeća», Beograd, 2007., str. 101

² Polazeći od navedenih razmatranja uočavamo jako izraženu povezanost politike dobiti, politike iskazivanja dobiti i njene raspodjele. Donošenje odluka o visini dividendi i obliku dividendi aktivnosti su politike dividendi, koja čini dio politike raspodjele dobiti. Politika raspodjele dobiti ujedno je politika dividendi, politika rezervi i politika učešća zaposlenih u uspjehu. Imajući u vidu značaj dividendi i za iskazivanje dobiti, može se govoriti o međusobnoj povezanosti i zavisnosti politike zadavanja, iskazivanja i politike raspodjele dobiti.

³ S druge strane, unaprijed definisana politika raspodjele dobiti daje smjernice za politiku zadavanja i iskazivanja dobitka. U okviru politike iskazivanja dobiti preduzeće se može opredijeliti za "a) politiku uravnotežavanja ili izjednačavanja dobiti, b) politiku fluktuirajuće dobiti i c) politiku "odriješenih ruku". Malinić D., Politika dobiti korporativnog preduzeća«, Beograd, 2007., str. 110

donešenih odluka o visini i načinu isplate dividendi i iznosu zadržanog dobitka na funkcionisanje, rast i razvoj preduzeća, položaj na tržištu kapitala i na tržišnu vrijednost preduzeća, ističe značaj politike dividendi.

3. Politika dividendi korporativnog preduzeća

Ulaganjem kapitala u preduzeće kupovinom akcija akcionari stiču određena prava i postaju vlasnici. Dividende predstavljaju raspodjelu korporativne imovine akcionarima na osnovu srazmjernog udjela u vlasništvu. Dividende koje predstavljaju, transfer korporativnog dobitka na vlasnike, ujedno su i praktično sredstvo za realizaciju pravne obaveze korporacije. Riječ je dakle o kategoriji kojom se uspostavlja direktna veza između vlasništva i ostvarenog profita korporacije. Samim tim, pravo na dividendu predstavlja jedno od elementarnih prava koje pripada akcionarima.

Medjutim kako korporacija predstavlja asocijaciju interesa različitih interesnih grupa, postavlja se pitanje da li se može staviti znak jednakosti između dostupibilnog i stvarno transferisanog dobitka?⁴ Kako sa jedne strane imamo interese nosilaca dividendne politike iza kojih stoji korporativni menadžment, koji prilikom raspodjele dostupibilnog dobitka najčešće insistira na njegovom većem zadržavanju u preduzeću, a sa druge strane stoje interesi akcionara koji očekuju određena dividendna primanja, to dividende predstavljaju izuzetno kompleksnu materiju u pogledu njihove visine i načina isplate. Odluke koje se donose kako u pogledu dividendnih plaćanja, tako i u pogledu utvrđivanja osnove koja je predmet njihove podjele, imaju određene finansijske konsekvence. Otuda, potreba stvaranja politike dividendi postaje jako značajna.

Politika dividendi predstavlja, dakle, vršenje uticaja na visinu i oblik dividendi kako bi se uspostavila za korporaciju što povoljnija ravnoteža suprotnih interesa. Vođenjem adekvatne dividendne politike moguće je ostvariti ravnotežu interesa suprostavljenih strana. Za menadžment preduzeća, koji je nosilac dividendne politike, glavni izazov predstavlja pronalaženje balansa između tekućih dividendi i budućeg rasta preduzeća kako bi se maksimizirala njegova tržišna vrijednost.

4. Rezidualna ili aktivna politika dividendi

Pokušavajući da pronađu odgovor na pitanje da li je dividendna politika relevantna za tržišnu vrijednost preduzeća ili ne, u literaturi su se razvile dvije oprečne teorije: rezidualna i aktivna teorija politike dividendi.

⁴ Sa finansijskog stanovišta dostupibilni dobitak korporacije ne mora biti jednak dobitku koji je raspoloživ za transfer na vlasnike. Razlozi nejednakosti mogu biti problemi raspoložive gotovine, problemi kretanja budžeta gotovine kao i definisanje prioriteta u isplati obaveza.

Prema rezidualnoj teoriji, dividende i njihova visina nemaju uticaj na tržišnu vrijednost preduzeća. Dividende, prema ovoj teoriji, predstavljaju pasivan ostatak odnosno rezidual nakon podmirenja potreba za investicionim ulaganjima. Polazi se od pretpostavke da se najveći dio dostupibilnog dobitka reinvestira u određene projekte, a sve što ostane nakon toga, može biti isplaćeno akcionarima u vidu dividendi⁵. Međutim, iako su, akcionari, s jedne strane, prirodno zainteresovani za maksimizaciju dobitka i po tom osnovu za što veći iznos dividendi, menadžeri s druge strane, preferiraju veće zadržavanje raspodjeljivog dobitka u preduzeću kako bi putem internih izvora finansiranja obezbijedili kontinuelni rast preduzeća, ne treba odmah zaključiti da su interesi vlasnika i menadžera uvijek u konfliktu⁶. U situacijama u kojima se kroz reinvestiranje ostvaruje veća stopa prinosa od one koju mogu ostvariti alternativnim ulaganjem sa istim stepenom rizika, akcionari su prirodno zainteresovani za zadržavanje dijela dobitka u preduzeću i odricanja prava na isplatu dividende u tom trenutku. Na osnovu dosadašnjih razmatranja rezidualne teorije, dolazimo do zaključka da su dividende irelevantne kada je riječ o uticaju na tržišnu vrijednost preduzeća. Samim tim, akcionarima je svejedno da li će primiti dividende ili kapitalne dobitke. Pristalice ove teorije naglašavaju da isključivo investicione i finansijske odluke određuju tržišnu vrijednost preduzeća.

Aktivna politika dividendi bazirajući se na sasvim drugačijim pretpostavkama, u odnosu na rezidualnu teoriju, smatra da visina dividendi predstavlja jako važan informacioni signal investitorima, kako sadašnjim tako i potencijalnim, o trenutnoj i budućoj profitabilnosti preduzeća. Prema ovoj teoriji, investitori vjeruju da visina i stabilnost dividendi utiču na vrijednost preduzeća, i daju jasnu sliku njegove trenutne pozicije i razvojnim perspektivama. Takođe, menadžeri i akcionari akcionarskih korporativnih preduzeća pridaju veliku važnost isplati i visini dividendi jer se dividende smatraju značajnom varijablom u procesu odlučivanja, koja utiče na maksimiziranje tržišne vrijednosti preduzeća. Činjenica je da investitori nemaju uvid u sve informacije o situaciji u kojoj se preduzeće nalazi u datom trenutku, za razliku od akcionara i menadžmenta. Samim tim, svaka najava isplate dividendi i njihove visine uvjerljivo govori o stanju i perspektivama preduzeća. Visoke i redovne isplate dividendi utiču na uvjeravanje investitora da je riječ o zdravom i finansijski stabilnom preduzeću, što dovodi do porasta cijena akcija i tržišne vrijednosti preduzeća. Suprotna situacija se javlja u slučaju kada se dividende smanjuju ili ukoliko neće biti dividendnih isplata ili ukoliko preduzeće posluje da gubitkom. Za investitore ta informacija je jako važna, jer su, u tom slučaju, uvjereni da preduzeće ima lošu perspektivu što neminovno dovodi do pada tržišne vrijednosti akcija.

⁵ Stavovi menadžera koji govore u prilog ovoj teoriji više preferiraju upotrebu dobitka za profitabilno ulaganje u odnosu na isplatu dividendi akcionarima. Ulaganjem u profitabilne projekte putem internih izvora finansiranja, obezbjedjuje se rast i razvoj preduzeća, što svakako u javnosti stvara sliku sposobnih i uspješnih menadžera.

⁶ Konfliktni interesi vlasnika akcija kao principala i menadžera kao agenata u literaturi je poznat kao agencijski problem.

5. Stabilnost dividendnih isplata i tržišna vrijednost preduzeća

Posmatrajući odnos između dividendi i tržišne vrijednosti preduzeća, u ekonomskoj literaturi ne postoji konačan odgovor na pitanje da li i na koji način stabilne isplate dividendi imaju uticaj na tržišnu vrijednost preduzeća. S druge strane, u cilju privlačenja investitora, menadžment kao jedan od nosilaca dividendne politike, nastoji da stvori sliku profitabilnosti poslovanja preduzeća opredjeljujući se za neku od opcija stabilnosti dividendnih isplata: politiku stabilnih dividendi, politiku fluktuirajućih dividendi, i politiku stabilnih periodičnih dividendi plus ekstra dividendi⁷.

Politika iskazivanja stabilnog dobitka i relativno stabilnih dividendi

Opredjeljenje preduzeća za politiku stabilnih dividendi opravdava činjenica da stabilan dobitak i isplata relativno stabilnih dividendi utiču na imidž preduzeća i podstiču zainteresovanost investitora za ulaganje u preduzeće, što sve zajedno vodi ka povećanju tržišne vrijednosti preduzeća. Menadžeri preferiraju isplatu istog iznosa dividende po akciji u sukcesivnim obračunskim periodima naročito zbog činjenice da postojeći i potencijalni investitori na stabilnost dividendi gledaju kao na siguran dokaz da je riječ o finansijski zdravom preduzeću. Sama informacija da je u nizu uzastopnih perioda dividenda ista, signalizira investitorima da treba uložiti u takvo preduzeće i ispunjava njihova očekivanja. Iz tog razloga, cijene akcija preduzeća rastu, i automatski dolazi do povećanja tržišne vrijednosti preduzeća.

Pobornici politike stabilnih dividendi govore i o relativnoj stabilnosti dividendnih isplata što znači da treba omogućiti postepeni porast dividendnih isplata u odnosu na kretanja neto dobitka. Relativna stabilnost i postepeno povećanje dividendi odražavaju stav menadžmenta da je sposobnost zaradjivanja veća nego što to cijene akcija odražavaju. Svakako da dividende treba pomjerati postepeno i povremeno naviše, ali samo u situacijama kada je izvjesno da će se sposobnost zaradjivanja preduzeća u budućnosti povećavati. S druge strane, svaka najava smanjenja dividendi može negativno uticati na očekivanja investitora i signalizirati pad zarada preduzeća što se negativno odražava na tržišnu vrijednost preduzeća. Prethodno navedena razmatranja ukazuju na zaključak da tržište vrjednuje stabilne dividende, jer se na taj način smanjuje rizik od eventualnog ulaganja u finansijski nezdrava i neprofitabilna preduzeća.

Politika stabilnih dividendi upućuje na politiku uravnotežavanja dobiti. Imajući u vidu da visina relativno stabilnih dividendi zavisi od varijabilnosti dobitka, preduzeća koja održavaju uravnotežen dobitak dividende mogu stabilizovati na višem nivou. Ukoliko je varijabilnost dobitka izražena, preduzeće isplaćuje stabilne dividende na nižem nivou, štiteći se na taj način od negativnih posledica smanjenja dividendi u lošim periodima poslovanja.

⁷ Malinić D., Politika dobiti korporativnog preduzeća«, Beograd, 2007., str. 307

Politika fluktuirajućih dividendi

U savremenim uslovima poslovanja, preduzeća se opredjeljuju i za politiku fluktuirajućih dividendi. Politika fluktuirajućih dividendi, za razliku od politike stabilnih dividendi, polazi od pretpostavke da su „osciliranja dividendi iz perioda u period u skladu sa fluktuacijama dobitka ili još i sa promjenama u investicionim prilikama⁸“. Ukoliko preduzeće posluje sa malim dobitkom i ukoliko postoje mogućnosti za profitabilna investiciona ulaganja, tada će se najveći dio dobitka izdvojiti za ulaganja u nove projekte, što dovodi do situacije da se dividende isplaćuju u malim iznosima. Sa druge strane, kada preduzeće ostvari veliki dobitak, a ne postoje projekti u koje je spremno da investira, tada će visina isplaćenih dividendi biti značajna. Kao najveći nedostatak ove politike ističe se uticaj neizvjesne visine dividendi na tržišnu cijenu akcija i samim tim na tržišnu vrijednost preduzeća. Naime, smatra se da u takvoj situaciji i tržišne cijene akcija variraju i postaju nesigurne. Pitanje koje se nameće prilikom razmatranja teorije fluktuirajućih dividendi jeste, da li su investitori zainteresovani da ulažu u preduzeća čiji dobitak značajno varira iz perioda u period? Ono što bi se na kraju moglo zaključiti jeste da ovakva politika može biti prihvatljiva slučajevima kada oscilacije u dobitcima nisu česte i velike, pa samim tim takva politika ne bi imala značajne posledice na tržišnu vrijednost preduzeća. Navedena konstatacija je najvećim dijelom i razlog njene primjene u preduzećima čije se akcije ne kotiraju na berzi. Politika fluktuirajućih dividendi prihvatljiva je za preduzeća koja imaju mali broj akcionara i koja odluke o visini iskazanog dobitaka, isplati dividendi i finansiranje profitabilnih investicija uskladjuju sa trenutnim potrebama preduzeća.

Politika stabilnih periodičnih dividendi plus ekstra dividende

Na kraju kada je riječ o primjeni politike stabilnih periodičnih dividendi uz plaćanje ekstra dividende na kraju godine, možemo reći da se ona vezuje za preduzeća koja imaju izrazitu varijabilnost dobitka i promenljive potrebe za reinvestiranjem. Poslovanje preduzeća na pomenuti način obezbjeđuje stabilnost dividendnih isplata na niskom nivou, ali u isto vreme u godinama kada preduzeća dobro posluju, ostavljena je mogućnost plaćanja ekstra dividendi. Posmatrano očima investitora, riječ je o finansijski jakom preduzeću koje je u stanju da iskoristi šanse na tržištu i ostvari zadovoljavajući dobitak. Dakle, u godinama kada je uspješnost u poslovanju iznad prosjeka preduzeće isplaćuje ekstra dividende.

6. Teorijski stavovi o politici dividendi

Teorije politike dividendi nastoje da daju odgovor na pitanje kakva je uloga dividendi u maksimiziranju vrijednosti akcija korporacije tj. u maksimiziranju vrijednosti korporacije kao cjeline i daju preporuke menadžerima prilikom definisanja i oblikovanja dividendne

⁸ Malinić D. »Politika dobiti korporativnog preduzeća«, Beograd 2007, str. 313

politike. Među teorijama politike dividendi u literaturi se posebno izdvajaju: modernisti, tradicionalisti i teorije poreskih preferencija⁹.

Teorija irelevantnosti politike dividendi

Modernističko shvatanje politike dividendi vezuje se za Merton Miler-a i Franc Modigliani-a koji su formulisali teoriju u kojoj su iznijeli stav da, politika dividendi, pod određenim uslovima, nema uticaja na tržišnu vrijednost korporacije. Teorija koju su formulisali zasniva se na hipotezi da je investiciona politika nezavisna od politike dividendi - teorija irelevantnosti politike dividendi

Prema Mertonu Miler-u i Francu Modigliani-u¹⁰, osnovne pretpostavke na kojima se zasniva teorija irelevantnosti su da: kompanije posluju u uslovima savršenog tržišta koje karakterišu besplatne i svima dostupne informacije, u kojima su očekivanja pojedinca o investicijama, profitima i dividendama jednaka, kao i nepostojanje poreza niti transakcionih troškova.

Pristallice navedene teorije mišljenja su da je za akcionare primarna i značajna jedino investiciona politika koja kroz zaradjivačku sposobnosti preduzeća, utiče na njegovu tržišnu vrijednost i da je akcionarima svejedno da li će primiti određeni iznos u vidu dividendi ili će ostvariti kapitalne dobitke. Ukoliko posmatramo stvari u ovom kontekstu, dividenda je potpuno irelevantna i predstavlja samo rezidual poslije izdvajanja značajnog dijela dobitka u investicione svrhe. (Prethodno navedeni stavovi predstavljaju ujedno i osnovne teze rezidualne teorije politike dividendi.)^{Dakle}, pretpostavka od koje se polazi jeste da je politika kapitalnih ulaganja nezavisna od politike dividendi, odnosno da politiku dividendi treba sprovoditi nezavisno od politike investiranja. To znači da preduzeće treba da investira u sve projekte sa pozitivnom neto sadašnjom vrijednosti, i da odbaci sve sa negativom neto sadašnjom vrijednosti.

Dalje, u cilju održavanja odgovarajućeg nivoa gotovine, korporacija treba da koristi kupovinu, prodaju i emisiju hartija od vrijednosti ili akcija na finansijskom tržištu. U slučaju kada iznos predviđen za isplatu dividendi prevazilazi rezidual koji preostaje nakon ulaganja u profitabilne projekte, tada se novac za isplatu dividendi mora obezbijediti putem nove emisije akcija. Ukoliko menadžment preduzeća odluči da za isplatu dividendi izdvoji veći iznos nego što je ostalo poslije izdvajanja dijela dobitka za reinvestiranje, onda se emituju i prodaju akcije novim investitorima. Emisija novih akcija dovodi do transfera vrijednosti od starih ka novim akcionarima, i istovremeno do pada pojedinačne vrijednosti akcija. Tržišna vrijednost preduzeća ostaje nepromjenjena, što potvrđuje stavove pristalica ove teorije.

⁹ Vidučić Lj., Kontroverze politike dividendi, Zb. Rad.- Sveuč u Rij., Ekon. Fak., 2004.

¹⁰ Ivanišević M., Todorović M., „Franko Modigliani, Ekonomski fakultet, Beograd

Teorija o irelevantnosti dividendi dokazuje da se tržišna vrednost preduzeća neće promjeniti ni u situacijama kada su odluke menadžera takve da ne isplaćuju dividende. Tada, postojeći akcionari mogu prodati dio svojih akcija na tržištu kapitala i po tom osnovu ostvariti tzv. domaće dividende. Tržišna vrijednost preduzeća i u ovom slučaju ostaće nepromijenjena, jer se smanjuje broj akcija u rukama jednih akcionara i prelazi u vlasništvo drugih.

Dakle, stavovi pristalica pomenute teorije govore da politika dividendi nema uticaja na tržišnu vrijednost korporacije. Međutim, uvođenjem određenih činilaca koji utiču na poslovanje preduzeća kao što su porezi i troškovi emisije i govoreći o tržišnoj neizvjesnosti poslovanja koja se nameće kao svakodnevica, ukazuje, da politika dividendi u takvim uslovima može biti važna za tržišnu vrijednost preduzeća.

Teorija „vrabac u ruci“

Tradicionalističko gledište ili teorija „vrabac u ruci“ naziv je za teoriju koja se zapravo razvila na kritikama prethodne teorije. U uslovima prisutne neizvjesnosti i postojanja visokog stepena rizika u pogledu budućeg poslovanja kompanija, razvila se potpuno nova teorija koja ukazuje na povezanost dividendi i cijena akcija, i gdje se jasno može uočiti činjenica da akcionari radije preferiraju sigurne isplate dividendi nego neizvjesne kapitalne dobitke. Teorija je i dobila ime po stavu da više vrijedi akcija koja nosi dividendu, nego akcija korporacije koja reinvestira dobit („bolje vrabac u ruci nego golub na grani“).

Predstavnici ove teorije su Myron Gordon i John Linter¹¹ i prema njihovom mišljenju, akcionari više preferiraju novčanu jedinicu od dividendi danas u odnosu na očekivanu novčanu jedinicu od dividendi u budućnosti. Stoga smatraju da je politika dividendi relevantna, pri čemu viši iznosi predviđeni za isplatu dividendi znače porast tržišne vrijednosti preduzeća.

Prema tradicionalističkom gledištu, menadžeri zbog pritiska akcionara nijesu skloni smanjivanju vrijednosti dividendi, kao ni njihovom povećanju u slučaju da dobit kompanije raste, ukoliko nijesu sigurni da će se taj rast dobiti zadržati i u budućnosti. Dakle, menadžeri nastoje da sprovedu i definišu optimalnu politiku dividendi i u skladu sa tim teže da pronadju balans između tekućih dividendnih isplata i budućeg rasta korporacije, tako da vrijednost akcija bude maksimizirana.

Pristalice ove teorije osporavaju pretpostavku jednake informisanosti na tržištu i smatraju da menadžerima i investitorima nijesu dostupne iste informacije koje bi bile relevantne za poslovno odlučivanje. Svakako da menadžeri raspolažu konkretnijim i detaljnijim informacijama o sadašnjem poslovanju preduzeća i njegovim perspektivama. Pošto

¹¹ Brigham E.,F., Illustration of The Three Dividen Policy Theories, 2002.

investitori, koristeći podatke iz dostupnih finansijskih izveštaja ne mogu dobiti sve informacije za koje su zainteresovani, primorani su da prepoznaju informacije iz okruženja koje bi im signalizirale kakva je trenutno situacija u preduzeću i kakva je njegova perspektive razvoja u budućnosti. Jedan od veoma značajnih informacionih signala koji prepoznaju investitori je objava visine dividendi, koji izvjesno pokazuje kakva bi mogla biti zaradivačka sposobnost preduzeća u budućim periodima. Ako se dividende povećavaju, to je pozitivan znak investitorima da i sami menadžeri prenose optimizam o položaju preduzeća, vjerujući u dobre dane za preduzeće, što dovodi do povećanja cijene akcija i tržišne vrijednosti preduzeća.

Teorija poreskih preferencija

Teoriju poreskih preferencija postavili su Robert Litzenberg i Khrishna Ramaswamy.¹² Ona se zasniva na diferencijalnim poreskim stopama. Pristalice teorije poreskih preferencija zasnivaju svoja teoretska ubjedjenja na stavu da veće isplate dividendi vode smanjenju tržišne vrijednosti preduzeća. Pomenuti stav izvodi se iz postojanja, kako je prethodno navedeno, diferencijalnih poreskih stopa, što podrazumjeva više poreske stope na dividende u odnosu na kapitalne dobitke, pa kao direktna posledica ovakvih okolnosti predstavlja zainteresovanost akcionara za odlaganje dividendnih isplata i opredjeljenje za kapitalnu dobit.

Oporezivanje kapitalnih dobitaka zasniva se na principu realizacije, što investitorima daje pravo opcije vremena. Pravo opcije vremena podrazumjeva mogućnost uticaja na odliv novca po osnovu poreza pri čemu iznos novčane jedinice plaćene kasnije vrijedi manje od iznosa iste plaćene sada. Ukoliko su poreske stope na dividende veće od stopi na kapitalne dobitke, akcije po kojima se isplaćuju dividende moraju osiguravati veći očekivani prinos prije plaćanja poreza kako bi se neutralisao poreski efekat.

7. Teorija informacionog sadržaja dividendi

Prema teoriji informacionog sadržaja dividendi, prenošenje informacija o dividendnim isplatama može postati važan faktor u definisanju politike dividendi. U nesavršenim tržišnim uslovima, na tržištima koja nijesu dovoljno transparentna i gdje postoji dovoljno prostora za malverzacije u oblasti računovodstva, podacio o dobiti preduzeća nijesu dovoljno pouzdani za investitore ukoliko nijesu praćeni i adekvatnim dividendnim isplatama. Smatra se da je isplata dividendi uslovljena određenim nivoom likvidnosti preduzeća, pa samim tim menadžeri neće povećavati iznos dividendi ukoliko nemaju pozitivne projekcije gotovinskih tokova u budućim vremenskim periodima. Ukoliko kompanija isplaćuje dividende koje nijesu u skladu sa dugoročnim očekivanim zaradama, stvoriće troškove pribavljanja dodatnog kapitala i ugroziće svoju finansijsku fleksibilnost.

¹² Summers L.,H., The Effects of Dividends on Common Stock Prices: Tax Effects or Information Effects, The Journal of Finance, Vol 37, 1982.

Dakle, visoke dividende dovešće menadžere u poziciju smanjena investicionih planova i pribavljanje dodatnih sredstava novom emisijom akcija ili pak novim zaduženjima.

Prethodni stavovi navode na zaključak da menadžeri mogu koristiti dividende u procesu informisanja javnosti o tome kakvi su tekući i očekivani rezultati kompanije. Upravo ova očekivanja investitora - očekivanja rasta budućih zarada, prouzrokovana odlukama menadžera, smatraju se razlogom rasta cijene akcija uslijed porasta dividendi. Ova direktan pozitivna korelacija naravno mora biti podržana adekvatnim nivoom gotovinskog toka, kako se ne bi doveo u pitanje efekat informacionog sadržaja dividendi. Tako, informacije o padu dividendi obično se smatraju lošim znakom koji vodi padu cijene akcija korporacije.

8. Efekat klijentele

Razmatrajući efekat klijentele, u literaturi postoji gledište da svaka kompanija treba da ima svoju klijentelu investitora kojima odgovara definisana politika dividendi, i da zaokreti u politici dividendi mogu dovesti do gubitka investitora i pada cijene akcija. Sa druge strane, imajući u vidu ovakav stav, ne slijedi direktno i zaključak da kompanija može povećati cijenu svoje akcije ukoliko predje na drugačiju politiku dividendi, politiku visokih dividendnih isplata. Svakako, ukoliko bi nova politika dividendi privukla više novih akcionara nego što je kompanija prije imala, cijena akcije bi porasla. Takođe, kada su u pitanju akcionari, smatra se da je menadžerima manjih kompanija lakše spoznati preferencije akcionara i udovoljiti im. To je posebno važno zbog toga što su ove akcije, po pravilu nelikvidne pa je njihovim vlasnicima skupa i često neprihvatljiva opcija prodaja datih akcija i ulaganje u akcije kompanija koje vode za njih prihvatljivu politiku dividendi. Podjela i nastanak investitorske klijentele vezan je za različite nivoe izloženosti poreskim uticajima i njihovim različitim preferencijama kada je u pitanju politikama isplata dividendi. Naime, sa jedne strane postoje investitori koji preferiraju dohodak u odnosu na dividende. Sa druge strane postoje i oni koji preferiraju kapitalni dobitak, ukoliko su njihova očekivanja takva da će zarada porasti u budućnosti¹³. Isto vrijedi i za pojedince koji spadaju u visoke poreske grupe. I kao treća grupa klijentele navodi se ona koja je indiferentna između dividendi i kapitalne dobiti (oni koji su izuzeti od poreza).

Efekat klijentele postoji, ali u ekonomskoj teoriji ne postoji saglasnost u kojoj je mjeri on značajan, ali u svakom slučaju može se iznijeti stav da različite politike dividendi koje kompanije sprovode privlače i one investitore čije su preferencije konzistentne sa ciljevima same kompanije¹⁴.

¹³ Imamo primjer Microsoft –a koji dugo nije isplaćivao dividende jer su akcionari bili spremni na ulaganja u tehnološke akcije.

¹⁴ Malinić D., Politika dobiti korporativnog preduzeća, Beograd, 2007, str. 332.

9. Zaključak

Pitanje odnosa dividendi i cijene akcija akcionarskog korporativnog preduzeća jeste jedno od pitanja kojim se bavi dividendna politika. Riječ je o dilemi da li redovne isplate dividendi i njihova visina imaju uticaj na cijene akcija i tržišnu vrijednost korporacije. U ekonomskim krugovima mišljenja su prilično podijeljena. Dok jedna grupa autora smatra da isplata viših dividendi dovodi do porasta cijena akcija i da je direktna posljedica toga porast tržišne vrijednosti korporacije kao cjeline, sa druge strane postoje mišljenja da dividende ne treba isplaćivati s obzirom da obaraju tržišnu vrijednost korporacije. Dalje, pojedini autori, proučavajući odnos između dividendi i cijena akcija, došli su do zaključka da su dividende potpuno irelevantne te ih stoga ne treba ni posmatrati kao determinantu koja utiče na cijene akcija kompanije.

Promjene koje su sastavni dio procesa tranzicije, i koje su kao takve bitisale i traju na prostoru crnogorskog ekonomskog sistema, ogledaju se u promjenama vlasničkih odnosa, institucionalizaciji tržišta kapitala, motiva privredjivanja, upravljanja, promjene u načinu razmišljanja i cjelokupnog sistema vrijednosti. Izvjesno je da u ovakvim prilikama poslovanja u kojima postoji izrazita neizvjesnost i veliki stepen rizika kako poslovnog tako i političkog, jasno ukazuje na činjenicu da je vrijednost informacija o visini isplaćenih dividendi značajno veća nego u tržišno razvijenijim zemljama. Potencijalnim investitorima biće od izuzetne važnosti informacije o objavljenim i isplaćenim dividendama. U uslovima postojanja neizvjesne budućnosti, akcionari preferiraju isplatu sigurnog iznosa dividendi u odnosu na opredjeljenje za reinvestiranjem dijela dobitka u projekte za koje nije sasvim izvjesno da mogu donijeti odgovarajući nivo profitabilnosti. Sigurno je da u uslovima u kojima se nalazi crnogorsko tržište, svaki signal o visini dividendi itekako utiče na cijene akcija koje se kotiraju na berzi i automatski na tržišnu vrijednost preduzeća. Cijena akcija zavisi od očekivanja i reakcija investitora. U zemljama sa slabo razvijenom privredom i nedovoljno razvijenim tržištem kapitala postoji jako visoka povezanost između dividendi i tržišne vrijednosti preduzeća.

U modernim uslovima poslovanja stabilne dividende ne znače i isti iznos dividendnih isplata u sukcesivnim vremenskim periodima, već se stabilnim dividendama smatraju one koje rastu po razumnoj i predvidljivoj stopi. Kako investitori preferiraju stabilnost dividendi, onda, ukoliko se uzme ugao posmatranja, uticaj politike dividendi na tržišnu vrijednost korporacije, može se konstatovati da su posebno nepoželjna sniženja dividendi.

Literatura:

1. Brigham E.F., Illustration of the three dividend policy theories, 2002.
2. Ivanišević M., Todorović M., Franko Modiljani, Ekonomski fakultet, Beograd
3. Krasulja D., Ivanišević M., Poslovne finansije, Ekonomski fakultet, Beograd, 1999.
4. Malinić D., Politika dobiti korporativnog preduzeća, Beograd, 2007.
5. Modiljani F., Miler M., H., Cijena kapitala, Finansije korporacija i teorija investiranja, American Economic Review, Vol XL VIII, 1958.
6. Summers L.,H., The Effects of Dividends on Common Stock Prices: Tax Effects or InformationEffects?, The Journal of Finance, Vol. 37, No. 2, 1982.
7. Vidučić Lj., Kontroverze politike dividendi, Zb. Rad. – Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, 2004., str. 139-149.
8. www.investopedia.com
9. www.mapnp.org

Sanja Radusinović*

Intelektualni kapital – pokretački resurs na putu ka uspjehu...

Abstract

Due to the increasing gap between the market and book value of companies, literature claims that the capital of a company must consist not only of financial but also intellectual capital. For this reason some authors already talk about the era of intellectual capitalism. Yet, the value of intellectual capital is hardly ever monitored, although the intellectual capital within the companies that operate high technology contributes to profit more than fixed assets.

Intellectual capital comprises mostly of knowledge, which a company has acquired and developed during the operation. Since its importance rapidly grows, it is only natural that systematic knowledge management is needed.

The basic lesson of this paper is that a company can win a competitive battle if it possesses more relevant knowledge than its competitors. Competitive advantage finds its source in knowledge and knowledge management can be an efficacious means of its development.

Key words: *people, knowledge, intellectual capital, business intelligence, changes*

Uvod

Čovjek...Najveća enigma drugom čovjeku. Komplikovani sadržaj velikog broja stavki, čiji redosljed je najčešće nemoguće utvrditi, čiju srž je teško dokučiti. Teško...Ali ne i nemoguće.

Čovjek...Sva njegova kompleksnost, značaj, i sve ono što ga razlikuje od ostalih živih bića, prvenstveno ta siva masa težine oko 1kg i 300gr – mozak – utrli su put novim istraživanjima u ekonomiji koji se odnose na intelektualni kapital. U pitanju je ekonomski relevantan pojavni oblik znanja koji danas predstavlja ključni indikator i resurs nove ekonomije. Ukoliko se na pravi način anticipiraju novi trendovi koji stavljaju akcenat na intelektualni kapital, izgrađuju vizije i adekvatne strategije, ovaj resurs će moći da obezbijedi konkurentsku prednost kompanijama.

* Komisija za hartije od vrijednosti Crne Gore, Podgorica

1. Znanje – sila nove ekonomije

Danas uspješnim kompanijama upravljaju inovativni pojedinci koji podstiču svoje zaposlene i njihove ideje. U tome su uspjeli podržavajući vječiti neuzastavljivi virus – slobodu, koja je opstala zahvaljujući najsmrtonosnijem oružju – znanju... Ti isti inovativni pojedinci su vjerovali da je najkvalitetniji proizvod onaj koji ima najveću dodatnu vrijednost, a činjenica je da najveći dio dodatne vrijednosti, u savremenim proizvodima, ne čine ugrađene sirovine, već znanje. Polazeći od pretpostavke da ih ovaj argument ne može sam dovesti do ostvarivanja čelne konkurentske pozicije, birali su strategiju stalnog stvaranja i skladištenja novog znanja.

Sam pojam "stvaranje znanja" ne znači samo njegovo čuvanje po dokumentima, različitim bazama podataka, diskovima, flash memorijama... Misli se na znanje koje je u "rukama" pojedinca – mrežu intuicije, ideja, iskustva, vještina, mašte, kreativnosti, radoznalosti, upornosti.

Posmatrajući znanje kao neopipljivo dobro koje se manifestuje u obliku informacija, naučnih, zabavnih i umjetničkih ostvarenja, ono se nametnulo kao pokretačka sila nove ekonomije. Iako je nekada, tačnije februara 1996. godine, šahovski kompjuter "Deep Blue" pobijedio Gari Kasparova, Džon F. Kenedi je ipak bio u pravu kada je rekao da je čovjek i dalje najizuzetniji kompjuter na svijetu. Za razliku od kompjutera, čovjek može da bude kreativan, da nalazi nova rješenja, izmišlja nova pravila, i da osjeća... Mnogi se neće složiti sa prethodnom tvrdnjom, iznoseći argumente da je kompjuter sposoban da zamijeni čovjeka, i da će budućnost donijeti nove djelove kompjuterskog sistema koji to potvrđuju, zanemarujući činjenicu da je "Deep Blue" pobijedio Kasparova samo zato što su se oba igrača pridržavala pravila, tj. zadatog broja mogućih strategija. Iz tog razloga, korporacijskim magovima poštovanje pravila neće garantovati konkurentnost. Stara pravila će se kršiti, dok će se nova uspostavljati. Njihov uspjeh će u potpunosti zavisiti od toga da li će uspjeti da ospore opšteprihvaćene stavove i da svoje figure na poslovnoj šahovskoj figuri pomjeraju mnogo brže.

Ono što bi čovjek, kao individua, s druge strane trebao da iskoristi je činjenica da se ljudski mozak slavi kao mehanizam vrhunskog dizajna i složenosti, i da njime ne upravlja niko drugi do on sam... Makar bi tako trebalo da bude, ukoliko zaista želi da se razlikuje od ostalih. Bolje reći od onih koji žive život kako drugi žele, razmišljajući kako drugi kažu da treba.

Sada, kada se mnoge države bore na polju "priliv – odliv mozgova", prisjećaju se prošlih vremena, svjesni da je nekada država zasnivala bogatstvo na kvalitetnoj kombinaciji prirodnih resursa, rada i kapitala. Nekada... Sada te iste države znaju da se ne može profitirati od isključive eksploatacije prirodnih resursa, čime su se u potpunosti složili sa

riječima pape Jovana Pavla II, koji je u svom stogodišnjem izvještaju iz 1991. godine zaključio sljedeće:

"Nekada je odlučujući faktor proizvodnje bila zemlja, a nešto kasnije, to je bio kapital. Danas je odlučujući faktor sam čovjek, odnosno njegovo znanje."¹

Iako mnogi ne žele da priznaju – svi na neki način žele moć. Kada je tako, vjerujući poput Francis Bacona, da je znanje moć, šta se desilo sa čovjekom i njegovom željom da posjeduje tu vrstu moći? Tačno je da se mnogi vraćaju na ovu čuvenu izreku koja je nastala ispod Baconovog pera, ali je praksa pokazala da je njeno značenje decenijama unazad prilično maglovito. Svi znaju, a u suštini ne znaju...I što su je više puta pominjali, što su je više djeci izgovarali kao podstrek da zagriju stolicu, stvarnost je tada govorila drugačije, da je sila ta koja može dati moć. Sada je znanje to koje će nadjačati silu, i u nekim sferama već jeste zauzela čelnu poziciju, brojeći uspješne korake...Može neko prijetiti, laskati, obmanjivati, koristiti ovu ili onu vrstu sile, ali kada je u ringu sa pametnijim, bržim, gladnijim, jasno je ko će odnijeti pobjedu. Baš zato, ne treba zaboraviti da je suština igre moći upravo u tome šta je to što želimo, i šta želimo uzeti...

Siže prethodnih rečenica, počev od Bacona, preko sile moći, donosi sa sobom zaključak – ako je znanje moć, treba je zadržati. Ta vrsta moći nije samo u rukama pojedinca, već može biti bilo gdje. Brzi razvoj World Wide Weba čini da je sve dostupno svima, bilo gdje i bilo kada.² Zahvaljujući novim tehnologijama znanje se širi svijetom svake sekunde. U svakom trenutku je moguće uvidjeti najbolje metode poslovanja, jer one brzo postaju dostupne svima. Tako promjene trče jedna za drugom na pokretnoj traci, sa nemogućnošću da ih pritisak na bilo koji taster zaustavi. Zahvaljujući njima znanje se širi...

2. Znanje – baza intelektualnog kapitala

Znanje, kao najznačajniji resurs ekonomije, je dio sljedeće hijerarhije:

- Podatak (činjenica),
- Informacija (podatak kojem korisnik daje značaj, relevantnost i kontekst, čime dobija perspektivu),
- Znanje (informacija koja daje uputstva za korišćenje),
- Mudrost (razumijevanje koje znanje treba da se koristi).

Sve moderne kompanije se takmiče u znanju, jer je ono baza intelektualnog kapitala, koje se kreira u glavama ljudi, širi u vidu publikacija, klasifikuje da bi se olakšao pristup, ali i dijeli i modifikuje. Međutim, znanje može biti i kvarljiva roba, ukoliko se na pravi način ne koristi u okviru kompanije. Tada je bezvrijedno. U većini profesija ono se duplira

¹ Stewart, T.A., "Intellectual Capital: The new wealth of organisations", Doubleday/Currency, 1997

² Negroponte, N., "Being Digital", Alfred A. Knoph, New York, 1995

svakih par godina, što znači da je potrebno konstantno raditi na unapređenju znanja. To nije samo na pojedincu, već i na kompaniji – da od svojih zaposlenih izvuče maksimum. Da bi se to postiglo, potrebno ih je motivisati, ali i pronaći najbolji način upravljanja znanjem. Svaki čovjek zaslužuje, sa svojim znanjem, sposobnostima, osobinama, osjećanjima, stavovima, motivacijom, radno mjesto gdje će njegove sposobnosti doći do izražaja, njegove osobine i znanje odgovarati svim radnim zadacima...Sun Tsu je negdje rekao: "Onaj ko poznaje i neprijatelja i sebe pobijediće u svakom ratu. Onaj ko poznaje samo svoje snage, izgubiće pola bitki. Onaj koji ne poznaje snage neprijatelja i svoje, izgubiće sve bitke."

Ovu poruku treba samo prenijeti na polja ekonomskog karaktera, gdje su u centru dešavanja tržište, kupci, ograničene sirovine, ljudski resursi. Ali, kada je u pitanju ovaj rad, onda Sun Tsu-ovu poruku treba dodati kao začim znanju, problemu upravljanja stečenim znanjem i informacijama. Treba je shvatiti kao alat pri nalaženju odgovora na brojna pitanja: Kako doći do znanja? Kako ga prilagoditi za upotrebu? Kako ga iskoristiti u poslovne svrhe? Kako da kompanija bude uspješna na tržištu na kojem nastupa? Sa ovim, i sličnim pitanjima, činjenica je, može da se nosi i poslovna inteligencija.

Prema definiciji Ravi Kalakoti i Marcia Robinson, poslovna inteligencija predstavlja skup novih aplikacija koji su oblikovani tako da mogu da organizuju i strukturiraju podatke o poslovnim transakcijama na način koji će omogućiti analizu za podršku pri donošenju odluka i odvijanju operativnih aktivnosti.³ Nešto slično, a opet na svoj način drugačije, Larisse T. Moss i Shaku Atrea, poslovnu inteligenciju vide kao arhitekturu i kolekciju integrisanih operativnih aplikacija, aplikacija za podršku pri odlučivanju i baza podataka koje poslovnim sistemima omogućuju lakši pristup podacima.⁴ Bez obzira na definicije poslovne inteligencije od strane brojnih autora, u ovom dijelu rada je stavljen akcenat na posmatranje poslovne inteligencije kao tehnološke strukture koja omogućava kompanijama efikasno i efektivno upravljanje informacijama, što ih dalje vodi samo postizanju boljih rezultata tokom tržišne utakmice. Primjena ovog koncepta, definitivno predstavlja izazov koji treba dostići, ne zanemarivajući čovjeka u cijelom projektu i njegovo znanje.

Generalno, znanje se dijeli na eksplicitno znanje i implicitno znanje. Eksplicitno znanje predstavlja informacije koje se mogu prenositi (u obliku knjiga i drugih medija) a dostupno je u procesu obrazovanja. Implicitno znanje je iskustveno znanje koje nosi pečat ličnih uvjerenja, ideja, unutrašnjih vrijednosti, kreativnosti, mašte i razvijenih vještina na ovim elementima. Upravo je ovaj tip znanja koji, ako se pravilno koristi, ima visoku vrijednost, što dalje vodi ka utvrđivanju najboljeg rješenja kada je u pitanju upravljanje znanjem. Jer, konkurentska prednost kompanije zavisi od toga koliko je uspješna u iskorišćavanju znanja zaposlenih i kojom brzinom je sposobna da nauči i usvoji nešto

³ Kalakoti, Ravi, Robinson, Marcia, "E-business 2.0. Roadmap for Success", Addison-Wesley, Boston, 2001

⁴ Moss, Larissa T., Atre Shaku, "Business Intelligence Roadmap", Addison Wesley, Boston, 2003

novo. Stalna inovacija je postala neophodnost. Potreba za obnovom važi za sve u kompaniji – odnosi se na svakog ponaosob, sprovodi se svuda i bez prestanka.

Polazeći od rečenice Dejvida Vajsa: "U budućnosti ćemo imati samo dvije vrste kompanija – brze i mrtve"⁵, na individualnoj ili kolektivnoj osnovi, nameće se sljedeći recept:

- Kreni! – Postoji ideja. Nema čekanja.
- Brzo! – Dok se realizuje ideja, može se desiti da neko drugi razmišlja o istom.
- Brže! – U Hewlett – Packardu se većina prihoda zasniva na proizvodima koji prije godinu dana nisu ni postojali.⁶
- Odmah! – U Tokiju je moguće u ponedjeljak naručiti Toyotu po sopstvenim specifikacijama, a u petak je već voziti.⁷

Novo bojno polje je dizajn, garancija, imidž, uslovi plaćanja...i ljudi. Inteligencija. Neopipljivo. To je ono što jednu kompaniju u suštini razlikuje od druge. Samim tim, menadžment koji je zasnovan na brojkama i strahu je zamijenjen sa tzv. humanim menadžmentom, jer su ljudi menadžment.

3. Intelektualni kapital – ključ uspjeha

Dok su fizički i finansijski kapital glavna obilježja industrijske ekonomije, iza vrata moderne ekonomije krije se intelektualni kapital – ključ uspjeha – stvaralačka primjena znanja u svakoj kreativnoj djelatnosti. Ovaj kapital u sebi sadrži klicu za imidž, robnu marku, dobru tradiciju odnosa sa kupcima i partnerima, kulturu kompanije, iskustva i vještine u poslovanju. Ali, ključna stavka je znanje i vještine zaposlenih. T.A. Stewart je definisao intelektualni kapital kao "sumu svega što svi ljudi u nekoj organizaciji znaju, da bi pomoću tog znanja ostvarili konkurentsku prednost na tržištu."⁸ Svojim istraživanjem, koje je objavio 1991. godine u Fortuni, je izazvao veliki interes za proučavanje znanja čime je samo podstakao druge autore na razvoj koncepcije novog područja menadžmenta ljudskih resursa – intelektualnog kapitala.

P.H. Sullivan intelektualni kapital definiše kao znanja koja se pretvaraju u profit.⁹ S druge strane P. Drucker ističe da u društvu znanja više nisu osnovni ekonomski resursi prirodni resursi i rad, već intelektualni kapital – "znanje koje teče kroz tehnologiju i nalazi se u ljudima". Ključni korak u razvoju koncepcije intelektualnog kapitala, sa aspekta ljudskog kapitala, učinio je Karl Erik Sveiby iz Švedske, koji je 1990. godine objavio knjigu

⁵ Peters, T. "Liberation Management", Alfred P. Knopf, New York, 1992

⁶ Tapscott, D., "The Digital Economy: Promise and peril in the age of networked intelligence", McGraw-Hill, 1996

⁷ Davies, S., Meyer, C., Blur: "The speed of change in the connected economy", Capstone, 1998

⁸ Stewart, T.A., "Intellectual Capital: The new wealth of organisations", Doubleday/Currency, 1997

⁹ Sullivan, P.H., "Profiting from Intellectual Capital – Extracting Value Innovation", Wiley Sons, 1998

"Knowledge Management", u kojoj je definisao ljudski kapital kao dimenziju intelektualnog kapitala i tako povezoao brojna dotadašnja istraživanja ljudskog kapitala sa novim konceptom intelektualnog kapitala.

Pionirski pokušaj praćenja i proučavanja intelektualnog kapitala učinila je osiguravajuća kompanija iz Švedske, Skandia, koja je nakon sloma švedskog tržišta nekretnina počela da gubi svoju konkurentsku poziciju. To je bio trenutak kada je uprava Skandie shvatila da posjeduju neopipljivi kapital koji se ni na jedan način ne vrjednuje u finansijskim izvještajima. Upravo to je bio glavni razlog pokretanja projekta "Skandia Navigator" čiji je zadatak bio mjerenje neopipljive imovine, tj. intelektualnog kapitala. Polazna teza ove kompanije je bila da se može upravljati sa svime što je moguće izmjeriti. Od 1994. godine, Skandia u okviru svog godišnjeg izvještaja prilaže poseban dokument o vrijednosti i uspješnosti intelektualnog kapitala.¹⁰

Sa stanovišta brojnih autora, između ostalih i T.A. Stewarta, intelektualni kapital se može podijeliti na:

- Ljudski kapital – predstavlja znanje, inteligenciju, iskustvo zaposlenih. Kao takav mora biti umrežen sa motivisanošću, spremnošću na timski rad, kooperaciju, prilagodljivosti na promjene.
- Strukturni ili organizacijski kapital – predstavlja sposobnost kompanije da koristi potencijal ljudskog kapitala, koji se najviše ogleda u informacionom sistemu, softveru, vještinama, dokumentima, patentima, licencama, procedurama i iskustvu.
- Potrošački kapital (kapital klijenata) – predstavlja postojanost odnosa kompanije sa okruženjem u vidu brige za kupce i dobavljače.

Interakcijom ljudskog, organizacijskog i potrošačkog kapitala stvara se vrijednost, zbog čega je bitno stalno unapređivanje svake pojedinačne kategorije i načina njihovog međusobnog djelovanja.

4. Pojedinaac – osnova intelektualnog kapitala

Mahatma Gandhi je jednom rekao da veličina čovjeka ne leži toliko u mogućnosti da promijeni svijet, koliko u mogućnosti da promijeni sebe. Vjerovao je da je čovjek ključna promjena na svjetskoj pozornici. Ali, na toj pozornici osim ljudi, svoje uloge igraju i kompanije. Zajedno, pojedinac i kompanija doprinose novom društvu. A šta je ono što je stvorilo internacionalni svijet koji se zasniva na znanju? Tri glavne pokretačke snage: tehnologija, institucije i vrijednosti. Novo okruženje, sa velikim mogućnostima koje sa sobom nose promjene i adekvatan izbor...I ključ uspjeha – znanje. Na jednoj strani čovjek, kao učesnik u takmičenju protiv svih ostalih, na drugoj strani, osuđen da prizna

¹⁰ "Power of innovation: Supplement to Skandia's" 1996, Interim Report www.skandia.se, 25.08.2002

Sokratovu: "Jedino što znam je da ništa ne znam." Prošlo je vrijeme kada se, sa stanovišta kako pojedinca, tako i kompanije, mogao držati monopol nad znanjem, i zadržati ga što je moguće duže. Sada je nužno biti drugačiji, a to danas i nije baš lako, kada kompanije, usluge i proizvodi sve više liče jedni na druge. I svi imaju ljude – ali...Da li će se dodirnuti uspjeh i osvojiti zavisi od toga kako se upravlja resursima i kako se organizuje poslovanje.

Zbog promjena koje se dešavaju u svakom djeliću kosmosa, žive osnaženi pojedinci, talentovani ljudi koji su svojim radom, upornošću, istrajnošću i vjerom u sebe došli do "prava na izbor"... Jedna od njih je i Marijana Radović, dizajner jahti i arhitekta. Ova djevojka iz Kragujevca je jedina u Srbiji koja se bavi ovim rijetkim zanimanjem, a svjetski je već priznata. Kao dokaz kvaliteta njenog rada je lista njenih klijenata, na kojoj se nalaze grčki brodovlasnici, italijanski biznismeni itd. Redizajnirala je jahtu "Neraida", na kojoj je snimljen film "Dječak i delfin" sa Sophiom Loren. Uradila je refiting hotela "Periscope" u Atini...Ali prije svega, ova mlada djevojka je godinama radila na sebi ulažući u sopstveno znanje. Na ideju da bude dizajner jahti je došla zahvaljujući svojoj ljubavi prema moru i hedonističkoj crti da voli da uređuje prostor u kome živi. To ju je navelo da se zainteresuje za objekte u pokretu, na vodi – jahte. Poslije Beograda, svojih privatnih angažovanja i kratkog iskustva u "Eurosalonu", ključni trenutak u njenom životu je upis na fakultet koji je željela – "Lazzarini pickering architetti" u Rimu. Nakon toga odlazi za Ženevu, gdje radi u firmi "Sete" iz grupe "Latsis". Uslijedila je najteža odluka u životu – podizanje kredita za Master in yacht design na Politehnici u Milanu, kada je shvatila da njena stipendija ne pokriva čitavo školovanje. Tada se već nalazila u Milanu, a povratak u Srbiju nije bilo rješenje. I uspjela je...Danas radi za sebe. Ima svoju firmu "Stand by mr", koja se zvanično nalazi u Beogradu, a u stvari je svuda gdje su njeni klijenti. Njen posljednji projekat jahte "My 117", smatra najuspješnijim, a ono po čemu se ta jahta razlikuje od ostalih je u tome što nije naručen projekat već vrlo ličan dizajn za koji će sama naručiti vlasnika...Ova djevojka, sa svojim zlatnim pravilom u glavi: "Poštujem svoju intuiciju i radim samo projekte koji mi prijaju", je uspjela. A na početku je...

5. Intelektualni kapital - "finansijska osveta"

Prethodni primjer je potvrdio postojanje talentovanih pojedinaca, ljudi sa mogućnošću izbora, koji preuzimaju kontrolu nad svojim obrazovanjem, karijerom i životom. To su ljudi koji mogu da znaju, idu, rade i budu šta god žele.¹¹ Upravo tri glavna pokretača promjena (tehnologija, institucije i vrijednosti) daju svim kreativnim ljudima šansu da reorganizuju svaki aspekt života...

Upravljanje intelektualnim kapitalom nije svrha za sebe. Cilj je dugoročno osposobljavanje kompanije i njenih zaposlenih da se ostvaruje stvarna vrijednost, sa kojom će, sa jedne strane biti zadovoljni akcionari i uprava, a sa druge strane njeni

¹¹ Taylor, J. , Wacker, W., "The 500 Year Delta: What happens after what comes next", Harper Business, 1997

zaposleni. Da bi se ovaj cilj ostvario najbitniji element tog procesa je adekvatno vođstvo, koje će svojom vizijom i misijom pozitivno uticati na svoje zaposlene. Nekada je to samo i poštovanje nečijeg truda, ideja, drugih mogućnosti kojima zaposleni raspolaže. Kao najbolji primjer, da nekada loše iskorišćeni intelektualni kapital može prilično koštati kompaniju, je finansijska afera koja se dogodila u Francuskoj krajem januara 2008. godine. U pitanju je Jerome Kerviel, čovjek zbog kojeg je banka Societe Generale u Parizu pretrpjela gubitke u trgovanju hartijama od vrijednosti u iznosu od 4,9 milijardi € i dodatnih 2 milijardi € da bi se banka stabilizovala nakon ove afere.

Jerome Kerviel, rođen 11. januara 1977. godine u Velikoj Britaniji, do 24. januara 2008. godine je bio anonimni berzanski broker, jedan od 120.000 ljudi koji širom svijeta rade za drugu po veličini francusku banku Societe Generale. Tog dana je objavljena vijest da je banka izgubila 4,9 milijardi € na berzi, i da je glavni krivac u svemu tome upravo Jerome Kerviel. Ovaj niže pozicionirani trgovac banke je pronašao "rupu" u njenom kontrolnom sistemu i na taj način je natjerao da pod hitno pribavi svježi kapital. U okviru svog posla, Kerviel je trebao da koristi male i trenutne razlike u cijenama vrlo sličnih instrumenata na tržištima kapitala. Da bi zaradila na tim razlikama, banka mora da stavi na kocku velike svote novca, ali je rizik mali budući da je svaka transakcija uravnotežena jednakom transakcijom suprotnog predznaka, čime se ostvaruje mala dobit¹².

U Societe Generalu se sumnjalo da je Kerviel otvarao fiktivne račune kako bi stvorio privid da su njegove agresivne i nesrećne špekulacije o rastu cijena evropskih akcija pokrivene. Ne znajući za to, kako tvrdi uprava Societe Generala, banka je bila izložena riziku pada cijena, što se i dogodilo. Iako se banka ponosila svojim najsavremenijim finansijama, oslonjena na matematičke modele, njen se trgovac služio veoma "jednostavnim instrumentima" u transakcijama, koje je krio zahvaljujući razvijenoj tehnologiji, ili kako je to banka predstavila – "zahvaljujući ekstremno sofisticiranim i različitim tehnikama". Uspio da bude neprimijećen zahvaljujući sistemu banke za provjeru rizika, koji nije kontrolisao odmah neregulisane ugovore koji se sklapaju na OTC tržištu.¹³

Skandal je uzrokovao pad cijene akcija Societe Generala koji su mnogi ocijenili kao odličnu metu za preuzimanje. Nevolje u kojima se banka našla ponovo su potpirile dugogodišnje glasine da bi je mogla preuzeti najveća francuska banka BNP Paribas, što je Societe Generale uspjela da izbjegne 1999. godine. Prinudena novonastalom situacijom da poveća kapital, banka je odlučila da u periodu od 21. februara do 29. februara svojim akcionarima ponudi nove akcije po povlašćenim uslovima, kako bi prikupila 5,5 milijardi € izdavajući 116 miliona akcija (povlašćena cijena je bila 47,5 € po akciji, pri čemu je akcionar imao pravo da za 4 stare kupi 1 novu akciju). Kako su brojni analitičari u to

¹² Radusinović, Sanja, "Osveta – jelo koje se servira hladno", Biznis Montenegro, br. 6

¹³ Ibid.

vrijeme tvrdili, ponuđena cijena akcija je bila veoma povoljna, vjerovatno zbog ne baš povoljnih povratnih informacija sa tržišta.¹⁴

Dok su s jedne strane francuski predsjednik Nicolas Sarkozy i premijer François Fillon podržavali upravu banke (sa naglaskom da trebe kazniti sve odgovorne), njihovi politički protivnici polako su u javnosti počeli da stvaraju sliku da je u korijenu ovog gubitka nešto drugo. To bi mogle biti loše odluke vodećih bankara kada je finansijski svijet potresala kriza oko stambenih kredita u SAD-u. Čak su i naugledniji francuski dnevni listovi "Le Mondo" i "Le Figaro" (koji je naklonjen Sarkoziju) dali prostor ovoj sumnji.¹⁵

Jerome Kerviel je danas u očima Francuza idol, revolucionar, Robin Hud berze, Che Guevara finansijskog svijeta. Nekoliko hiljada njih je potpisalo internetsku peticiju podrške Kervielu, sa sloganom: "Nobelova nagrada za ekonomiju Jeromeu Kervielu". Taj mirni mladić, omiljen u društvu, radio je po 10 sati dnevno, ispred 4 ekrana i uz 2 telefona. Godinama je radio kao pomoćnik (u banci je od 2000. godine), dok nije nedavno prije afere došao do pozicije brokera, sa bruto platom od 100.000€ na godišnjem nivou, što i nije tako puno kada se uzmu u obzir cijene života u Francuskoj.¹⁶

Nakon skandala, brojni profesori ekonomije koji su mu predavali ga se ne sjećaju, uz riječi: "da je bio genije, zapamtili bi ga". Veliki broj stručnjaka je skeptičan prema ideji da je broker srednjeg ranga sposoban za prevaru koja je imala za posljedicu oko 5 milijardi €. Međutim, ima i onih koji sumnjaju da je on – Jerome Kerviel možda genijalac koji je prevario cijeli svijet, bez pomoći same banke, bez pomoći vani, prema šemi koja se zasniva na krađi internetskih šifri i poznavanju običaja kontrolora. Sakriven iza legalne operacije u okviru svoje nadležnosti, a zahvaljujući dobrom poznavanju informatike i interne kontrole, uspio je da uvijek bude korak ispred...S obzirom na činjenicu da nijedan dio novca nije uzeo za sebe, postoje tvrdnje da je možda htio da zasijeni svoje nadređene. S druge strane, pominje se i još jedan motiv, o kojem je pričao gospodin Cristophe Caillot iz AMF-a¹⁷, pominjući "osvetu" kao jednu od mogućih razloga. Naime, Jerome nije bio zadovoljan svojim statusom, i htio je svojim nadređenima da pokaže koliko je loš sistem kontrole, i koliko oni zapravo ne znaju da rade svoj posao. Htio je da im dokaže da je bolji od njih.¹⁸

Još uvijek se ne zna kakav će biti kraj priče o Jerome Kervielu. Ostaje da se utvrdi da li je stvarno sve radio sam ili je u pitanju dobro organizovana pljačka većeg broja ljudi. Jedno je sigurno – ukoliko ga profesori ekonomije nisu upamtili ranije, sada sigurno hoće. Šta

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Gospodin Cristophe Caillot radi u AMF-u, Agenciji za kontrolu finansijskog tržišta Francuske. Autor ovog rada je u razgovoru sa njim utvrdio činjenice koje se pominju u primjeru o Jerome Kervielu

¹⁸ Radusinović, Sanja, "Osveta – jelo koje se servira hladno", Biznis Montenegro, br. 6

god da je bio njegov motiv, o njemu će se pričati dugo, jer je glavni osumnjičeni za "pljačku vijeka"...¹⁹

Ovaj primjer iz prakse najbolje pokazuje koliko čovjek kao pojedinac znači u kompaniji. Što bi rekao John Merric u filmu "Čovjek slon" – "Ja nisam životinja. Ja sam ljudsko biće. Ja sam čovjek". To je ono što ne treba da zaborave menadžeri i organizatori posla pri pripremi poslovne strategije. Čak je Džek Velš iz General Electrica lično intervjuisao sve kandidate za 500 najvećih pozicija u kompaniji, priznajući da je njegov jedini posao "odabir pravih ljudi".²⁰

Pitanje je – kako iskoristiti intelektualni kapital nakon dobrog odabira? Ako pođemo od značenja riječi "menadžment" (od italijanske riječi "maneggio/maneggiare" i francuske riječi "menéger"), dobijamo: kružna staza po kojoj konji trče, dok ih dreser podstiče dugim bičem. Ako je dreser nekontrolisan i grub, možda se konj zainati i vremenom nauči da po stazi trči sam, bez direktive svog dresera. Posmatrajući ovo sa stanovišta intelektualnog kapitala i čovjeka, potrebno ga je samo pametno usmjeriti, motivisati i na taj način izazvati kreativni proces koji on ima u sebi, je priroda kreativnosti je da otklanja tradicionalne strukture i okove. Kreativnost je ta koja odstupa od plana i gradi nove strukture. Kreativnost je jedan dio spektra koji bi se mogao nazvati – "moć ideja". Zato je potrebno težiti da se pravim odabirom menadžerskih alatki iskoristi sve što intelektualni kapitala može da pruži.

6. Umjesto zaključka...

Cilj ovog rada je pokušaj da se na drugačiji način predstavi uloga i značaj znanja i intelektualnog kapitala za kompanije koje posluju u stalnim promjenama na svjetskim tržištima, sa akcentom na ključni resurs u formi znanja koje posjeduje čovjek kao njihov zaposleni.

Polazeći od toga da su originalnost i različitost privilegija onih koji su u očima prosječnog čovjeka, kako u životu tako i u poslu pomalo čudni, danas su kompanije zavisne upravo od ljudi koji imaju originalne ideje i koji se vode riječima: "Biti normalan nikuda ne vodi...". Prošlo je vrijeme starih stuktura, pogrešnih kalupa razmišljanja, kočnica kreativnosti i slobode ideja. Jer, kao što mu i sama definicija kaže, intelektualni kapital je nešto neopipljivo, čija vrijednost utiče na svaki posao i na svaki aspekt posla i života. Ako se uzme bilo koje ljudsko biće, i pokuša da se rastavi na najsitnije djelove – atome, sa ciljem da se prodaju na tržištu u Čikagu – neće se dobiti ni 2 dolara.²¹ S druge strane, ukoliko se ljudsko biće na poslu adekvatno motiviše, polazeći od uvjerenja da se motivacija sve više zasniva na vrijednostima, a ne na novcu – uspjeh je zagarantovan.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Fortune, 27. oktobra 1998

²¹ Davies, S, Meyer, C. Blur: "The speed of change in the connected economy", Capstone, 1998

Paulo Koeljo je u svojoj novoj knjizi, "Veštice iz Portobela, u jednom dijelu istakao značaj sposobnosti i ideja glavnog lika, Atene, kroz riječi njenog nadređenog u filijali banke u kojoj je radila:

"Otkrio sam da je, u današnje vrijeme, za motivisanje podređenih potrebno i nešto više od vrhunske obuke koju dobijaju u našim obrazovnim centrima. Svako od nas ima jednu nepoznatu stranu koja, kada se objelodani, može da čini čuda. Svi mi radimo iz nekog razloga: da bismo ishranili djecu, izdržavali sebe, našli opravdanje za svoj život, osvojili jedan djelić moći. Ali, na tom putu, postoje dosadne dionice: dakle, tajna je u tome da se one preobraze u susret sa nama samima, ili sa nečim što je iznad nas. Na primjer: traganje za ljepotom nije uvijek nužno vezano za nešto praktično, pa ipak, mi ga preduzimamo kao da je u pitanju najvažnija stvar na svijetu. Ptice uče da pjevaju, ali to ne znači da će im njihova pjesma pomoći da nađu hranu, da izbjegnu grabljivice ili da otjeraju parazite. Prema Darwinu, ptice pjevaju zato što jedino na taj način uspijevaju da privuku partnera i produže vrstu. I dalje prema Darwinu, autoru knjige koja je izmijenila poimanje toka ljudske istorije, svi oni koji uspijevaju da probude strasti ponavljaju time što se dešava od pećinskog doba, kada su obredi udvaranja bili od presudnog značaja za opstanak i razvoj ljudske vrste. Ali postoji li neka razlika između čovjekove evolucije i razvoja jedne bankarske ekspoziture? Nikakva. Obije se pokoravaju istim zakonima – a jedan od njih glasi: samo najспособniji uspijevaju da prežive i da se usavršavaju."²²

Paulo Koeljo, kojeg često zovu "novinar sa osjećajem za biznis" je ovim rečenicama dokazao da shvata značaj adekvatne motivacije zaposlenih. Kada može novinar i pisac doći do ovakvog zaključka, mogli bi i menadžeri, a sve u cilju uvođenja i podržavanja metoda rada koje podstiču i podržavaju transformaciju individualnih sposobnosti u vrijednost kompanije, i obrnuto. Konceptija i implementacija intelektualnog kapitala zahtijevaju novu perspektivu strateškog upravljanja i nove načine podsticaja.

LITERATURA:

1. Stewart, T.A., "Intellectual Capital: The new wealth of organisations", Doubleday/Currency, 1997
2. Negroponte, N., "Being Digital", Alfred A. Knopf, New York, 1995
3. Kalakota, Ravi, Robinson, Marcia, "E-business 2.0. Roadmap for Success", Addison-Wesley, Boston, 2001
4. Moss, Larissa T., Atre Shaku, "Business Intelligence Roadmap", Addison Wesley, Boston, 2003
5. Peters, T. "Liberation Management", Alfred P. Knopf, New York, 1992
6. Tapscott, D., "The Digital Economy: Promise and peril in the age of networked intelligence", McGraw-Hill, 1996

²² Koeljo, P., "Veštica iz Portobela", Paideia, 2007

7. Davies, S., Meyer, C., Blur: "The speed of change in the connected economy", Capstone, 1998
8. Sullivan, P.H., "Profiting from Intellectual Capital – Extracting Value Innovation", Wiley Sons, 1998
9. "Power of innovation: Supplement to Skandia's" 1996, Interim Report www.skandia.se, 25.08.2002
10. Taylor, J., Wacker, W., "The 500 Year Delta: What happens after what comes next", Harper Business, 1997
11. Radusinović, Sanja, "Osveta – jelo koje se servira hladno", Biznis Montenegro, br. 6
12. Levit, S., Dabner, S., "Otkaçena ekonomija", Mono & Manana, 2006
13. Koeljo, P., "Veštica iz Portobela", Paideia, 2007

Ivan Jovetić*

Institucije kao konkurentska prednost

Abstract

Does this globalization violates or strengthen sovereignty concept? Does sovereignty expressed through particular institutions creates environment for wealth creation? Taxes are market failure correction manner or politician's survival mechanism? Is wealth created by state intervention or individuals' efficiency and skills? Business friendly tax policy has limited range. Without property rights protection primordial competitive advantage won't be sustainable in long term. Sovereign institutions represent combination of globalization and tradition. Theirs scarcity represent theirs value which is basic economic principle.

Key words: *sovereignty, state or business, taxes and tax competitive policy, institutional competitive policy, individuals, property rights protection, Constitution*

IDEJA SUVERENOSTI

Suverenost se često definiše kao vrhovni autoritet u okviru određene teritorije. Uz dodatak da se ona personifikuje kroz državu. Autoritet same države predstavlja transfer individualnih suvereniteta ujedinjenih u konceptu zamišljenog ugovornog odnosa. Osnovni nedostatak ovog ugovornog odnosa je nemogućnost ugovornog isključenja iz novonastalih regulativa same države. Napuštanje same teritorije ne predstavlja isključenje iz ugovornog odnosa. U cilju djelimičnog ublažavanja ovog nedostatka, država svojim aktivnostima ne smije narušiti suverena prava samog pojedinca i sve njene aktivnosti moraju biti usmjerene zaštiti njegovih prava na život i izvedeno, prava na svojinu.

Da li stvaranje svijeta bez granica može narušiti koncept suvereniteta? Ako imamo u vidu stav da suverenitet pripada prilagodljivim i pokretnim pojedincima, možemo govoriti samo o promjenama veličine teritorije na koju se koncept odnosi. S jedne strane, tendencija je prenosa dijela suvereniteta (eksternog) na supranacionalne tvorevine (EU, NATO). Ipak, na drugoj strani postoje tendencije decentralizacije i relativno autonomnog ponašanja manjih oblasti (interni suverenitet). Da li nas to vodi povratku sistemu gradova-država ili predstavlja samo mehanizam podsticanja konkurencije i stvaranja bogatstva pokazaće vrijeme. Možda će baš suverene i relativno male teritorije biti uspješan model prvobitnog (individualnog) transfera suvereniteta. Razlog može biti *jednostavnost* kreiranja ambijenta koji ne narušava pravo svojine prisilnim putem.

* Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica

POREZ?

Kada i kako su nastali porezi je pitanje čiji bi odgovor mogao objasniti njihovu svrhu. Teoretičari primjećuju da se porez javlja u carstvu Inka u obliku oporezivanja radnom snagom kao jednog od prvobitnih poreskih oblika. Isti oblik oporezivanja će biti osnov feudalnog sistema srednjovjekovne Evrope. Porezi su na određeni način bili prisutni i u vremenu Rimskog carstva. Da li pored postojanja poreza ove tri tvorevine imaju još nešto zajedničko? Sve tri države bile su okvir nepostojanja lične slobode. Izvedeno iz toga porezi nisu ništa drugo do prisila države. Reketiranje najsposobnijih¹! Postavlja se i pitanje da li su porezi moralni? U libertarijanskom pogledu na svijet izvjesno je da nisu. Odsustvo prisile bi značilo i odsustvo prisile od strane države. Znači pojedinci bi samostalno morali izabrati da plaćaju porez i imaju određene zajedničke funkcije. Kako primjećuje Kolombato², nemoralnost ovakvog sistema leži u nedostatku klauzule mogućeg izlaska³ iz sistema.

Nepobitna činjenica je da porezi postoje. Isto kao i država. Samo njihovo postojanje ne znači da su dobri per se već da su drugo najbolje rješenje ili izbor između dva zla.

Koja je svrha poreza? Pristalice visokog oporezivanja vjeruju da je to funkcionisanje države i zajedničkih interesa i ciljeva. Što je država? Čak iako zamislimo da je to dobrovoljno formirana tvorevina slobodnih pojedinaca, da li je riječ o zajedničkim ili individualnim interesima? Da li postoje zajednički ciljevi i opšta dobra? Postoji li razlika među pojedincima osim njihove efikasnosti? Kako Kolombato ocjenjuje istorija ljudske vrste je istorija povećavanja kolača⁴. Dinamika rasta kolača odnosno bogatstva se rastom poreza odnosno padom individualnih podsticaja usporava.

Pristalice intervencije tvrde da su porezi jedan od načina korekcije tržišnih grešaka. Da li je tržište greška? Da li je fudbalska utakmica greška? Da li je referendum greška? U sva tri slučaja riječ je o procesima koji sami po sebi nisu pogrešni kao što to nisu ni njihovi rezultati. Efikasnost odnosno uspješnost u pogledu rezultata procesa su individualne kategorije. Preraspodjela bogatstva nije način ispravljanja grešaka koje ne postoje već je način o(p)stanka na vlasti u skoro svim društvenim sistemima. Preraspodjela je mehanizam kontrole glasova. Mehanizam zadovoljavanja interesnih grupa. Ipak, moramo se pridržavati Pareto optimuma. Situacija se ne može poboljšati nijednom pojedincu ukoliko to znači pogoršanje situacije za drugog pojedinca. Represivno oporezivanje pogoršava stanje jednog, a čak značajno ne popravlja stanje drugog. Da li je porez onda samo poluga o(p)stanka na vlasti?

¹ Veselin Vukotić, «Opasne riječi», CID, Podgorica, 2006.

² Enriko Kolombato, predavanja, Tržišni proces, Univerzitet UDG-FMEFB, mart 2008.

³ Mogućnost dobrovoljnog napuštanja određenog ugovornog odnosa koji je nastao dobrovoljnim pristankom.

⁴ Enriko Kolombato, predavanja, Tržišni proces, Univerzitet UDG-FMEFB, mart 2008.

Ipak, to se može posmatrati i malo drugačije. Porez odnosno fiskalna politika može biti pitanje o(p)stanka ali pojedinca i biznisa. Atraktivna poreska politika stimulišuća za biznis jeste jedan od važnih faktora povećanja izgleda za ličnu efikasnost. Pod atraktivnom poreskom politikom ne smatram samo niske poreske stope već i jasno definisanu osnovu poreza bez diskrecionih mogućnosti, jasno definisana pravila i jednostavnost samog sistema.

Ekonomski posmatrano porezi vode povećanju transakcionih troškova koji onemogućavaju dobrovoljnu razmjenu i blokiraju individualne potrebe, izbore a time i cjelokupnu društvenu aktivnost. Individualno posmatrano stvar je jednostavna ali i dalje postoje zagovornici visokih poreza i intervencije države. Za pravilnu (pr)ocjenu njihove pozicije treba vidjeti nevidljivo – stepen njihove povezanosti sa upotrebom budžetskih prihoda i povezanosti njihovih poslova sa državom⁵. Izgleda da jednostavnost i Pareto nijesu dovoljni.

DRŽAVA I(LI) BIZNIS?

Nesporno je da je osnovni cilj postojanja države osiguranje dobrovoljne razmjene vlasničkih prava odnosno zaštita prava na život svakog pojedinca kao i prava na svojinu kao izvedenog prava. Pitanje je da li se i kako taj cilj ostvaruje. Da li se ostvaruje pomoću nekih institucija koje bi mogle preživjeti i raspad države? Kako doći do tih institucija? Demokratija kao takva zaista jeste proces kreiranja određenih institucija koje imaju prividni legitimitet većine. Da li onda demokratiju možemo posmatrati i kao eksperiment različitih interesnih grupa? Može li Ustav ograničiti ove eksperimente? Ustav kao potpisani ugovor! Ustavno ograničenje rasta javne potrošnje u odnosu na bruto društveni proizvod predstavljalo bi eliminaciju uticaja različitih interesnih grupa⁶.

Ciljevi ovog pristupa su razvoj i stvaranje bogatstva. A bogatstvo je uvijek pojedinačno! I kao u svakoj ekonomskoj transakciji niži troškovi vode nižim cijenama i većem profitu. Veći individualni profit ima efekat prelijanja na neke druge individualne potrebe odnosno pružaoce njihovih usluga. Sistem spojenih sudova! Povećanje individualnog bogatstva vodi rastu društvenog bogatstva. Pretpostavka povećanja individualnog bogatstva jeste mogućnost slobodnog raspolaganja sopstvenim kapitalom. Ambijent koji omogućava ostvarenje sopstvenih izbora, potvrdu sopstvene efikasnosti i *uživanje* u slobodnom raspolaganju rezultatima iste jeste ambijent istinske (socijalne) pravde.

Pravedno je samo ono što ne narušava osnovni koncept ljudskih prava. Iz prava na život se izvodi pravo na svojinu kao osnov ekonomske slobode! Ukoliko postoji zaštita prava svojina, a onda time i prava iz kojeg je ono izvedeno, prava na život može se govoriti o društvenoj (socijalnoj) pravdi. Pravda je moralna a time i individualna kategorija. Prisilno

⁵ Petar Ivanović

⁶ Veselin Vukotić, (Ideja ograničenja rasta javne potrošnje na 29% GDP-a)

nametanje regulative slobodnim pojedincima je nepravedno a time i nemoralno. Društveno pravedno je da država svojim aktivnostima ne utiče na ostvarivanje rezultata i njihovu korekciju. Posao države nije određivanje socijalno pravednih ishoda!

Da li država ima komparativne prednosti? Da li su to prirodna bogatstva? Koliko je Rikardo bio u pravu iz današnje perspektive? Umjesto nekadašnje teorije komparativnih prednosti do izražaja dolazi teorija konkurentskih prednosti. Vremena se mijenjaju i prirodne resurse zamjenjuju drugi resursi-institucije.

Rikardova teorija je potpomažući ideje granskog razvoja bila idealan okvir za državni intervencionizam. U prilog novoj paradigmi, paradigmi efikasnosti i produktivnosti idu i primjeri veoma bogatih zemalja sa skromnim tradicionalnim ekonomskim resursima kao i nezaustavljiv proces globalizacije. Ova paradigma predviđa kreiranje adekvatnog biznis ambijenta u pogledu uslova osnivanja, bavljenja i izlaska iz biznisa. Ambijenta koji je u potpunosti prilagođen biznisu. Osnovnu prepreku kreiranju takvog ambijenta čine biznis barijere (troškovi osnivanja, vođenja i zatvaranja biznisa izuzetno su veliki), visoka javna potrošnja i njena pogrešna struktura. Zašto je važno ostaviti «toliki» prostor biznisu? Iz makar dva razloga. Prvi, biznis je svojevrsna potvrda slobode individue i drugi, biznis je jedini koji kreira profit. Protivnici ovog viđenja tvrde da u profitu nije sve i da treba vršiti preraspodjelu u cilju veće socijalne pravde. Ipak, oni svoj novac ne raspodjeljuju! I odakle im onda pravo da to rade sa našim novcem? Profit u kapitalizmu nije puko gomilanje novca već je potvrda efikasnosti i mehanizam daljeg razvoja i rasta kroz investicije. Samo na taj način može doći razvoja.

Postoje dva načina «razmahnuća» biznisa. Prvi, atraktivna poreska politika. Atraktivna kako sa aspekta stopa tako i osnove i načina i cijene prikupljanja. I drugi, važniji, snaga institucija i zaštita lične svojine. Čini mi se, makar iz iskustva post-socijalističkih država da prvi prethodi drugom ne baš slučajno.

FISKALNA POLITIKA KAO POLITIKA KONKURENTNOSTI

«Politika je vještina mogućeg u datim okolnostima⁷» je možda definicija politike koja može objasniti prvenstvo realizacije poreske politike nad institucijama. Vraćajući se u prošlost možda su šok terapije najdjelotvornije riješenje. Vrijeme velikih promjena je vrijeme velikih problema ali i velikih šansi rješavanja svih problema⁸. Politika je instrument koji nas mora odvesti do željenog cilja. Ako su Crnoj Gori i njenim građanima cilj bogatstvo i veći kvalitet života onda poreska i institucionalna politika moraju biti takve da u centar djelovanja stavljaju pojedinca!

⁷ Milo Đukanović

⁸ Veselin Vukotić

Država nije «nedodirljiva» i mitološka tvorevina prema tome se i ona mora prilagođavati određenim principima konkurentnosti. U tom pogledu je veoma važno formulisati sopstvenu strategiju konkurentnosti u cilju postizanja adekvatnih rezultata. Definisanje oporezivih kategorija, poreskih stopa i načina oporezivanja osnovni su elementi kreiranja strategije fiskalne konkurentnosti. Ukupno poresko opterećenje, uključujući i sve vrste doprinosa i taksi, mora biti dovoljno atraktivno biznisu da na osnovu njega, bez obzira na veličinu tržišta konkretne ekonomije, kreira sopstvenu poslovnu strategiju. Zašto je to važno? Upravo je to jedan od načina smanjenja transakcionih troškova svakog biznisa! Cilj biznisa jeste profit! I to profit kao investicioni motor. Kapitalizam nije sistem konstantne potrošnje već konstantnih investicija i to je način povećavanja «kolača»!

Globalizacija je stvorila imperativ snižavanja troškova biznisu. Na drugoj strani, isti se imperativ postavlja i u odnosu prema državi. I uprkos tome neke države to ne shvataju ili ne žele da shvate. Možda je primjena koncepta niskih poreza lakše primjenjiva u malim ekonomijama ali ovdje je riječ i o njenoj suštinskoj važnosti ali i njenoj primjeni kod nas. Crna Gora kao jedna mala ekonomija koja teži otvorenosti mora u svoj koncept konkurentne prednosti uvrstiti i poresku konkurentnost. Iako bi svaka ekonomija trebala težiti otvorenosti, značaj stepena otvorenosti je obrnuto srazmjerni veličini «nacionalne» ekonomije. Male ekonomije moraju biti otvorene! Ne smiju niti mogu biti samodovoljni sistemi!

Preduslov konkurentne poreske politike je promjena uloge države i oblasti koje ona finansira kao i njeno potpuno povlačenje sa tržišta. Prema shvatanjima liberalne ekonomije, uloga države ne treba da bude u oblastima poput nauke, kulture, sporta, istraživanja i razvoja ali ni «precizno targetirane» socijalne pravde. Određene grupe ljudi poput starih, nemoćnih i bolesnih i osoba sa invaliditetom zaslužuju pažnju i svakako treba da budu dio brige države. Ali to nije socijalna pravda već je to socijalna politika. Građani u jednoj ekonomiji ne trebaju socijalnu pomoć apriori već posao i priliku da sopstvenim radom povećaju kvalitet života svoje porodice. Samo institucionalni ambijent koji je dovoljno atraktivan može svima obezbijediti šansu. Tek nakon «definisanja» početnih stavova moguće je razmišljati o poreskoj politici kao instrumentu konkurentnosti.

INSTRUMENTI KONKURENTNE PORESKE POLITIKE

Poreska konkurencija, kako među zemljama tako i unutar jedne zemlje, predstavlja odličan mehanizam kontrole političara. Sa proširenjem Evropske Unije povećava se i polemika oko «pravednosti» poreske konkurencije jer je nove države članice koriste kao instrument sopstvenog pozicioniranja na evropskom tržištu. Međutim, poreska harmonizacija (nasilna) ima veliki broj zagovornika, naročito u starim državama članica EU. Veoma jednostavan razlog je strah ali ne od gubitka potencijalnih prihoda već od gubitka političke moći jer se «vječita igra» političara i dijela birača prekida. Strah postoji i

na centralnom i na lokalnim nivoima iako neke zemlje napreduju na centralnom nivou u pogledu poreske konkurencije. Ni evropske ni crnogorske lokalne samouprave ne žele ili nemaju dovoljno sluha da otpočnu proces (unutrašnje) poreske konkurencije. U prilog konceptu poreske konkurencije ide i to što su pojedini reformatori post-socijalističkih ekonomija shvatili važnost što je moguće veće eliminacije državne intervencije u ekonomiji. Svakako, ide u prilog i to što oni (re)definišu koncept i svrhu poreza.

Porezi predstavljaju isključivo cijenu određene usluge (koja bi trebala da odražava njen kvalitet) koju, u ovom slučaju, pruža država. Njihova visina treba da zavisi od kvaliteta te usluge a ne visine nečije zarade. Zamislite situaciju da vam neko prodaje računar po cijeni koja zavisi od visine vaše zarade! Različitost poreskih stopa je neophodna u cilju adekvatnog reflektovanja kvaliteta javnih usluga odnosno kao kontrolni mehanizam ponašanja političara. Baš na ovom «testu» pada i svaka priča o harmonizaciji poreza pa čak i ona u EU. U dijelu koji se tiče usluga, njihove cijene i kvaliteta interesantna je i opservacija da jedna stopa poreza na dohodak ne predstavlja «pravu» proporcionalnu stopu. I u tom slučaju dolazi do apsolutnog rasta poreske obaveze sa rastom zarade. Prava proporcionalna stopa bi zaista bila fiksna cijena različitih usluga (bezbjednosti, infrastrukture i slično) koja ne bi predstavljala procenat bilo kog iznosa. Međutim, ostaje otvoreno pitanje na kom nivou «postaviti» tu cijenu, a da bude prihvatljiva i za krajnje djelove jednog društva.⁹ U svakom slučaju, proporcionalni porezi pa makar i u «pogrešnoj varijanti» se približavaju kako vrijednovanju poreske obaveze kao cijene i kvaliteta određenih usluga tako i principu pravednosti. Ukidanje progresivnih stopa i opštinskih prireza porezima uz veću decentralizaciju raspolaganja poreskim prihodima uticalo bi na povećanje ukupne poreske konkurentnosti i stvaranje povoljnog biznis ambijenta što bi vodilo povećanju kvaliteta života i bogatstva pojedinca, porodice i društva u cjelini.

Druga, veoma važna stvar jeste uvođenje «flat» stope poreza na dohodak. «Flat» stopa predstavlja izuzetan mehanizam eliminisanja progresivnosti u oporezivanju dohotka.

«Flat» stopa je postojala u industrijalizovanim zemljama sve do prve polovine XIX vijeka odnosno do Karla Marksa i njegovog «Komunističkog manifesta» 1848 godine. Ipak, valja imati na umu da je upravo «kapitalistički svijet» prihvatio Marksove zahtjeve za težim i progresivnijim oporezivanjem.¹⁰ Iako, sada aktuelni poreski sistemi primoravaju poreske obveznike kako na visoke izdatke tako i gubljenje vremena za popunjavanje poreskih prijava velike svjetske ekonomije ostaju imune na ideju «flat» stope. Možda slučajnost ili «igra» istorije ali jedan od inicijalnih impulsa uvođenju ovakvog poreskog sistema došao je i sa istoka. Estonija je 90-tih izvela pionirski poduhvat u procesu poreskih reformi u novijoj istoriji u, do tada, socijalističkom svijetu.

⁹ Prvi put sam za ove ideje čuo od Vladimira Gligorova u jednom razgovoru nakon predavanja na postdiplomskim studijama «Preduzetnička ekonomija» na Ekonomskom fakultetu u Podgorici.

¹⁰ www.euractiv.com

Osnovne prednosti «flat» sistema su¹¹:

- *Jednostavnost*

Ovaj princip uvodi još Adam Smit i od tada se smatra za vrijednosnu komponentu svakog efikasnost poreskog sistema. Ovdje se podrazumijeva kako jasnoća čitavog koncepta poreskog sistema tako i trošak prilagođavanja i usaglašavanja sa njegovim zahtjevima. Jednostavnost podrazumijeva i eliminisanje svih oslobođanja, odbijanja, poreskih kredita i izuzetaka iz sistema.

- *Efikasnost*

Mora postojati adekvatan odnos prikupljenih sredstava i troškova njihovog prikupljanja. Ovaj sistem eliminiše taj dodatni trošak koji se dodaje trošku prilagođavanja komplikovanim sistemima i koji nepotrebno opterećuje biznis.

- *Pravednost*

Veliki broj ljudi smatra da bogati treba da plaćaju više i da je to optimalni *koncept pravednosti*. Međutim, manji broj ljudi priznaje da je takva situacija i u «flat» sistemu jer bogatiji plaćaju samo relativno isti «iznos» u vidu iste poreske stope dok apsolutno plaćaju upravo prema svojoj finansijskoj snazi. I ovdje dolazimo do ideja o kojima je govorio Gligorov a koje su izvorno Bjukenenove. Ovaj sistem, u odnosu na druge, povećava pravednost u pogledu nagrađivanja rezultata. Da li se tada uopšte govori o pravednosti visokog oporezivanja jedne, kako bi je Ejn Rend nazvala, «progonjene manjine»? Pored toga, treba se ponovo vratiti i *principu korisnosti* od usluga države i činjenici da taj princip trebao biti Ustavom zaštićen. Razlog nastanka države je u činjenici da ona može i treba da pruža adekvatne usluge svim svojim građanima.

Iako «flat» stopa nije lijek za sve probleme društva, on ima i niz drugih prednosti¹²:

- Smanjuje nejednakost pri oporezivanju (jednaka stopa za sve)¹³
- Smanjuje poresku evaziju i poreske prevare
- Podstiče rad, štednju i investicije
- Dovodi do rasta budžetskih prihoda
- Eliminiše gotove sve oblike poreskih izuzetaka i olakšica
- Per se dovodi do određenog stepena rasta ekonomske aktivnosti
- Pogodan je za akcionare i primaocce dividendi s obzirom da se profit oporezuje samo jednom, na korporativnom nivou
- Eliminiše specijalno, interesno lobiranje koje je odgovorno za rast kompleksnosti poreskih sistema
- Pružajući značajne naknade oslobođene poreza, ovaj sistem izuzima siromašne od plaćanja poreza

¹¹ Bruce Bartlett, NCPA Senior Fellow, «Benefits of the Flat Tax», National Centre for Policy Analysis

¹² Navedeno prema: www.euractiv.com i Andrei Grecu, «Flat Tax – The British Case», Adam Smith Institute, London, 2004.

¹³ Teorijski, ovaj sistem bi trebao biti sistem bez izuzetaka u pogledu oporezive visine dohotka. Međutim, mislim da praksa to do sada nije prepoznala. Čak i jedna od značajnih teorije, Hal-Rabuškina, predviđa izuzetke u ovom dijelu dok ni ona ne poznaje bilo koji drugi oblik izuzetaka ili povraćaja novca.

- Omogućava pojedincima veću kontrolu nad sopstvenim novcem i smanjuje narušavanje privatnosti od strane vlade
- Smanjuje kamatne stope kao rezultat poreskog izuzeća prihoda od kamata
- Utiče na povećanje atraktivnosti određene ekonomije kako domaćim tako i inostranim investitorima

Određeni broj istraživača zaključuje da efikasnost i uspjeh «flat» sistema suštinski zavise od nivoa poreskih stopa koji prethodi uvođenju istog. Što su one niže to novi sistem ima veće šanse da uspije i da da rezultate¹⁴.

Jedan od najpoznatijih prijedloga u vezi sa uvođenjem «flat» sistema bila je «flat» reforma koju su sproveli Hal i Rabuška.¹⁵ Njih dvojica su 1985. prvi predložili sveobuhvatni «flat» sistem za SAD. Naravno, time se otvorili prostor i drugim ljudima da se počnu zalagati za istu ideju. U analizi iz 1995. njih dvojica predlažu zamjenu pet individualni poreskih stopa na nivou SAD-a (15%, 28%, 31%, 36%, 39.6%) kao i zamjenu različitih poreskih stopa za biznis sa jednom, «flat» poreskom stopom od 19% na federalnom nivou. Oni su iz svog prijedloga isključili «alternativne» poreze poput federalnog poreza na promet ili PDV-a. Ove poreze su izuzeli zbog nemogućnosti isključivanja individua i porodica sa niskim primanjima iz kategorije poreskih obveznika. Na drugoj strani, oni su se najviše bavili problemima poslovnog sektora i tu su dali izuzetne prijedloge. Dohoci od kamata, dividendi, kapitalnih dobitaka i slično, za razliku od plata, nadnica i penzionih naknada, nisu tretirani kao lična primanja jer su već jednom oporezovani na korporativnom nivou. Možda nivo oporezivanja nije toliko bitan u ovom prijedlogu jer se svi oblici dohotka oporezuju po istoj stopi. Međutim, njihov veliki doprinos jeste upravo eliminisanje dvostrukog oporezivanja. Hal i Rabuška su procjenu poreske obaveze korporacija vršili tek nakon izuzimanja troškova inputa, plata, nadnica, penzija i investicija u fabrike i opremu.

U njihovom prijedlogu, porez na dohodak se računa na sljedeći način¹⁶:

$$\text{Porez na dohodak} = \text{«flat» stopa} * [\text{plate, nadnice, penzije manje lične naknade}]$$

Na drugoj strani, porez na dobit se računa ovako:

$$\text{Porez na dobit} = \text{«flat» stopa} * [\text{ukupan prihod od prodaje roba i usluga manje kupovina inputa od ostalih kompanija manje plate, penzije isplaćene zaposlenima manje investicije u fabrike i opremu}]$$

¹⁴ www.euractiv.com

¹⁵ Robert E. Hall i Alvin Rabushka, Hoover Institution. Izvor: «Critical Issues Bulletin: Flat Tax – Principles and Issues», Fraser Institute, 2001.

¹⁶ Andrei Greco, «Flat Tax – The British Case», Adam Smith Institute, London, 2004.

Politika poreske konkurentnosti na primjeru Crne Gore već daje rezultate. Sve poreske stope su snižene, širi se baza za naplatu poreza, tendencija je prenos težišta na indirektno poreze ali i dalje ostaje mnogo zadataka. Doprinosi, različite takse, carine i sve druge dažbine koje povećavaju trošak transakcije moraju biti u fokusu politike poreske konkurentnosti.

POTREBAN ALI NE I DOVOLJAN USLOV

Politika poreske konkurentnosti je potreban ali ne i dovoljan uslov. Potreban uslov za privlačenje kapitala i inicijalni impuls razvoja biznisa u jednom društvu. Ovaj potreban uslov u početnim tranzicionim vremenima privlači *risktakers* koji su na određeni način i pokretač razvoja. Investitori skloni riziku uvijek postoje. Postavlja se pitanje kako privući i *ostale* nakon početka razvoja. Politika poreske konkurentnosti nije jedino crnogorski «izum» ili mehanizam privlačenja kapitala.

Uzmimo primjer Bugarske. U ovom trenutku, u dijelu koji se odnosi na poresku konkurentnost i poreske stope, Bugarska je među atraktivnijim zemljama EU. U Bugarskoj porez na dohodak kao i porez na dobit iznosi 10%, PDV iznosi 20% i 7% (niža stopa) dok je porez na kapitalnu dobit 5% za fizička lica. U poređenju sa ostatkom EU, Bugarska ostvaruje najbolji rezultat u dijelu stope poreza na dohodak i dobit koji su najniži u uniji. Porez na kapitalnu dobit je takođe stimulativan u poređenju sa ostalim članicama dok je rezultat u dijelu koji se odnosi na PDV relativno dobar i još uvijek nije u skladu sa poreskom filozofijom Bugarske da ima najniže poreze u uniji¹⁷. Važno pitanje je kolika je «moć» Bugarske na evropskom i svjetskom tržištu. Mišljenja sam limitirana u ovom trenutku jer iako je rangirana kao 59 slobodna ekonomija svijeta prema Heritidž fondaciji¹⁸ Bugarska ima nedostataka. Najznačajnije ocjene od strane Heritidž fondacije Bugarska je dobila u dijelu fiskalne slobode (82,7 od 100) i sloboda trgovine (86 od 100). Međutim, to i jeste potreban ali ne i dovoljan uslov! Prepreku ostvarivanju dovoljnog uslova čine nedostatak zaštite svojinskih prava (30 od 100 prema Heritidž fondaciji) kao i nedostatak slobode od korupcije (40 od 100). Bugarska nije država vladavine zakona i zaštite svojinskih prava i njen sudski sistem je, prema ocjeni, Heritidž fondacije nedovoljno nezavisan i razvijen. Pored sudstva i korupcije i neefikasna birokratija prijeti «spill over» efektom na ostale segmente ekonomske slobode. Zbog toga je dalja reforma institucija neophodna jer sadašnja situacija definiše krajnje domete politike konkurencije. U kratkom roku rezultati mogu biti odlični i uz samo jedan atraktivan segment ali to zavisi i od početnog stanja. Rast FDI od 100% ima smisla samo ako se uporedi sa polaznom osnovom u odnosu na koju je porasla. Takva je situacija bila sa turizmom u Crnoj Gori. Ipak, u dugom roku je neophodna sveobuhvatna atraktivnost ambijenta kako bi politika konkurentnosti ostvarila cilj.

¹⁷ Poređenja radi, stopa poreza na dobit u Crnoj Gori iznosi 9%, poreza na dohodak 15% dok su stope PDV-a 17%, 7% i 0%. Porez na kapitalnu dobit u Crnoj Gori ne postoji.

¹⁸ Heritage Foundation, Index of Economic Freedom 2008, www.heritage.org

Nevidljiva granica dovoljnog uslova jeste neprikosnovena zaštita lične svojine! Na prelazu u kapitalizam, isto kao i pri nastanku kapitalizma, postoji svijest o bogatstvu. Sa razvojem kapitalizma rađa se svijest o zaštiti tog bogatstva. Ko je najčešći narušilac ovog principa? Mišljenja sam da je to država i njen smrtonosni monopol sile¹⁹. Znači efikasna politika institucionalne konkurentnosti je odgovor. Institucionalna konkurentnost predstavlja zaštitu svojine i prava onima koji su već tu i privlačenje po istom osnovu onih koji bi mogli doći.

Postojanje *evropskih* zakona i pokušaji njihove primjene ne znače apsolutno ništa. Kako je moguće govoriti o zaštiti lične svojine ako proces restitucije nije završen? Kako je moguće govoriti o njenoj zaštiti pri pozivima na ispitivanje moralne podobnosti vlasnika te imovine? Od strane kojih moralnih autoriteta? Da li to liči na novi poziv na nacionalizaciju dok greške prošle nisu još ni ispravljene?! To nisu karakteristike slobodnog društva o kome neki govore. Slobodno društvo je, prije svega, slobodno! I u njegovom fokusu je pojedinac! A privatna svojina je uvijek individualna zato se i zove privatnom!

Činjenica je da je proces restitucije proces ali se njegova realizacija ne dovodi u pitanje. Tek kada vlasnička prava budu u rukama onih kojima pripadaju možemo govoriti o postojanju tržišne ekonomije. Tržišni sistem je sistem dobrovoljne razmjene vlasničkih prava²⁰! Efikasna razmjena nedefinisanih vlasničkih prava je gotovo nemoguća.

Da li nešto povezuje vlasnička prava i svrhu institucija? Zakoni. I to, između ostalog, oni koji regulišu svojinske odnose! Ukoliko neki zakonski akt donijet glasovima određene političke većine utvrdi da stranci ne mogu biti vlasnici imovine u Crnoj Gori²¹ utiče na slobodu raspolaganja istom? Zaboravljaju se tri stvari. Prvo, da li je argument nepostojanja određenog rješenja dovoljan i svrsishodan?. Kriminal postoji svuda pa se teži njegovom suzbijanju. Drugo, reciprocitet znači da kupovina francuske imovine od strane crnogorskih građana omogućava kupovinu crnogorske imovine od strane francuskih građana. Zamislite situaciju u kojoj, na jednoj strani, crnogorski građani ne mogu kupiti stan u Parizu ili vinograd u Bordou dok na drugoj imate ponudu francuskog kupca za vašu nekretninu po 30% većoj cijeni od najveće «domaće» cijene. Da li vam je tada važan reciprocitet? Ili vam je stalo samo da dobijete najbolje što tržište u tom trenutku nudi? Da li vaša prodaja stana negativno utiče na vaše komšije? Možda će oni osjetiti i pozitivne eksternalije; možda će porasti kultura života, možda će naučiti francuski vremenom, možda... U svakom slučaju oni nisu na gubitku a vi ste zadovoljili svoj interes. Ali i dalje ostaje nejasno zašto je reciprocitet važan nekome u Podgorici kada se u Herceg Novom dobrovoljno prodaje nečija imovina. Posebna je osjetljivost na prodaju zemljišta.

¹⁹ Ejn Rend, «Kapitalizam kao nepoznati ideal», Global Book, Novi Sad, 2004

²⁰ Enriko Kolombato, Tržišni proces, predavanja na UDG-FMEFB, mart 2008.

²¹ Odnosi se na fizička lica uz načelo reciprociteta jer je to evropska praksa.

Poenta je da zemljište u Tivtu ni sada nije naša (crnogorska, kolektivna) već nečija konkretno. Treće, nekonzistentnost! Riječi poput integracija, Evrope, globalizacije, rasta, razvoja, tržišta, vladavine prava i slično su nam omiljene. Ipak, ili ne pratimo sopstvene misli ili ne znamo što govorimo. Vladavina prava znači zaštitu privatne svojine. Kako se privatna svojina štiti ako ograničavamo njenog vlasnika u prodaji? Određujemo mu kupca, cijenu, porez dok je njegovo *samo* da sa računa podigne novac u već propisanom iznosu. Obzirom da je tržište kapitala poznata «igra» pitam se ko je od nas spreman da akcije na primjer HLT fonda proda komšiji sa prvog sprata po recimo 40% nižoj cijeni jer komšija sa trećeg nije stekao *pravo* na kupovinu tih hartija zbog načela reciprociteta. Nije isto? Zar akcije, zemljište, nekretnine nisu isto? Zar nisu kapital? Zar nisu privatna svojina? Ako jesu a jesu, zašto dvostruki aršini onda? Zaista nije moja stvar ko je vlasnik hotela na primorju, Miško ili Michael. Osim ako ja nisam jedan od njih. I zato se to zove privatna svojina!

Onog trenutka kada institucije budu apsolutno štitile vlasnička prava, tada ćemo moći da govorimo o politici institucionalne konkurentnosti, o privlačenju i što je još važnije zadržavanju i oplodnji kapitala u Crnoj Gori. Do tada smo samo još jedna (ne)poznata država na Balkanu, istočnom ili zapadnom.

Prije svega, institucije su suvereni proizvod globalizacije i tradicije. I predmet su daljeg razvoja. Kapitalizam je jedini sistem koji je posvetio pažnju individualnoj svojini. Ipak, i u okvirima kapitalizma postoje razlike. Vrijeme preplitanja nadležnosti i modela, kultura i tradicija, traži i različitost kao osnovu za bogatstvo. Kada nafta ne bi bila jedinstvena i oskudna onda ne bi bilo njene vrijednosti. Isto je i sa institucijama.

UMJESTO ZAKLJUČKA

Da li je institucionalna suverenost moguća u sistemu koji se zove EU? Da li je Evropska unija primjer (ne)suverenosti? Da li ona predstavlja pravi primjer fiskalnog i institucionalnog imperijalizma?²² Da li skorašnja afera sa mitom u Lihtenštajnu to ne potvrđuje? Njemački zvaničnici su mitom pokušali da od službenika LGT grupe dobiju poreske podatke o građanima Njemačke koji imaju račune u ovoj malo zemlji. Zar «Hladni rat» nije završen? Čini se da je dobio nove obrise i nove igrače. Mito od strane zvaničnika jedne evropske zemlje. Evropske vrijednosti ili autogol? Konačno, stalno ponavljanje problema korupcije u Crnoj Gori dobija nove dimenzije. Davno sam čuo da «čovjek u drugome vidi ono što je u njemu samom». Vjerovatno su i Njemci i EU čuli to pa nas stalno pritiskaju. Nesporno je da ima korupcije koja povećava prostor za barijere i dodatne transakcione troškove. Korupcija je (i) ekonomski problem i problem institucija. Ali to moraju riješiti institucije, suverenost a ne «one size fits all» model. Institucije Lihtenštajna su potvrdile svoju svrhu i istraju u odbrani svog koncepta uprkos tome što se

²² Tanja Stumberger, «Germany's pursuit of fiscal imperialism», Tribunal No. 23, Free Society Institute, 2008.

to ne dopada Njemačkoj i EU. Možemo li i mi to? Ili nam je opet B bliže od Podgorice? Dok god to budu Brisel ili Beograd a ne Bogatstvo nismo na pravom putu.

Ekonomska sloboda i snažne suverene institucije su najefikasniji način rješavanja problema korupcije i svih ostalih biznis barijera odnosno zaštite lične svojine i daljeg razvoja. Svaka biznis barijera uključujući i mito su napad na ličnu svojinu. Stvarajući slobodno društvo nezavisno od «funktionalne pameti²³» stvaramo društvo slobodnih pojedinaca koji imaju jednake šanse za uspjeh sa aspekta društvenih uslova. Ipak, efikasnost je lična kategorija i zato se rezultati razlikuju. Ideja institucionalne suverenosti služi kreiranju jednakih «ulaznih» mogućnosti dok performanse i rezultate ostavlja onima koji njima teže. I svrha suverenih institucija jeste da osigura jednake početne uslove i da zaštititi rezultat efikasnijih!

Literatura:

1. Bruce Bartlett, NCPA Senior Fellow, «Benefits of the Flat Tax», National Centre for Policy Analysis
2. Katinka Barysch, «Is Tax Competition Bad», CER Bulletin, Issue 37, August-September 2004.
3. «Taxation in Globalised Economy», Liberal Agenda 2000 Seminar, Prague, September 2005.
4. «Critical Issues Bulletin: Flat Tax – Principles and Issues», Fraser Institute, 2001
5. Jean-Philippe Delsol, «The Advantages of Tax Competition in Europe - The argument for Tax Equity and Efficiency»
6. Stephane Garelli, «Taxes and Competitiveness – Is there any link? – World Competitiveness Yearbook 2005, International Institute for Management Development (IMD), May 2005.
7. Andrei Grecu, «Flat Tax – The British Case», Adam Smith Institute, London, 2004.
8. «Funky business – kapital igra kako talenat svira», Jonas Riderstralle, Kjell Nordstrom, Plato, Beograd, 2004.
9. Veselin Vukotić, „Ekonomska kultura i konkurentnost“, Preduzetnička ekonomija Vol. X, decembar 2005.
10. Veselin Vukotić, «Konceptualne osnove novog ekonomskog sistema u Crnoj Gori», ISSP, 2005.
11. Veselin Vukotić, «Makroekonomski računi i modeli», CID, Podgorica, 2001
12. Ejn Rend, «Kapitalizam nepoznati ideal», Global Book, Novi Sad, 1994
13. Enriko Kolombato, Tržišni proces, predavanja na UDG-FMEFB, mart 2008.
14. Ivan Jovetić, Poreska politika kao konkurentska prednost države, MONET, Vol.25, 2007.

www.euractiv.com

www.worldwide-tax.com

www.heritage.org

²³ Profesor Boško Gluščević

Bojana Bošković*
Biljana Doderović**

Izazovi politike obrazovanja, istraživanja i razvoja u svjetlu dostizanja ekonomskih kriterijuma iz Kopenhagena

Abstract

This paper discusses education and research and development within the context of achieving Copenhagen criteria concerning country's ability to fight along with competitive pressures of EU? It is evident that fulfillment of this "subcriteria" stipulates attainment of all others and it significantly affects country competitiveness. Individual competitive to its knowledge and abilities is exactly the fundament for the achievement of all other standards set by other Copenhagen economic criteria – increase of small and medium size enterprises, establishment of appropriate legislative regulations which will protect property rights, stimulate growth of SME's sector, trade cooperation, inflow of FDI and outmost the achievement of macroeconomic stability of the country.

Key words: *economic criteria, education, research and development (R&D), society of knowledge*

1. Crna Gora u procesu pridruživanja EU – Ekonomski kriterijumi iz Kopenhagena

Crna Gora je nakon potpisivanja Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, intenzivirala završne aktivnosti na izradi Nacionalnog programa za integraciju (NPI)¹, dokumenta koji će prvenstveno imati za cilj da da pregled obaveza usklađivanja crnogorskog zakonodavstva sa zakonodavstvom EU. Obaveza izrade ovakvog dokumenta definisana je članom 72 Sporazuma, kojim je takođe definisana i obaveza Crne Gore za sačinjavanje posebnog programa za sprovođenje SSP-a. U tom smislu, NPI predstavlja plan implementacije SSP i istovremeno obuhvata nacionalni plan za usvajanje evropskog prava².

Najveći dio ovog dokumenta posvećen je ispunjenju kriterijuma iz Kopenhagena koji obuhvataju sljedeće: 1) stabilnost institucija koje osiguravaju demokartiju, pravnu državu, poštovanje ljudskih prava i manjina (tzv. politički kriterijumi), (2) postojanje efikasnog tržišnog privređivanja i sposobnost preduzeća da izdrže tržišni pritisak snaga u Uniji (tzv. ekonomski kriterijumi) i (3) sposobnost preuzimanja obaveza koje proizilaze iz članstva

* Ministarstvo finansija Vlade Crne Gore, Podgorica

** Agencija za nadzor osiguranja, Podgorica

¹ Trenutno se Nacrt ovog dokumenta nalazi na javnoj raspravi.

² Acquis Communautaire

uključujući sprovođenje ciljeva političke, ekonomske i monetarne unije (tzv. administrativni kriterijumi).

Dakle, ukoliko zemlja želi da postane članica Evropske unije, dužna je da, između ostalog, ispunjava uslove zadate, tzv. Ekonomskim kriterijumima iz Kopenhagena. Dokument kojim su uspostavljeni pomenuti kriterijumi je usvojen na samitu Evropskog savjeta u Kopenhagenu, juna 1993. godine³ sadrži tri grupe kriterijuma na osnovu kojih se ocjenjuje zrelost zemlje - aspiranta da postane članica EU.

2. Obrazovni standardi u Evropskoj uniji

Drugim ekonomskim kriterijumom iz Kopenhagena, između ostalog, da bi zemlja bila sposobna da odgovori konkurenciji iz EU, očekuje se i da posjeduje *tzv. dovoljnu količinu, ljudskog kapitala uključujući obrazovanje i istraživanje i razvoj i buduće aktivnosti u ovoj oblasti.*

U Evropskoj uniji obrazovanje je u nadležnostima država članica, dok EU ima više ulogu da podrži napore zemalja za unaprijeđenjem ove oblasti. Naime, član 149 Ugovora iz Amsterdama kaže da Zajednica treba da doprinese razvoju kvalitetnog obrazovanja podstičući saradnju između država članica, kroz promovisanje mobilnosti stanovništva, organizovanje zajedničkih studijskih programa, uspostavljanja mreža, razmjene informacija, odnosno učenja jezika Evropske unije. Ugovor, takođe, sadrži obavezu promovisanja cjeloživotnog učenja za sve građane Unije.

Može se reći da su pitanja politike obrazovanja u Evropskoj unije postala aktuelna poslije Lisabonskog samita u martu 2000. godine, kada je od ministara obrazovanja država članica zahtijevano da, se identifikuju problemi i konkretizuju ciljevi koji će dovesti do unaprijeđenja obrazovnog sistema. U principu Unija od država članica očekuje da unaprijede svoje obrazovne sisteme u dva osnovna pravca: kroz proces uspostavljanja *targeta* koje zemlje treba da dostignu i kroz stimulisanje diskusija na teme od zajedničkog interesa.

U cilju unaprijeđenja obrazovnih sistema zemalja uspostavljeno je pet polaznih tačaka – *benchmarka* koje zemlje, shodno Lisabonskoj agendi treba da postignu. U tom smislu od zemlja se očekuje da do 2010. godine, u odnosu na 2000. godinu, postignu sljedeće:

- *da učešće učenika koji su odustali od srednjeg obrazovanja ne prelazi više od 10% od ukupnog broja* - Trenutno u EU jedna od šest mladih osoba životne dobi

³ Do 1993. godine nisu postojali eksplicitni kriterijumi koje bi zemlja trebala ispuniti da bi pristupila Evropskoj uniji. Međutim, mnogobrojni zahtjevi za članstvo, uglavnom bivših komunističkih zemalja su podstakli zemlje članice da '93 godine u Kopenhagenu nešto detaljnije definišu kriterijume za članstvo u Uniji. Istovremeno, razlozi za uspostavljanje ovakve vrste kriterijuma ležali su pored velikog broja zemalja kandidata, u različitim ekonomskim i političkim sistemima zemalja kandidata, kao i u zemaljama koje su bile na veoma niskom nivou ekonomskog razvoja od evropskog prosijeka.

između 18 – 24 napušta srednje obrazovanje i ostaje na nivou osnovnog obrazovanja i ne participira u bilo kom drugom obliku obrazovanja ili treninga. Pored ove činjenice, posljednih godina je ostvaren napredak u redukovanju ovog procenta, te su neke članice dostigle *benchmark* od 10% ili čak niži nivo.

- *da učešće svršenih srednjoškolaca u ukupnom broju upisanih treba da bude minimum 85%* - Podaci pokazuju da je udio mladih ljudi, na nivou Unije, koji završavaju srednje obrazovanje niži od 80% od ukupno upisanih, što predstavlja neznatan napredak u odnosu na 2000. godinu. Svakako, neke članice su postigle značajan progres u prethodnim godinama, sa procentom od preko 85% svršenih srednjoškolaca.
- *da broj diplomiranih studenata u oblasti matematike, nauke i tehnologije poraste za najmanje 15% u odnosu na 2000. godinu, kao i da proporcija osoba ženskog pola u okviru ovog broja poraste⁴* – Na nivou unije ovaj broj je porastao za preko 25%, što znači da je već dostigla ovaj cilj i prije 2010. godine. S druge strane, ograničen je napredak u dijelu uspostavljanja balansa po polovima diplomiranih studenata. Dok Slovačka, Portugal, Poljska i Italija pokazuju značajan rast broja diplomiranih studenata (od 70% do skoro 100%), Bugarska, Estonija, Grčka i Rumunija pokazuju značajnije rezultate po pitanju balansa po polovima.
- *da učešće petnaestogodišnjaka koji imaju slabe rezultate u čitanju, matematici i nauci ne bude veće od 17% u ukupnom broju učenika* - Trenutno od 5 miliona učenika u EU, milion petnaestogodišnjaka pokazuje loše sposobnosti čitanja. Činjenica je da je broj ovakvih učenika u periodu 2000 – 2006 opao (Finska, Poljska i Njemačka), dok je na nivou EU ovaj procenat porastao sa 21,3% na 24,1%. Po ovom pitanju Finska pokazuje najbolje rezultate sa 5%, a prate je Irska i Estonija.
- *učesće populacije od 25 -64 godine u cjeloživotnom učenju ne treba da bude manje od 12,5% na godišnjem nivou*- Procenat radno aktivnog stanovništva uključen u obrazovane procese iznosio je 9,6% u 2006. godini, na nivou EU. Nordijske zemlje, Velika Britanija i Holandija trenutno ostvaruju najbolje rezultate u ovoj oblasti. Ostale članice treba da učine dodatne napore da bi dostigle postavljeni *benchmark* od 12,5% do 2010. godine.

Pored prethodno predstavljenih pet *benchmarka* Savjet Evrope je utvrdio još dva dodatna konkretna cilja, koja trebaju biti ostvarena do 2010. godine:

(1) *povećanje investicija u obrazovanje* – u periodu od 2000 – 2003. godine procentualno učešće javnih izdataka za obrazovanje u BDP-u je značajno poraslo u državama

⁴ U 2006. godini 23% radno aktivnog stanovništva u EU je imalo visoku stručnu spremu, što predstavlja povećanje od 3 procentna poena u odnosu na 2000. godinu. U Finskoj, Danskoj i Estoniji više od 30% stanovništva je visoko obrazovano, dok neke zemlje EU i dalje ostvaruju učešće ispod 15%. Međutim, u nekim od zemalja koje su ostvarivale skromne rezultate u ovoj oblasti, broj upisanih na fakultete je značajno porastao prethodnih nekoliko godina.

članicama. Međutim, u 2004. godini je ovaj trend rasta zaustavljen i ostvaren neznatan pad u odnosu na prethodnu godinu, dok su mjereni aposlutnim iznosima javni izdaci u obrazovanje rasli. Nivo privatnih investicija u obrazovanje, na nivou EU je bio skroman u odnosu na vodeće zemlje svijeta, posebno u oblasti visokog obrazovanja. U 2006. godini najznačajnije rezultate po ovom pitanju su postigle Danska i Švedska sa 8,47% odnosno 7,35% BDP-a javnih investicija u obrazovanje⁵.

(2) *povećanje upisa djece u predškolske ustanove, koji podrazumijava da 90% djece od tri godine, do početka osnovnog obrazovanja, treba biti upisano u pretškolske ustanove.* – Opredjeljenje za uvođenje ovog dodatnog cilja proisteklo je iz rezultata istraživanja koji su pokazali da boravak djece u pretškolskim ustanovama omogućava postizanje boljih rezultata tokom osnovnog školovanja. U 2005. godini, 86% četvorogodišnjaka je bilo upisano u pretškolske ustanove. U periodu između 2000 – 2005. godine upis četvorogodišnjaka u predškolske ustanove je porastao za 3 procentna poena. U Francuskoj, Belgiji, Italiji i Španiji skoro svi četvorogodišnjaci pohađaju pretškolske ustanove.

Takođe, Savjet je utvrdio i način praćenja i monitoringa ostvarenog napretka u oblasti obrazovanja od 2000. godine, koji se zasniva na analiziranju pet *benchmarka* i 16 bazičnih indikatora⁶ (u zavisnosti od dostupnosti podataka). U tom smislu, Evropska Komisija, počev od 2004. godine publikuje Izvještaje o napretku u ovoj oblasti.

Prethodno navedeno se postavlja kao izazov i pred Crnu Goru, posebno nakon potpisivanja Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, čime se intenzivirao politički dijalog između Crne Gore i EU. Takođe, od Crne Gore se u ovom trenutku očekuje da Nacionalnim programom integracija, kao planom implementacije SSP-a i planom za usvajanje evropskog zakonodavstva, posveti ovom segmentu ekonomskih kriterijuma posebnu pažnju. Dakle, pored ocjene postojećeg stanja u ovoj oblasti Crna Gora će morati da predoči mehanizme i politike koji će u oblasti ljudskih resursa, obrazovanja i istraživanja i razvoja biti implementirani u cilju unaprjeđivanja ove oblasti, te njenog pripremanja za tržišnu utakmicu u EU.

⁵ EU prosjek za 2006. godinu je 5,09%

⁶ 1) Učešće u pretškolskom obrazovanju, 2) Obrazovanje sa posebnim potrebama, 3) Odustajanje od školovanja, 4) Pisemnost, osnovna obrazovanja u matematici i nauci, 5) jezičke vještine, 6) ICT vještine, 7) građanske vještine, 8) Učenje kako steći vještine, 9) Nivo mladih ljudi sa višim srednjim obrazovanjem, 10) Profesionalni razvoj učitelja i trenera, 11) Nivo diplomiranih sa visokim obrazovanjem, 12) Mobilnost studeata među državama u oblasti visokog obrazovanja, 13) Učešće odraslih u cjeloživotnom učenju, 14) Vještine odraslih, 15) Dostignuća populacije u obrazovanju, 16) Investicije u obrazovanje i trening

3. Obrazovanje i istraživanje i razvoj u Crnoj Gori - trenutno stanje

Kakvo je stanje u oblasti obrazovanja u Crnoj Gori? Sprovedena je reforma u smislu uvodjenja sistema rada shodno principima Bolonjske deklaracije, postoje srednjoročni razvojni dokumenti⁷, kojima se država opredijelila za pravce djelovanja u budućnosti, realizovani su određeni infrastrukturni projekti u smislu rekonstrukcije školskih objekata, došlo je do upliva privatnog kapitala u ovu oblast, međutim i dalje država dominira u vlasništvu ovim sektorom.

S obzirom da je država „većinski vlasnik” u ovom sektoru, nameće se pitanje kako se upravlja finansijama u ovoj oblasti, tj. koliko država troši, odnosno ulaže u obrazovanje i kakva je struktura tih troškova.

Ukupni javni izdaci za obrazovanje su organizovani kroz četiri potrošačke jedinice: Ministarstvo prosvjete i nauke, Zavod za školstvo, Ispitni centar i Univerzitet Crne Gore. Podaci u narednoj tabeli obuhvataju prethodne tri godine, dakle period od 2006 – 2008⁸. godine

Tabela 1: Pregled izdataka za obrazovanje u periodu 2006 – 2008. godina, mil €

	Bruto zarade (1)	Kapitalni izdaci (2)	Ukupni izdaci (3)	BDP (4)	Ukupna javna potrošnja (5)	1/3	2/3	(3)/4	(3)/5
2006	60,386	1,569	78,167 (89,667)	2.148,9	861,896	77,25	2,0	4,17	10,4
2007	74,310	6,209	102,204 (115,244)	2.449,7	1.161,4	72,7	6,08	4,7	9,92
2008	91,115	9,604	122,886 (139,186)	2.719,2	1.090,6	74,15	7,8	5,12	12,76

Izvor: Ministarstvo finansija Crne Gore⁹

Na osnovu podataka datih prethodnom tabelom može se konstatovati da su u posljednje tri godine prosječni izdaci za obrazovanje u Crnoj Gori neznatno ispod prosjeka na nivou EU što iznosi 5.09% BDP. Što se tiče strukture izdataka evidentno je da prosječno dvije trećine izdataka namijenjeno za zarade zaposlenih, dok se svega od 2 -7% izdvaja za kapitalne izdatke. Uočljivo je da su se kapitalni izdaci u 2007. godini u odnosu na 2006. godinu utrostručili. Jedan od razloga za ovakvo povećanje je i uvođenje Kapitalnog

⁷ Knjiga promjena (2001), Strateški plan reforme obrazovanja za period 2002 – 2004 (2003), MEIS – Glavni projekat informacionog sistema obrazovanja RCG (2004), Strateški plan reforme obrazovanja za period 2005 – 2009 (2007)

⁸ Za 2008. godinu podaci su dati u vidu projekcija

⁹ Metodološka napomena: S obzirom da se za potrošačku jedinicu Univerzitet Crne Gore postoji samo podatak o ukupnim izdacima, a ne i njihova struktura, poređenje učešća bruto zarada i kapitalnih izdataka u ukupnim izdacima za obrazovanje neće obuhvatati ovu potrošačku jedinicu. Kod podataka o ukupnim izdacima za obrazovanje cifre u zgradama uključuju i potrošačku jedinicu Univerzitet Crne Gore.

budžeta, iz koga se, pored kapitalnih izdvajanja iz tekućeg budžeta za određenu oblast, opredjeljuju i sredstva za konkretne infrastrukturne projekte. Treba napomenuti da se kapitalni izdaci za obrazovanje najvećim dijelom koriste za izgradnju novih i rekonstrukciju postojećih školskih objekata. Takođe, procentualno učešće zarada se u 2007. godini smanjilo u odnosu na 2006. da bi u 2008. godini opet došlo do povećanja, koje možemo objasniti povećavanjem zarada u javnom sektoru do koga je došlo na početku 2008. godine.

Prezentirani podaci uglavnom „ostavljaju utisak” visokog učešća izdataka za plate u ukupnim izdacima za obrazovanje. Što, imajući u vidu prosječni platu u sektoru obrazovanja¹⁰ implicira na veliki broj zaposlenih u ovoj oblasti. Prema raspoloživim podacima MONSTAT-a u 2004. godinu u sektoru obrazovanja bilo je zaposleno 13098 lica, u 2005. godini broj se smanjio na 12974, dok je u 2006. godini stagnirao na 12846 zaposlenih. Na ovu činjenicu ukazao je i dokument Svjetske banke Republika Crna Gora: Pregled javne potrošnje i investicija, gdje je, pored toga što je sektor obrazovanja prepoznat kao izvor fiskalnih pritisaka, uočeno sljedeće:

»Od ukupnih stalnih rashoda za opšte obrazovanje u 2004, 82,3% potrošeno je za plate, ostavivši svega 17,7% za ukupne stalne rashode za druge stavke koje se ne odnose na zaposlene u sektoru, a u koje spadaju ne samo materijali koji se koriste u učionici i sredstva za usavršavanje nastavnog kadra, već i komunalije. Prosjek za zemlje OECD, kad je u pitanju udio troškova koji se ne odnose na zaposlene u ukupnoj potrošnji koja se stalno ponavlja, je 25,6%. Pažljiviji pogled na fiskalnu strukturu u sektoru opet pokazuje da je Vlada suočena sa očiglednim izborom između nekontrolisanog porasta plata i troškova zaposlenih, s jedne strane, i potrošnje na ostale stavke koje ne uključuju zaposlene, a koje se odnose na reforme i poboljšanje kvaliteta uopšte, s druge strane. Ovaj izbor je naročito izražen u godinama 2006-2008.«

Dakle, na osnovu prethodno izloženog može se zaključiti da se situacija od 2004. do 2008. godine nije značajnije promijenila¹¹. Pomenutim dokumentom su državi date preporuke kako da zaustavi fiskalne pritiske u sektoru obrazovanja, koje su se ogledale u (1) smanjenju broja zaposlenih, (2) smanjenju zarada zaposlenih, (3) usporavanju reformi ili (4) racionalizaciji školske mreže. Posljednje mjera, bi u krajnjem vodila istom rezultatu kao i prva. Čini se, da bi prva mjera možda dala i najbolje rezultate. Ako imamo u vidu da su ukupni javni izdaci za obrazovanje u Crnoj Gori neznatno ispod EU prosjeka, znači da u ovom trenutku ne može očekivati značajnije povećanje. Generalno, promjena njihove strukture rezultirala bi, prvo, većom motivisanošću prosvjetnih radnika, kao rezultat povećanja nadoknada, dok bi, s druge strane, ostalo više prostora za kapitalne projekte i ulaganja u unaprjeđenje obrazovnog sistema. Treba istaći da EU prosjek potrošnje za obrazovanje ne treba prihvatati kao standard za Crnu Goru, jer koliko će zemlja trošiti na obrazovanje zavisi samo od njenih potreba i njenih strateških opredjeljenja.

¹⁰ U 2004. godini – 228,82€, u 2005. godini – 234,75€ u 2006. godini – 250 €, u 2007. godini – 295 €, bez poreza i doprinosa

¹¹ Osim značajnijih kapitalnih izdataka

Gdje se nalazi Crna Gora u odnosu na ispunjenost kopenhagenskih kriterijuma u oblasti obrazovanja, tj. benchmarka postavljenih kao standard na nivou EU? Može se reći da je u bazičnim strateškim i srednjoročnim razvojnim dokumentima¹² u ovoj oblasti proklamovana direktna ili indirektna posvećenost Crne Gore Lisabonskim i drugim evropskim standardima u ovoj oblasti. Tako da, shodno pomenutim dokumentima, reforma obrazovanja u Crnoj Gori temelji se na osnovnim principima koji uključuju: decentralizaciju sistema, pružanje jednakih mogućnosti, izbor u skladu sa individualnim mogućnostima i interesovanjima, primjenu sistema obazbjeđivanja kvaliteta, razvoj ljudskih resursa, cjeloživotno učenje, fleksibilnost, prohodnost i postupnost uvođenja promjena. Kada je riječ o reformi obrazovanja u cilju razvoja ljudskog kapitala definisani su osnovni zadaci koji se odnose na: (1) povećanje ukupnog obrazovnog nivoa stanovništva (uz povećanje broja osoba sa stečenim visokim obrazovanjem); (2) uspostavljanje nacionalnog okvira kvalifikacija usaglašenog sa preporukama Evropskog kvalifikacionog okvira (3) obezbjeđivanje preduslova za primjenu principa cjeloživotnog učenja, uz poseban naglasak na obrazovanje i obuku odraslih; (4) primjenu modela objezbjeđivanja kvaliteta u obrazovanju; (5) izmjene obrazovnih programa, koje će licima omogućiti sticanje ključnih kompetencija; (6) dalji razvoj nauke, istraživanja i tehnologije; (7) unaprijeđenje obrazovanja lica sa posebnim potrebama. Dakle, jasno je da, teorijski, navedeneni ciljevi su u skladu sa trendovima postavljenim Lisabonskom agendom, koji su pomenuti u drugom dijelu ovog teksta. Međutim, prema saznanjima autora ovog rada kvantitativni podaci o pet benchmarka i 16 bazičnih indikatora koji se koriste u EU, za Crnu Goru ne postoje, tj. i ako postoje ne publikuju se u formi koja bi na jednom mjestu dala odgovore na ova pitanja.

Kakvo je stanje u oblasti istraživanja i razvoja u Crnoj Gori? Evidentno je da, i u ovom domenu, postoji visok stepen saglasnosti i volje (na papiru) za realizaciju svega predviđenog Lisabonskom strategijom. Međutim, konkretno stvari funkcionišu ovako-podaci ne postoje, i ako postoje, metodologija je zastarjela tako da nisu uporedivi¹³. Okvirno se procjenjuje da su izdavanja države za R&D na nivou od oko 0.3% BDP-a. Pored resornog ministarstva, za ovu oblast je nadležan i Savjet za naučno istraživačku djelatnost. Naučno istraživački rad se organizuje u okviru univerziteta, CANU, raznih zavoda i instituta. Dokument, tj. Strategija razvoja naučno istraživačke djelatnosti u Crnoj Gori, koji treba da definiše dalje pravce u ovoj oblasti u skladu sa Lisabonskom agendom je još uvijek u fazi izrade. Ono što je u nekim Vladinim dokumentima potencirano kao glavna manjkavost i problem u ovoj oblasti je: nizak nivo finansiranja naučno-istraživačke djelatnosti od strane države; nepostojanje razvojnih programa države u koje bi se

¹² Vidjeti u fusnoti 5

¹³ Za adekvatne statističke podatke neophodno je da se statistika prati po Frascatijevoj metodologiji čime bi se dobili uporedivi podaci na evropskom nivou za tzv. ERA indikatore (ukupan broj visokokvalifikovanih ljudi, njihov odnos prema ukupnoj radnoj snazi, procenat HRST-a (Human Resources in Science and Technology) po obrazovanju i zaposlenju u ukupnoj radnoj snazi, stopa nezaposlenosti HRST-a u odnosu na ne-HRST)

intenzivnije uključivale domaće naučno-istraživačke institucije; nakon privatizacije preduzeća u Crnoj Gori još uvijek se ne uočava interes novih vlasnika da reaktiviraju nekadašnje istraživačko-razvojne institute ili osnuju nove razvojne centre; loša pozicija naučnika u društvu što vodi opadanju interesovanja mladih ljudi za bavljenje naukom; nedovoljni ljudski resursi za bavljenje naukom; loša veza između istraživača koji su većinom u akademskom sektoru i privrede, nizak intenzitet mobilnosti istraživača; nepostojanje struktura za podsticanje inovacija. Uopšte može se zaključiti da je proces reforme istraživanja i razvoja na samim počecima u Crnoj Gori.

U zemljama Zapadnog Balkana je slična situacija u oblasti istraživanja i razvoja kao i u Crnoj Gori, sa izuzetkom Hrvatske, koja je ulaganje u nauku i tehnologiju definisala kao svoj strateški prioritet i uspostavila srednjoročne ciljeve za ovaj sektor. Hrvatski naučnici već učesvuju u pojedinim naučno istraživačkim programima koji se organizuju na nivou EU. U Albaniji je u 2006. godini upostavljena institucionalna i zakonodavna osnova za ovu oblast, dok su izdvajanja za istraživanje i razvoj još uvijek simbolična, iako su se budžetom za 2007. godinu uvećala za 35% u odnosu na 2006. godinu. U Bosni i Hercegovini ne postoji Ministarstvo za nauku i tehnologiju na državnom nivou, kao ni nacionalno zakonodavstvo i politika u ovoj oblasti. Javni izdaci su na veoma niskom nivou od oko 0.05 – 0.15% BDP-a. Makedonija, takođe, veoma malo izdvaja za ovu oblast, vjerovatno, zbog ekonomskih uslova u posljednjih nekoliko godina, što je dovelo i do smanjenja broja aktivnih naučnika u zemlji. Svakako, zakonodavni i institucionalni okvir za ovu oblast postoji, te Ministarstvo obrazovanja i nauke promoviše integrisani pristup ka istraživačkim aktivnostima, sa akcentom na regionalnoj i međunarodnoj saradnji, saradnji između univerziteta i privatnog sektora. Srbija je od 2000. godine pa do 2005. povećala ulaganja u ovu oblast od 0.10% BDP-a na 0.40%. Takođe, usvojeni su srednjoročni programi kojima su identifikovane ciljevi koji se odnose na oblasti istraživanja od nacionalnog značaja.¹⁴

4. Izazovi na stvaranju konkurentnog sistema obrazovanja u Crnoj Gori

Na koji način se Crna Gora može boriti sa konkurentskim pritiscima EU u oblasti obrazovanja i istraživanja i razvoja? Teorijski, Crna Gora je iskazala svoju posvećenost da prihvati trenutne evropske standarde¹⁵ i opredijelila tok reforme nauke i obrazovanja u tom pravcu, što se dalo zaključiti na osnovu prethodna dva paragrafa. Međutim, teba se zapitati šta bi za Crnu Goru značilo, recimo, dostizanje ovakvih i sličnih kriterijuma koje je EU postavila svojim članicama? U tom smislu treba imati u vidu ocjenu postavljenu posljednjim Izvještajem o napretku dostizanja Lisabonskih ciljeva do 2010. godine u oblasti obrazovanja, gdje se kaže da će ovi ciljevi ostati izazov za EU čak i poslije 2010. godine. To, apsolutno, ne mora da znači da su ovi ciljevi ambiciozno postavljeni,

¹⁴ "Western Balkans: Surmounting the obstacles – country by country" Philip Hunt, The Science Business

¹⁵ Ovim radom se ne ulazi u dalja razmatranja kvaliteta i opravdanosti postojećih evropskih standarda u oblasti obrazovanja

jednostavno zavisi koje su to politike postavljene kao razvojni prioriteti u svakoj od zemalja. Isto tako, jasno je da postoje značajne razlike u razvoju među državama članicama (da nije tako ne bi postojali strukturni fondovi) tako da ako posmatramo rezultate na prosječnom nivou, možda i nije iznenađujuća ocjena posljednjeg Izvještaja o napretku u EU u oblasti obrazovanja. U principu poenta gore postavljenog pitanja je da nijedna reforma ne bi trebalo da se odvija u pravcu pukog dostizanja brojke, da bi se moglo reći da smo „uskađeni“ sa nečim. Jednostavno treba pronaći svoju nišu, nešto čime ćemo se razlikovati od ostalih. Dakle, treba insistirati na različitosti, a ne na prosjeku. Ovo pogotovo u slučajevima malih, otvorenih ekonomija kao što je Crna Gora. Promjene načina organizacije nekog posla (što u ovom slučaju predstavljaju lisabonski standardi), bez promjene načina razmišljanja ne donose novostvorenu vrijednost. Bez obzira što crnogorski studenti, kao i oni u EU na pr. „skupljaju kredite“ polažući ispite i kolokvijume i radeći domaće radove, ukoliko profesori predaju i ispituju na stari način, onda se, u suštini promjena nije ni desila.

Jedna od promjena koja se u posljednjih nekoliko godina dogodila na tržištu obrazovanja u Crnoj Gori je i pojava privatnih univerziteta. Ova pojava se može smatrati trenutkom kada je neko na promijenjena pravila igre, reagovao promjenom organizacije rada i načina razmišljanja. Vjerujući da Crna Gora može da se razvije kao društvo znanja, ova se pojava može, između ostalog, tumačiti i na način da je neko svoju biznis ideju o pokretanju privatnog biznisa u obrazovanju odličio da realizuje u Crnoj Gori, što znači da je prepoznato postojanje tržišta. Državni univerzitet i dalje drži primat po broju upisanih studentata, ali treba imati u vidu da je privatno obrazovanje nova pojava u Crnoj Gori, kao i da nije zastupljeno u svim oblastima obrazovanja. Isto tako, ne treba zaboraviti „finansijski momenat“ i činjenicu da se školovanje na privatnim univerzitetima plaća, dok na državnim univerzitetima to (ni)je slučaj, te da i državne univerzitete indirektno (kroz poreze) finansiraju roditelji studenata privatnih fakulteta, tako da, materijalna situacija studenata opredjeljuje izbor studija.

Jasno je da privatni biznis daje bolje rezultate određenog posla, nego kada to radi država. Tako da se ovo može primijeniti i na privatno obrazovanje. U privatnom obrazovanju studenti se javljaju u ulozi finansijera i kupca usluga obrazovanja, te u tom smislu utiču na način rada i organizovanja u školama. Istovremeno, se povećava i stepen odgovornosti i profesora prema studentima i obrnuto. Zarada profesora zavisi od broja studentata i stepena njihovog zadovoljstva uslugom koju profesori pružaju, dok s druge strane, studenti imaju odgovornost prema sebi samima i svom novcu koji su uložili u studije, te imaju dodatni motiv da ih u što kraćem roku i na što kvalitetnijem nivou znanja okončaju. Posmatrajući na ovakav način i imajući u vidu trenutnu situaciju na tržištu obrazovanja u Crnoj Gori, možemo reći da su privatni univerziteti u prilici da stvore kvalitetniji kadar. Međutim, bilo kakav zaključak treba ostaviti tržištu, koje je, kao i uvijek „najstrožiji studija“.

U skladu sa prethodnim, privatno obrazovanje se u ovom trenutku može posmatrati kao niša, odnosno kao sredstvo pomoću koga Crna Gora može povećati svoju konkurentsku snagu u EU. Svakako, ovim se ne potcjenjuje uloga obrazovanja koje je u nadležnosti države, već se samo insistira na kvalitetnom rezultatu i traženju načina kako taj rezultati što brže postići. U principu, u tekstu je konstatovano da su javni izdaci u oblasti obrazovanja značajni, međutim pitanje njihove strukture zahtijeva posebnu pažnju. Ukoliko oko 75% tih izdataka svake godine odlazi na zarade zaposlenih, a ukoliko je samo oko 5% crnogorskog stanovništva visoko obrazovano i ukoliko se državnim programskim dokumentima, kao jedan od problema u reformama navodi nedostatak administrativnih kapaciteta, onda sve to ukazuje na jedan obrazovni sistem sa visokim ulaganjima, a niskim nivoom efikasnosti. U tom smislu ono što država može u ovom trenutku da uradi je prekompozicija postojećih izdataka za obrazovanje, kako bi se sredstva usmjerila u produktivnije projekte¹⁶. Ovo svakako, znači da bi jedan broj prosvjetnih radnika ostao bez zaposlenja. Međutim, činjenica da ne postoji doživotno zaposlenje će nužno dovesti i do povećanja konkurencije kod nastavnog kadra, što će povećati kvalitet usluge koju studentima pružaju, te će na kraju pojedinac okončati svoje školovanje sa znanjem na višem nivou.

Generalno, jasno je da Crna Gora može da postane zemlja, koja će pored najkonkurentijeg poreskog sistema, imati veoma konkurentan „ljudski kapital“ koji će da prodaje i koji će doprinijeti njenom privrednom rastu. Da bi ovo postalo stvarnost, a ne samo ambiciozan cilj i da bi imali obrazovni sistem koji će pružati visokokvalitetne usluge, onda treba da se okonča započeta tranzicija, odnosno reforma sistema vrijednosti svakog pojedinca u Crnoj Gori. Dakle, još od bazičnog stepena obrazovanja (preškolskih ustanova) insistirati na stvaranju sistema vrijednosti, gdje će svaki pojedinac biti svjestan da „uči da bi radio“, a ne suprotno, da se učenje ne završava sa dobijanjem diplome, već upravo tada ono najvažnije počinje, da se znanje prodaje i to po prilično visokoj cijeni, da znanje stvara novu vrijednost, da je to jedini resurs koji nije oskudan i ograničen, da je znanje jedina svojina koji nam niko sa strane ne može otuđiti ili uništiti. Isto tako, treba imati u vidu da je znanje u uslovima globalizacije ima veoma kratak rok trajanja, tako da treba konstantno insistirati na novim vrstama znanja. Takođe, treba insistirati na razbijanju predrasude da zemlja mora biti bogata da bi mogla da stvori visokokvalitetan kadar. Ovo se obično pominje u kontekstu mogućnosti finansiranja raznih vrsta istraživanja. Međutim, pitamo li se, ako je recimo Velika Britanija finansirala određen istraživački projekat koji rezultirao novim otkrićem, odakle je bio naučnik - da nije, možda iz Indije. Tako da ne treba zemlja da bude bogata da bi imala visokokvalitetan kadar, već da učini napor da stvori takav kadar da bi bila bogata.

Svakako, pored promjene sistema vrijednosti i načina razmišljanja pojedinica uvijek je značajno pitanje stvaranja ambijenta za razvoj ove oblasti, u smilu adekvatne regulacije

¹⁶ Jedna vrsta ovih projekata može biti i finansiranje projekata privatnih obrazovnih ustanova, kao vid javno privatnog partnerstva.

koja neće stvarati nove namete i ograničenja, već okruženje sa jasnim i nepristrasnim pravilima igre. I opet, i u ovom pogledu, loptica je u rukama države. Možemo da čekamo šta će država da uradi, ali ne treba zaboraviti da tržište ne čeka nikad i nikoga.

Umjesto zaključka

Zašto je posebna pažnja u ovom radu poklonjena upravo oblasti obrazovanja i istraživanja i razvoja u kontekstu ispunjavanja kopenhagenskog kriterijuma o sposobnosti zemlje da se bori sa konkurentskim pritiscima EU? Evidentno je da ispunjenje ovog „potkriterijuma“ uslovljava dostizanje i svih ostalih i da značajno utiče na konkurentnost zemlje. Upravo je pojedinac, konkurentan svojim znanjima i sposobnostima osnova i za dostizanje svih ostalih standarda postavljenjih drugim kopenhagenskim ekonomskim kriterijumom - povećanje broja malih i srednjih preduzeća, uspostavljanje adekvatne zakonske regulative koja će zaštititi svojinska prava, postići razvoj SME sektora, trgovinsku razmjenu, priliv SDI i u krajnjem za dostizanje makroekonomske stabilnosti jedne zemlje.

Da li će Crna Gora postati zemlja koja će prodavati znanje? Svakako se preko 60% BDP-a Crne Gore zasniva na uslugama, pa zašto ih onda ne proširiti i uslugama visokoobrazovanog i stručnog kadra. Generalno opredjeljenje Crne Gore je ulazak u Evropsku uniju, ali taj ulazak pored prava, podrazumijeva i veliki broj obaveza i ne toleriše greške. Tako da je za svakog igrača na tom tržištu preporučljivo da nađe neku nišu, gdje će se prepoznati konkurentnim u odnosu na druge.

Evidentno je da su u oblasti obrazovanja u posljednjih par godina napravljeni značajni pomaci, u smislu uvođenja standarda, poboljšanja infrastrukture, dolaska privatnog kapitala u ovu oblast. Sve pomenuto implicira da tržište i potencijal postoje, ali to je samo baza, koja daje šansu koju treba iskoristiti.

Javni izdaci za obrazovanje u relativnim iznosima su skoro dostigli prosjek u EU i u ovom trenutku ne bi se moglo očekivati njihovo značajnije povećanje. Međutim, i pri sadašnjem nivou izdataka obrazovni sistem nije konkurentan. Tako da će, u tom smislu, ključni će biti potezi regulatora - države i njenje politike obrazovanja. Prva oblast gdje bi trebalo da se djeluje je drugačije strukturiranje javnih izdataka u ovoj oblasti, što bi za posledicu imalo i smanjenje broja zaposlenih. Insistirati više na projektnom pristupu, prilikom usmjeravanja budžetskih sredstava, gdje sve više projekata treba realizovati u saradnji sa privatnim sektorom. Takođe, stvarati takav regulatorni okvir kojim će se stvoriti ambijent koji će biti privlačan za dalja ulaganja privatnog kapitala u sektor obrazovanja. Međutim, sve prethodno neće dati značajne rezultate ukoliko se ne dese „reformе u glavama“ svakog pojedinca u Crnoj Gori o kojima je bilo riječi u trećem dijelu.

I na kraju poruka ovog rada će biti izražena parafraziranjem Bila Gejtsa koji je rekao da činjenice koje student nauči tokom studija nisu toliko bitne, već je bitan način razmišljanja kojim se te činjenice prihvataju i analiziraju.¹⁷ Namjera je da se, upravo, ovom rečenicom naglasi najvažniji aspekt reforme obrazovanja u Crnoj Gori.

Literatura:

- Aleksandar Bogojević i Iskra Maksimović, Kako iskoristiti iskustva Evropske unije u cilju kreiranja modela privatnog obrazovanja u Srbiji, Obrazovni forum, Beograd
- Božena Gulija, Aida Liha, Igor Vidačak, Lisabonska strategija EU, Euroscope dodatak, god 13, broj 71, veljača 2004
- Milica Vukotić, Ekonomske slobode u obrazovanju, Biznis Montenegro, broj 6
- Svjetska banka, Republika Crna Gora: Pregled potrošnje i institucija, oktobar 2006
- Veselin Vukotić, Privatno obrazovanje, časopis Index
- Veselin Vukotić, Psihofilozofija biznisa, CID, 2003
- Veselin Vukotić, „Obrazovanje: Kako razviti osjećaj budućnosti“, Biznis Montenegro, broj 6
- Vlada Republike Crne Gore, Strateški plan reforme obrazovanja 2005 - 2009, Podgorica 2005
- Vlada CG, Nacrt Nacionalnog programa za integraciju, april 2007
- www.becei.org
- www.mfa.gov.yu
- www.ksa.zcu.cz
- www.scindeks.nbs.bg.ac.yu
- www.vlada.cg.yu

¹⁷ Veselin Vukotić, „Obrazovanje: Kako razviti osjećaj budućnosti“, Biznis Montenegro, broj 6

Ana Radunović*

Razvoj i značaj intelektualnog kapitala

Abstract:

Recognition and development of modern economics have become evident by the end of the twentieth century. Hence, industrial economics has been transformed into knowledge economics. It amends both people and circumstances. The role and significance of immaterial factors has strengthened, making knowledge-based entrepreneurship and information the most important resources.

Knowledge and skills are the human basis for creating intellectual capital. Hence, the strategy of a future-oriented company must encompass a plan on optimal utilization of human resource through appropriate treatise of a company's staff.

Dynamic changes in a modern enterprise organization have decisively influenced the shaping of contemporary HR management. Focusing on and turning toward HR, as the crucial success factor, has implicated an evolution of knowledge economics' content. Nowadays, the most valuable property of a company consists precisely of knowledge, innovations and well-educated personnel (the so-called knowledge management). Competitive advantages in the new economics depend primarily on people's knowledge and skills. Modern organizations are more and more actively approaching HR, which entails new challenges and temptations for the contemporary HR management. In a world of hard competitive struggle, the inner organization power will certainly have one of the major roles for achieving the desired results.

The term "intellectual capital" refers to the total intellectual property and intellectual potential which a company utilizes for creating new values. It represents the accumulated knowledge which a company possesses in its people, methods, patents, designs and connections, and is a much broader concept than knowledge itself. By creating intellectual capital, the new economics, whose main resource is knowledge, has gained another competitive weapon. At present, no product enters market solely through production process, without the inclusion of all immaterial operations – employees' ability to justify a product, to breathe "life" into it, and to present it to the customer in the best way possible. The global market has become directed toward demand, creation and storage of knowledge. Knowledge and intellectual capital are the lasting resources ensuring competitive advantages in the new business world.

Key words: *knowledge economics, information, internet, entrepreneurship, human resource, intellectual capital*

* Montenegro Broker Diler, Podgorica

Uvod

Tehničko-tehnološka i društveno-ekonomska osnova proizvodnje mijenja se sa pojavom visokih tehnologija u drugoj polovini XX vijeka, a što za posljedicu ima nastanak i razvoj nove ekonomije tzv. informatičkog društva. Najvažniji segment nove ekonomije postaje informacija bazirana na znanju. U današnje vrijeme, najvrijedniju imovinu kompanije upravo čini znanje, inovacije i visoko obrazovani kadrovi (tzv. menadžment znanja). Prvenstveno od znanja, umijeća i vještine ljudi zavisi konkurentska prednost u novoj ekonomiji.

Glavne vrijednosti industrijske ekonomije nekad su predstavljali opipljivi resursi kao što su mašine, prirodna bogatstva (rude, nafta) i fizički rad ljudi. Međutim, u današnje se proizvode, osim materijala i energije, sve više ugrađuje znanje (primjer današnji automobili koji su „puni“ elektronike), pa znanje i inteligencija ugrađena u proizvode određuje njihovu višu ili nižu cijenu. Vrijednost koja je ugrađena u te proizvode nije opipljiva, nju čini intelektualni, a ne fizički kapital. Dok su fizički i finansijski kapital glavna obilježja industrijske ekonomije, u modernom svijetu biznisa izvor nove vrijednosti je ono što je dinamično, mobilno, prilagodljivo i neopipljivo.

Privreda razvijenog svijeta sve više se zasniva na znanju, a sve manje na kapitalu i radu. Prema Organizaciji za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD)¹, „znanje koje danas pokreće i nosi ekonomiju je mnogo više od industrije visoke tehnologije, koja se bazira na naučnim dostignućima i internetu“. U novoj ekonomiji, *ekonomiji znanja*, mijenja se način stvaranja vrijednosti u kompanijama. U procesu transformacije, istaknuto mjesto pripada znanju bez koga je nemoguće uključivanje u savremene razvojne trendove. Nalazimo se pod neprekidnim udarom promjena, gdje najveća opasnost za ekonomiju nije neizvjesnost koju donose promjene, nego djelovanje vođeno starim znanjem. U ekonomiji znanja se mijenjaju karakteristike radne snage i dolazi do porasta broja radnika znanja. Radnici znanja stvaraju najveći dio dodatne vrijednosti u kompanijama i u tom procesu stvaranja veoma malo koriste fizičku snagu i manuelne vještine. U tom novom tipu proizvodnje i društvene reprodukcije, umijeće, znanje, kreativnost i inovacije postaju glavni generator ljudskog intelektualnog kapitala, pa su tako važniji činioci društvene savremene reprodukcije, nego što je to ranije bio fizički i finansijski kapital.

¹Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) je međunarodna organizacija trideset zemalja koje prihvataju načela parlamentarne demokratije i ekonomije slobodnog tržišta.

Razvoj intelektualnog kapitala

Danas se savremene kompanije trude da dovedu u vezu znanje zaposlenih s finansijskim rezultatima kompanije. Time se dolazi do pojma **intelektualni kapital** koji se odnosi na ukupnu intelektualnu imovinu i intelektualni potencijal kojim se kompanija koristi za stvaranje nove vrijednosti. *On čini akumulirano znanje koje neka organizacija posjeduje u svojim ljudima, metodama, patentima, dizajnima i vezama, i znatno je širi pojam od znanja.* Znanje i intelektualni kapital čine trajne resurse osiguranja konkurentske prednosti u novom svijetu biznisa.

Izraz intelektualni kapital je prvi put 1969. godine upotrebio John Kenneth Galbraith u pismu čuvenom ekonomisti toga vremena Michealu Kaleckom: „Pitam da li ste svjesni koliko mi, širom svijeta, dugujemo intelektualnom kapitalu kojim nas snabdijevate poslednjih nekoliko decenija“.

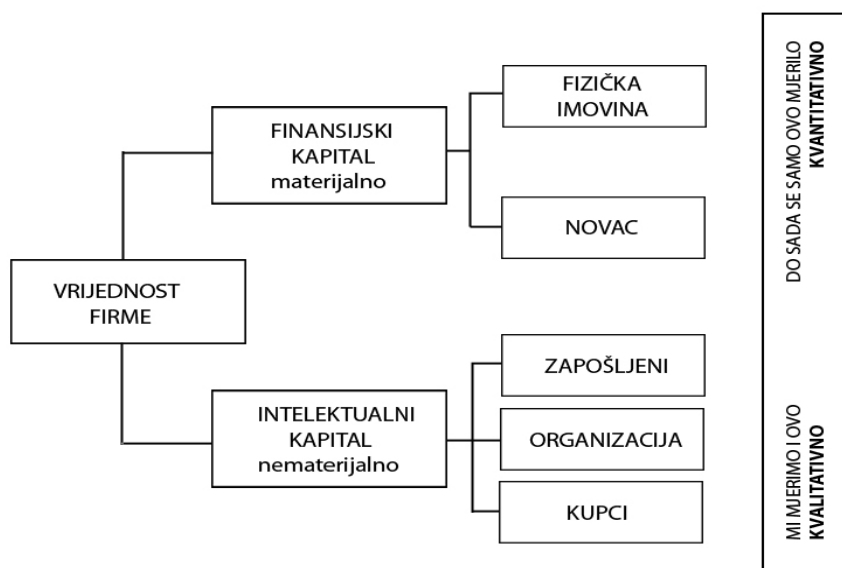
U današnjoj ekonomiji kapital je neopipljiv i sastoji se od imidža, robnih marki, tradicije, odnosa s kupcima, povezanosti s partnerima, iskustva i vještina u poslovanju, te u znanju i sposobnosti zaposlenih. Ti pokazatelji koji čine neopipljiv kapital danas stvaraju znatno više nove vrijednosti u odnosu na tradicionalne i opipljive pokazatelje. Znanje zaposlenih, njihovo poslovno iskustvo, ideje, inovacije, motivacija, spremnost na timski rad, obogaćuje organizacionu kulturu i unapređuje procese unutar kompanije, i omogućava stvaranje više novog znanja u odnosu na troškove poslovanja. Tako najvredniji dio kapitala savremenih kompanija postaje neopipljiv i često „nevidljiv“ postojećim računovodstvenim mjerilima. Neopipljiva i skrivena imovina čini znatan dio vrijednosti modernih kompanija (npr. Skandia, Intellectual Capital Management Group, Hewlett-Packard, IBM, itd).

Prema Milačiću², intelektualni kapital je produkt čovjeka i on je njegov primarni vlasnik. Izraz intelektualni kapital ima mnoge složene konotacije i često se koristi kao sinonim za intelektualnu svojinu, intelektualnu imovinu i imovinu znanja. Kao takav može biti krajnji rezultat procesa transformacije znanja ili samog znanja koje se transformiše u intelektualnu svojinu ili intelektualnu imovinu preduzeća.

Intelektualni kapital predstavlja nauku i umijeće ekstrahovanja maksimalne vrijednosti resursa koji se posjeduju i načina njihovog gajenja i razvijanja, jer posjedovanje resursa nije dovoljno samo po sebi za stvaranje vrijednosti. Stvaranje vrijednosti danas pitanje je oblikovanja informacija, znanja i inovacija. On je produkt čovjeka i čovjek je njegov primarni vlasnik. Čovjek na bazi svog znanja, umijeća – iskustva i ideja, generiše intelektualni kapital.

² Vladimir R. Milačić, Intelektualni kapital – Apologija ljudskog duha, EPCD, Beograd, 1999

Slika 1. Vrijednosna šema intelektualnog kapitala



Retrospektiva

Ranih 80-tih, teorija i istraživanje, zadržavaju se na opštem pogledu na nematerijalnu vrijednost („goodwill“). Sredinom 80-tih započinje „informatičko doba“ i značajno se povećava jaz između knjigovodstvene i tržišne vrijednosti za mnoge kompanije. Krajem 1980-tih, rani pokušaji konsultanata u praksi da sačine izvještaje koji mjere intelektualni kapital. Ranih 1990-tih, sistematizuju se inicijative da se mjeri i izvještava o udjelu intelektualnog kapitala u kompaniji za eksterno okruženje. 1990-te, Skandi AFS postavlja Leif Edvinsson-a za „direktora intelektualnog kapitala“. Ovo je prvi put da je uložila upravljanja intelektualnim kapitalom dodijeljeno mjesto formalnog statusa. Kaplan i Norton predstavljaju koncept kartice uravnoteženih pokazatelja uspjeha – balanced scorecard (1992). Scorecard se razvija iz premise „šta izmjerite to ste dobili“. Sredinom 1990-tih Nonaka i Takeuchi (1995) predstavljaju svoj visoko uticajan rad koji se odnosi na „kompanije kreirane znanjem“. Calemijev Tango simulacioni alat – simulation tool pokrenut 1994. Tango je prvi tržišni proizvod koji omogućuje obrazovanje izvršnog osoblja o važnosti neopipljivih pojmova. Takođe 1994-te dopunjen je godišnji izvještaj Skandie koji se koncentriše na prezentaciju i vrednovanje udjela kompanije u intelektualnom kapitalu. „Vizuelizacija intelektualnog kapitala“ podstiče veliki dio interesovanja ostalih kompanija koje žele da prate Skandiu na njenom putu. Još jedna senzacija je izazvana 1995-te kada Calemi koristi „reviziju znanja“ da bi detaljno ponudio visinu poreza na stanje intelektualnog kapitala. Pioniri pokreta intelektualnog kapitala objavljuju bestselere na ovu temu (Kaplan i Norton 1996., Edvinsson i Malone 1997., Sveiby 1997.). Edvinssonov i Maloneov rad naročito se bazira na procesu i načinu mjerenja intelektualnog kapitala. Krajem 1990-tih, intelektualni kapital postaje popularna tema na istraživačkim i akademskim konferencijama, naučni radovi i ostale publikacije

lako pronalaze auditorijum. Rastući broj velikih projekata (npr. Meritum projekat, Danska, Stockholm) počinje sa željom da se unese akademska čvrstina u istraživanje intelektualnog kapitala. 1999. godine OECD saziva internacionalni simpozijum u Amsterdamu o intelektualnom kapitalu.

Strateška orijentacija i rastuća globalizacija poslovanja sve više izdvajaju intelektualni kapital kao činilac konkurentskih razdvajanja kompanija. Intelektualni kapital ima za cilj da objasni porijeklo razlike između knjigovodstvene i tržišne vrijednosti. Na taj način se vrijednost preduzeća preciznije i opširnije prikazuje, što može biti od velikog značaja za investitore. On se može zamisliti kao pasivna stavka bilansa, koja bi pokazala izvor nastanka određenih stavki imovine kao što su *goodwill*, tehnologija, kompetentnost... Međutim, kod nas je ovaj vid aktive još uvijek teško mjerljiv i uočljiv, pa u velikom broju preduzeća u Crnoj Gori ne obraćaju pažnju na taj dio svoje vrijednosti, koji bi mogao, ukoliko se kvantifikuje i iskoristi, biti veći od same knjigovodstvene vrijednosti firme što je slučaj sa (Microsoft, Hewlett-Packard, IBM, Coca-Cola itd) kompanijama.

Iz strategijske perspektive intelektualni kapital se koristi da se kreira i upotrebi znanje, kako bi se povećala vrijednost kompanije. S druge strane, ugao posmatranja vezan za mjerenje koncentriše se na to kako bi se novi mehanizmi izvještavanja mogli konstruisati da omoguće nefinansijskim kvalitativnim djelovima intelektualnog kapitala da budu mjereni pored tradicionalnih kvantificirajućih finansijskih podataka.

Proučavanje intelektualnog kapitala kompanije podrazumijeva proučavanje „korijenskih“ vrijednosti kompanije. Ono postaje presudan strateški faktor razvitka. Pojedinci, preduzeća i države koje u njega intenzivno ulažu, koji se njime koriste i na odgovarajući način vrednuju postaju globalni dobitnici. Najrazvijenije ekonomije svijeta više od polovine domaćeg bruto proizvoda zasnivaju na znanju. I obrnuto, svi oni koji ga marginalizuju, zaostaju i gube „veliku trku.“ „**Investicija u znanje – vraća najbolje kamate**“ F. Benjamin

Klasifikacija (podjela) intelektualnog kapitala

Intelektualni kapital se može podijeliti na *tri segmenta*: ljudski kapital, strukturalni ili organizacioni kapital i kapital klijenta.³

Ljudski kapital predstavlja znanje, inteligenciju i akumulirano iskustvo ljudi. Osim znanja on uključuje i motivisanost, spremnost na timski rad, saradnju, spremnost na rizik i prilagođavanje promjenama, ali i vjernost kompaniji. Može se podijeliti na inovacijski i upravljački kapital. Inovacijski kapital je pokretač stvaranja novih vrijednosti i stvaranja

³ Spremić, M. „Znanje i intelektualni kapital – skrivena vrijednost kompanije“, Računovodstvo i finansije br.8, 2001., str 17

konkurentne prednosti organizacije. Ako ga organizacija ne posjeduje nema šanse za preživljavanje u budućem vremenu.

Strukturalni ili organizacioni kapital predstavlja sposobnost organizacije da koristi inovativni i intelektualni potencijal svojih zaposlenih. On se najčešće operacionalizuje kroz informatički sistem, softver, vještine i iskustvo koje organizacija ugrađuje u procese i sisteme. Strukturalni kapital je ono što ostane u organizaciji kada njeni zaposleni napuste svoja radna mjesta po završetku radnog vremena i odu kući. On predstavlja recepte znanja kojima neko drugi može povećati vrijednost za dobrobit organizacije.

Kapital klijenta nastaje sinergijom kompanije s njenim okruženjem, prvenstveno njegovanjem odnosa sa svojim kupcima i dobavljačima.

Tabela br 1. Klasifikacija intelektualnog kapitala⁴

klasifikacija intelektualnog kapitala	
Ljudski kapital	Relacioni kapital
Know-how	Brendovi
Obrazovanje	Klijenti
Stručne kvalifikacije	Lojalnost klijenata
Ocjene stručnosti	Ime kompanije
Psihološke ocjene	Distributivni kanali
Kompetencije vezano za posao	Poslovna saradnja
Preduzetnički elan	Ugovori o licenciranju
Inovativnost, inicijativnost, spremnost na promjene	Povoljni ugovori
	Ugovori o franšizi
	organizacioni kapital
Intelektualna svojina	Infrastrukturalna imovina
Patenti	Upravljačka filozofija
Autorska prava	Korporativna kultura
Dizajnerska prava	Upravljački procesi
Poslovne tajne	Informacioni sistemi
Robne marke	Mrežni sistemi

Iz navedenog slijedi da intelektualni kapital predstavlja kombinaciju ljudskog kapitala – umova, vještina, uvida i potencijala članova organizacije i strukturalnog kapitala, odnosno stvari koje predstavljaju klijenti, procesi, baze podataka, robne marke i informaciona tehnologija. To je mogućnost da se znanje i apstraktna dobra pretvore u izvore bogatstva, umnožavajući ljudski kapital strukturalnim kapitalom.

⁴ Međunarodna računovodstvena federacija (IFAC) 1998

Značaj intelektualnog kapitala

Ljudski kapital postaje ključni faktor za postizanje poslovnih ciljeva i poslovne uspješnosti, a menadžment ljudskih resursa ključna djelatnost organizacije, što je donijela evolucija ove djelatnosti početkom 21. vijeka. Neizvjesnost okoline je sve veća i neprilagođavanje promjenama znači zaoštavanje u razvitku, stagnaciju i propadanje. Naime, tehnološka i komunikacijska revolucija i novonastali globalni odnosi, nameću novi pristup shvatanju djelatnosti ljudskog kapitala. U skladu sa promjenama koje se događaju možemo zapaziti da je kadrovska djelatnost veoma široka i da se pod nju mogu svesti mnoge društvene djelatnosti; zatim da je to funkcija koja štiti i razvija ljudski kapital u organizaciji; da se ova djelatnost može odrediti kao sastav koji značajno doprinosi zadovoljstvu i zadovoljavanju zajedničkih potreba svih struktura društva.

Svjetski se ekonomski trendovi danas kreću u smjeru reindustrijalizacije na osnovi visoke tehnologije i integracije svjetske ekonomije. Rast proizvodnje dosad se uglavnom zasnivao na iscrpljivanju prirodnih resursa. Sirovine su kao resurs ograničene, a ljudske potrebe neograničene. Faktori razvitka tako se pomjeraju od materijalnih prema nematerijalnim, tačnije prema znanju. Karakteristika današnjeg razvitka tehnologije, privrede pa i samog preduzeća je to da se konkurentska prednost postiže s proizvedenim, a ne više s prirodnim resursima. Neuočavanje navedenih trendova i neprilagođavanje izazovima može se negativno odraziti na poslovanje kako kompanije tako i ekonomije u cjelini. Sam se raspored globalnog bogatstva promijenio (tabela br.2).

Tabela br. 2 Globalni raspored svjetskog bogatstva⁵

ČINIOCI BOGATSTVA						
red. br.	države	broj država	% svjetskog kapitala	prirodni kapital	ljudski kapital	proizvedeni kapital
1.	Izvoznici sirovina	63	4,6	44%	36%	20%
2.	Ostale manje razvijene zemlje	100	15,9	28%	56%	16%
3.	Razvijene zemlje	29	79,4	17%	67%	16%

Kao što se vidi iz tabele, razvojem privrede sve značajniji faktor razvitka postaje intelektualni kapital odnosno znanje. Tako se znanje i upravljanje znanjem pojavljuju kao odlučujući faktor na kom se mora zasnivati konkurentska pozicija preduzeća na tržištu. Istraživanje i razvitak postaju nesumnjivo važni u stvaranju proizvoda s dodatnom vrijednošću, s većim sadržajem znanja i tehnologije.

⁵ Izvor: Dunjanić, M., Sundać, D., Zrilić, N.,: Fleksibilnost i adaptibilnost – novi pokazatelji uspješnosti poslovanja, I. B.C.C, Rijeka, 1997., str 31

Današnja strategija se usmjerava na neopipljiva sredstva i intelektualni kapital u obliku know how zaposlenih i menadžmenta, odnosa sa klijentima i dobavljačima, brenda, informacione tehnologije, adekvatne organizacione forme i relevantne forme razvoja i rasta kompanije. Jednostavnije rečeno, nova strategija se oslanja na resurse bazirane na znanju. Ove resurse je uglavnom teško imitirati, što pruža mogućnost za stvaranje natprosječne vrijednosti. Strategije bazirane na ovim resursima su uočljive kod onih kompanija koje bilježe trostruku i veću razliku između njihove knjigovodstvene i tržišne vrijednosti.

Upravljanje intelektualnim kapitalom i praksa upravljanja znanjem može rezultirati značajnim koristima za jednu kompaniju. Ono može pomoći u određivanju poslovne strategije, dizajniranju procesa, kao i u pružanju konkurentске prednosti.

Vrijednost za kompaniju se stvara interakcijom između podvrsta intelektualnog kapitala (intra i interorganizacijski procesi). Veoma je bitno unapređivati performansu svake pojedinačne kategorije intelektualnog kapitala, kao i načine njihovog međudjelovanja. Menadžment mora uvesti i podržati metode rada koje potiču i podržavaju transformaciju individualnih sposobnosti u organizacijske vrijednosti i obrnuto. Konceptija intelektualnog kapitala i njena implementacija zahtijevaju novu perspektivu strateškog rukovodstva, novu taksonomiju, nove načine upravljanja i nove mjerne pokazatelje.

Uvođenje novih modela poslovanja zahtijeva i promjenu u primjeni znanja i intelektualnog kapitala. Dinamika današnjeg poslovanja mnoge menadžere ostavlja tek kao posmatrače jer nijesu u stanju slijediti nove trendove. Oni rade po ustaljenim pravilima karakterističnim za doba industrijske ekonomije, i glavni pokazatelji su im prodane količine u tonama, porast prodaje u procentima, udjeli na tržištu i slično. Kvalitativni pokazatelji, zadovoljstvo zaposlenih, uspješnost procesa i mogućnost unapređenja za njih ne predstavlja prioritet. Takvo ponašanje naročito je karakteristično za još uvijek veliki broj domaćih menadžera, koji su prezaposleni tekućim poslovanjem i pri tom zanemaruju ulogu i potrebu usavršavanja i razvijanja intelektualnog kapitala. Dalje, mnoga crnogorska privatna preduzeća još uvijek nijesu razdvojila funkcije vlasništva i upravljanja, odnosno u mnogima od njih ne postoji nikakav vid menadžmenta, već preduzetnici obavljaju uloge direktora, vlasnika, pregovarača i radnika. U takvoj radnoj klimi, tj. radeći u takvim preduzećima zaposleni se zapravo tretiraju kao roboti koji treba da rade isključivo ono što preduzetnik želi, pri čemu on sve najbolje zna i svaki pokušaj nekog zaposlenog da ponudi neku svoju ideju za unapređenje poslovanja preduzetnik doživljava kao rivalstvo koje on ne želi i takvi se pokušaji kod nas „nagrađuju“ otkazima. Međutim, postepenim ulaskom stranih kompanija na naše tržište koje na adekvatan način koriste svoj ljudski potencijal, moraće doći do promjene i u domaćim preduzećima. Novije procjene sugerišu da 50% - 90% vrijednosti stvorene u firmi potiče od menadžmenta intelektualnog kapitala. Za razliku od crnogorskih prilika, menadžeri razvijenih ekonomija veliki dio svog radnog vremena troše na učenje, a procenti se kreću od 15 pa sve do 30 i 40%, što je karakteristično za japanske menadžere. Uočavanjem važnosti učenja i razvijanja utiče se na sposobnost menadžera da mogu vrlo brzo prepoznati prilike, hrabro i spremno se suočavati s rizicima koje sa sobom

donosi uvođenje inovacija. Naravno, nagrada je uspješnost i kvalitet ujedno temeljen i na kvantitativnim pokazateljima poslovanja.

Može se konstatovati da u turbulentnim tržišnim uslovima u kojima kompanije posluju, uz konstantne promjene u okruženju, oslanjanje na unutrašnje resurse, tj. na znanje vlastitih zaposlenih, predstavlja temelj za postavljanje strategije kojoj je cilj konstantno inoviranje, uvođenje novih proizvoda i stvaranje novih potreba kupaca. Time kompanije zadržavaju svoj vodeći položaj na tržištu, jer stalnim poboljšavanjem svojih ključnih sposobnosti postavljaju nove prepreke i izazove konkurentima na koje oni nijesu u stanju uspješno odgovoriti.

Izvjesno je da buduća vremena počivaju na dijeljenju znanja, ali i na razmjeni znanja u tržišnom smislu. Razvoj tržišnih mehanizama pogoduje stvaranju tržišta znanja, koje će omogućiti kupcima i prodavcima znanja razmjenu robe prema cijenama utvrđenim na osnovu sučeljavanja ponude i tražnje navedenih tržišta. Zaključak je da je karakteristika znanja da se ono upotrebom ne troši, već upravo suprotno – njegova vrijednost raste u skladu sa upotrebom.

U svakom slučaju finansijski analitičari povećani broj objavljenih informacija o neopipljivim sredstvima kompanije doživljavaju kao signal o jačanju kompanije u odnosu na konkurente i kao znak velike privrženosti i angažovanja kompanije u ostvarivanju zacrtanih ciljeva. Sa druge strane, kompanije izvještaj o intelektualnom kapitalu vide kao sredstvo koje pomaže u vizuelizaciji njihove dugoročne vizije i potencijala njihovog rasta.

Mjerenje intelektualnog kapitala ima jednu vrlo značajnu dimenziju, a to je da ono omogućava bolje poslovno upravljanje. Oni koji na vrijeme shvate šta posjeduju kod svojih zaposlenih i koji to budu znali vrednovati sigurno će steći mnogo bolju konkurentnu poziciju u odnosu na one koji to ne shvate. Kada se pogleda kako se u crnogorskim privatnim preduzećima tretira ovaj nematerijalni resurs onda se jasno vidi koliko naši preduzetnici nemaju osjećaja za ovu problematiku, tj. koliko sami ne shvataju veličinu „blaga“ kojeg već imaju u firmi, koje je neiskorišćeno jer se zaposleni tretiraju na veoma loš način gdje kreativnost ne može doći do izražaja. Ona preduzeća koja ne budu koristila svoj ljudski potencijal i koja nastave da se pridržavaju današnjih pravila koja vladaju u crnogorskim preduzećima po pitanju tretiranja intelektualnog kapitala, osuđena su na tiho odumiranje i propast.

Samo ukoliko se zna u čemu se sastoje temeljne vrijednosti preduzeća, znaće se njima upravljati na način da se maksimizira rast tih vrijednosti, a najveće vrijednosti poslovanja ne moraju uvijek biti vidljive u knjigovodstvenim izvještajima. „*Upravljanje je sposobnost da se posao obavi preko ljudi*“ - Meri Parker Folet

Zaključak

Pokazano je da se intelektualni kapital nalazi u sposobnostima i talentu menadžera i zaposlenih, lojalnosti kupaca, vrijednosti marke proizvoda, patenata, autorskih prava, sistemima, tehnikama menadžmenta, kolektivnom znanju utisnutom u organizacionoj kulturi. U ovom smislu se može reći da je intelektualni kapital "intelektualni materijal", znanje, informacije, intelektualna svojina i iskustvo koje se može upotrebiti za stvaranje bogatstva. To je kolektivna "snaga intelekta". Jezgro intelektualnog kapitala predstavlja sposobnost sticanja prihoda u budućnosti, sa širom i u većoj mjeri na ljude orijentisanom perspektivom nego što je to slučaj u sadašnjim finansijskim izvještajima preduzeća. Intelektualni kapital pretpostavlja fokusiranje na zaposlene, na stav kupaca, poslovne povezanosti, organizacionu strukturu, moć obnavljanja i razvoj preduzeća.

Razvoj jedne organizacije u budućnosti zavisice od toga da li ona dovoljno novca ulaže u obuku i razvoj svojih zaposlenih koji su najveća dragocjenost koju kompanija posjeduje. Posjedovati prave informacije u pravo vrijeme pojedincu ili organizaciji omogućuje proaktivno ponašanje i pravovremeno reagovanje na promjene. Da bi zaposleni bili sposobni da informaciju pravilno iskoriste, kompanija mora da razvije metode i načine kojima će da upravlja znanjem. Ljudski kapital, odnosno intelektualni kapital, treba da bude najvažnija tačka prilikom strategijskog planiranja u jednoj organizaciji. Ni najmodernija informaciona tehnologija, ni najveći i najsavremeniji računar ne mogu da zamijene čovjeka i njegovo znanje i sposobnost da to znanje adekvatno upotrebi. Znanje koje zaposleni posjeduje i pravilni menadžment znanja osnova su za postizanje konkurentske prednosti jedne organizacije. Upravo globalizacija i intelektualni kapital karakterišu novu ekonomsku eru tzv. „ekonomiju znanja“.

Literatura

1. Vladimir R. Milačić, „Intelektualni kapital – Apologija ljudskog duha“, EPCD, Beograd, 1999.,
2. Dunjanić, M., Sundać, D., Zrilić, N.: „Fleksibilnost i adaptibilnost – novi pokazatelji uspješnosti poslovanja“, I. B.C.C, Rijeka, 1997.,
3. Spremić, M. „Znanje i intelektualni kapital – skrivena vrijednost kompanije“, Računovodstvo i finansije br.8, 2001.,
4. Edvinsson, Leif „Korporacijska longituda – Navigacija ekonomije znanja“, Differo, Zagreb, 2003., Bahtijarević- Šiber F.: Management ljudskih resursa, Golden marketing, Zagreb, 1999.,
5. Torrington Derek, Hall Laura, Taylor Stephen, „Menadžment ljudskih resursa“, Beograd, 2004.,
6. Frappaolo, C., „Knowledge management“, Capstone Publishing, Oxford UK, 2002.,

<http://www.human-resources.org>

<http://www.icmgroup.com>

Marija Janković*

Uticaj ključnih pokretačkih faktora na strateško korporativno upravljanje

Abstract

The subject of the work is retrospect on the influence of key factors determining strategic-corporation management. Globalization, as the major driver of development, leads to the free movement of goods, people and capital and thus brings the changes on national and global market. Technology and innovations is the core of successful business. The strengthening of the intellectual capital as the framework of current development, investment in personnel training and raising the qualified structure to the higher level, impacts on creating new ideas and thus more successful business operating.

Key words: *globalization; transaction costs; technology; innovations; intellectual capital*

1. Uvod

Svaka kompanija u svom poslovanju definiše svoje ciljeve, misiju i viziju.

Vizija jedne kompanije je sveobuhvatan, inspirativan i dugoročan cilj preduzeća (npr. vizija Mc Donald's-a: "Bićemo najbolji restoran brze hrane na svijetu", ili Walt Disney-ja "Bicemo najsrećnije mjesto na svijetu").¹

Misija preduzeća je definisana kao opšti cilj, kojim se objašnjavaju razlozi upravljanja preduzećem.

Stoga kompanija, da bi ostvarila konkurentnu prednost na globalnom tržištu, mora dobro da analizira sve faktore koji utiču na odvijanje njene poslovne aktivnosti.

Time će razviti strategiju korporativnog upravljanja, u cilju što boljeg iskorišćavanja onih faktora koji podstiču njen rast i razvoj i ujedno, korekciji svoje aktivnosti, usled negativnog djelovanja istih na njenu djelatnost, sve u cilju veće specijalizacije i racionalizacije opšteg poslovanja.

2. Startegijsko korporativno upavljanje

Šta je korporativno upravljanje? To je veza različitih učesnika koji određuju pravac i smjer korporacije: akcionara, upravnog odbora i menadžmenta.

* Montenegro Business School, Univerzitet Mediteran, Podgorica

¹ Lumpkin, Dess, Eisner, Strategijski menadžment, Data status, Beograd, 2007

Svaki menadžer ili njegov tim na čelu korporacije, u cilju ostvarivanja interesa same kompanije definiše strategiju, kao način ostvarivanja cilja.

Postoje brojni pokretački faktori koji inteziviraju potrebu za strategijskom perspektivom i većim angažovanjem unutar cijele organizacije. Veoma je težak položaj današnjeg menadžera, koji uvijek mora imati najvažniji resurs današnjice: informaciju.

Što je više informacija, uz adekvatna sredstva i strategiju, postiže se siguran uspjeh.

Zato su menadžeri danas pred velikim zadatkom. Veoma je zahtjevno da kompanija racionalizuje svoje troškove, fokusira se na prodajni asortiman ili njegov dio, a sa druge strane ostane konkurentna, drugačija i ostvari što veći profit.

2. Ključni faktori koji pokreću strateško korporativno upravljanje

Neki od najznačajnijih faktora koji uticu na strateško korporativno upravljanje su: globalizacija, tehnologija i intelektualni kapital.²

Analizirajući ih posebno, premda je sinergetski efekat uticaja ova tri faktora na korporativno odlučivanje izuzetno jak.

“Misli globalno, radi lokalno” najčešća je poruka uspješnog biznisa.³

Kako onda ostati konkurentan? Kako se izboriti sa tražnjom, koja se iz dana u dana mijenja? Kako predvidjeti promjene? Kao što ističe predsjednik kompanije AOL Time g-din Kejs: *“Ponekad se osjećam kao da sam za volanom nekog trkačkog automobila....Jedno od najvećih iskušenja je što ne postoje saobraćajni znaci da mi pomognu u vožnji, i što niko još nije utvrdio na koju stranu puta treba da krenemo...”*⁴

3.1. Globalizacija i njen uticaj na korporativno upravljanje

Šta je globalizacija? To je stimulans.⁵ Stimulans za uspjeh. Ne podrazumijeva globalizacija samo slobodan protok robe, usluga, već i kapitala, ljudi, i informacija širom svijeta.

Na šta mislimo, kada kažemo da svijet postaje globalno selo? Koliko u jednoj privredi koja se zalaže za stvaranje uslova za lakši biznis, ima antiglobalnog? Nekada i suviše.

Koliko jedna kompanija može antiglobalno da djeluje, a sve u cilju vođenja globalne strategije? Kompanije često donose loše strateške odluke, pozicionirajući se samo na distribuciju postojećeg, a ne i potencijalnog prodajnog asortimana proizvoda.

² Đuričin Dragan i Janošević Stevo, Menadžment i strategija, CID EF Beograd, 2006.

³ Veselin Vukotić, Predavanja na postdiplomi, SNA i makroekonomija, 2006-2008

⁴ Lumpkin, Dess, Eisner, Strategijski menadžment, Data status, Beograd, 2007

⁵ Enrico Colombatto; “Nemoralnost-no global”; PSEE, Podgorica 2004

Coca-Cola želi voditi globalnu strategiju, ali ima zastarjela razmišljanja menadžerskog tima (članovi odbora, nakon smrti Goizuette, jednog od najvećih menadžera svoga doba, bili su starije dobi, nespremni za nove izazove). Top menadžment je htio više, ali samo zahvaljujući prodaji postojećeg plasmana robe.⁶

Koje su to promjene nastale na tržištu, pa je bilo teško udovoljiti tražnji? Kako je globalizacija i miješanje potreba uticalo na kreiranje nove tražnje, odnosno novih zahtjeva potrošača?

Potrošači se danas okreću zdravijem životu, sve više piju sportske napitke, energetska pića, i običnu vodu, kao i vodu obogaćenu mineralima. Sve je više ljudi koji se okreću raznim dijetama, a sve je manje mjesta za gazirana pića na policama u supermarketima.

Iz Coca-Cole poručuju da će ostati kraljevi gaziranog, a ne negaziranog i odustace od namjere da kupe fabriku vode koja im se predlaže (kasnije je istu kupio Pepsi&Co. i zaradio milijarde \$ na prodaji vode Aquafina).

Da biste dobili više, morate oslušnuti tražnju, i shodno tražnji kreirati strategiju.

Menadžeri često vide samo krajnji proizvod i time čine grešku u početnim koracima. Na primjeru Coca-Cole možemo vidjeti kako loša strateška odluka utiče na gubitke korporacije (cijena akcija 1988. god. je bila 88\$ po akciji, a 2005. 40\$ po akciji).⁷

Kako je došlo da naglog pala prodaje Wonder Bread proizvoda (američkog brenda) na istom tržištu, kompanije IBC?

Zašto kompanija nije odgovorila nametu globalnog tržišta, koje zahtijeva novi proizvod-ražani hleb ili prepečeni hleb?

Sa naletom globalizacije, menadžeri bolje nego ikada moraju da poznaju načine funkcionisanja stranih i domaćih klijenata, trgovine i konkurenata.

Kompanije, shodno tome, sa ciljem izlaska na međunarodno tržište, odlučuju kako i na koji način mu pristupiti. Nekada se opredjeljuju za strategiju direktnog odnosno strategiju indirektnog izvoza. Direktni izvoz je vid samostalnog izlaska na ino-tržište, dok je u formi indirektnog izvoza uključen specijalizovani posrednik.⁸

Od najvećeg značaja je i pitanje tranaskcionih troškova, kao troškova za prevazilaženje svih barijera biznisa.⁹

Da li ja kao izvoznik u nekim situacijama izlaska na ino-tržište imam samo jedan vid izbora-saradnja sa lokalnim partnerom? Da, kada je izuzetno jaka konkurencija, i ja, kao malo preduzeće, moram ući u saradnju sa lokalnim partnerom, što je i moja jedina solucija.

Danas su globalizacija i jačanje konkurencije na domaćem tržištu doveli do toga da u nekim situacijama kompanije jednostavno moraju sklopiti saradnju sa partnerom da bi ugrabili parče "tržišnog kolača"

Takav slučaj je najčešći u industrijskim granama, gdje su ulozi veliki. Koliko samo imamo stratejskih alijansi na polju telekomunikacija, gdje su vodeće kompanije u toj oblasti partneri u proizvodnji čipova, a iste su glavni konkurenti u prodaji laptopova firmama.

Globalizacija podstiče, ali i nosi neslaganja. Antiglobalni lobi na Primrouz Hillu u Engleskoj uticao je da Sturbucks korporacija, kao vodeći proizvođač kafe i napitaka od kafe, ne realizuje svoju strategiju širenja po geografskoj osnovi (u osporavanju otvaranja njihove kafeterije navode se ekološki razlozi i problemi, kao i male plate radnicima iz trećeg svijeta)¹⁰

Zar jedna velika kompanija, kao Sturbucks ne može unaprijed pripremiti ekološki program zaštite?

Na isti problem ova korporacija je naišla i u Pekingu, pa je uz pomoć vlade otvorila svoju kafeteriju, da bi ih danas u Kini imala preko stotinu. Kolika je moć antiglobalnog? Da li sila pobjedjuje prirodan tok globalizacije?

2.2. Tehnološki uticaj na strateško korporativno upravljanje

Drugi značajan faktor koji utiče na strateško upravljanje korporacija je i tehnologija.

Ogroman je, čak nekada i presudan uticaj tehnologije na strateško korporativno odlučivanje. Razvoj i razgranatost novih tehnologija donose firmama potrebu da budu što više inovativne, ako žele da ostanu konkurentne.¹¹

Kako istice Dejvid de Puri, bivši kopredsjedavajući upravnog odbora u kompaniji Asea Brown Boveri, prvo pravilo međunarodne industrijske konkurentne utakmice je "inovacija ili smrt"¹²

Fantastičan je napredak, i konstantno inoviranje na polju telekomunikacija. Kako ističu iz Intela "značajna sredstva uložili smo da bismo izbacili novi proizvod, s početka godine, a već krajem godine uvodimo novi." Time zaključujemo da su imali samo 11 mjeseci da povrate ovu veliku investiciju.¹³

Ovo samo govori o profesionalnom timu kompanije Intel i spremnosti za nova istraživanja i ulaganja, a time i bolje rezultate.

Menadžeri konstantno moraju da mobilizuju informacije kako bi poboljšali poslovni učinak.

Kolika je moć interneta i koliko je unaprijedio svaki biznis? Da li se mijenja kategorija potrošača? U kojem obimu raste ponuda za e-potrošače?

Svjedoci smo naglog razvoja elektronskog poslovanja. Ogroman je broj fakulteta koji ima e-studente. Šta ce ostati od fakulteta u budućnosti? Gdje je granica posao/kuća?

Microsoft je svojim zaposlenima, koji se nalaze na različitim stranama svijeta, omogućio, putem programa, istovremeni rad na jednom istom dokumentu.

Da li danas zaposleni vide svoje menadžere? Ne, ali su u stalnom kontaktu putem e-maila.¹⁴

Video linkove je iskoristio Wal-Mart, najveći svjetski maloprodavac i jedna od najvećih kompanija na svijetu, kada se vezao sa stejkholderima. Koliko su inovacije i tehnologija bile bitne ovoj kompaniji da sprovede strategiju rasta? Itekako. Wal-Mart se povezao sa dobavljačima putem video-linka, i dobavljači su u svim Wal-Mart-ovim radnjama imali uvid u količine artikala na policama. Šta se time postiglo? Time su postignute optimalne zalihe u svakom trenutku.

Sa naletom globalizacije i razvijanja tržišta, Wal-Mart je uočio da je transportna logistika od veće važnosti od same maloprodaje i time zaokružio distribuciju, strategijom sunca. (U većim gradovima imao je jedno centralno skladište i u svako manje mjesto manja skladišta postavljena blizu prodavnica). Time je postigao uštedu u vremenu transporta robe, koja se kretala od centralnog skladišta do manjih skladišta za manje od 48 sati.¹⁵

Fantastičan je primjer nove usluge koju je Atlantic Virgin pružio svojim putnicima I klase. Tehnologija i inovacije su učinile čudo, pa je na tržištu izbačen model amfibijskih vozila, (nešto između automobila i broda). Ova kompanija je svojim putnicima pružila ugodan prevoz Temzom do aerodroma Heatrow, gdje su mogli da se opuštaju, ili vode sastanak.¹⁶

Vrijeme dolaska do aerodroma je skraćeno za pola sata.

Inovacije su zaista srž budućeg uspješnog biznisa. Koliki je napredak na polju medicine, zaista je suvišno govoriti. Koliki je napredak na polju vještačke oplodnje, kada danas možete "naručiti dijete po žezi". Gdje je etika u svemu tome?

3.3. Intelektualni kapital i njegova važnost pri strateškom korporativom odlučivanju

Poslednji, ali ne manje važan faktor, koji utiče na strateško korporativno upravljanje je intelektualni kapital.

Intelektualni kapital obuhvata nematerijalnu komponentu kompanije¹⁷ i on je direktan faktor postizanja konkurentne prednosti za kompanije koje prodaju ideje i odnose (npr. profesionalne usluge, softver, nove tehnologije), ali i indirektan faktor postizanja konkurentne prednosti za sve one koje pokušavaju da se drugačije izdvoje od svojih rivala, načinom na koji će stvarati vrijednost za potrošača.

Zaista je fantastično vidjeti, kolika je prodaja pelena u pojedinim maloprodajama po Londonu porasla, kada se tik uz pelene nalaze boxovi sa pivom. Važna je ideja!

Tehnologije se moraju koristiti efektivno, da bi se mobilisao ljudski kapital, da bi se olakšala saradnja među pojedincima i razvili sofisticiraniji sistemi za menadžment znanja (knowledge management)

Mnogo je važno da zaposleni steknu dopunsko znanje, razvijaju svoje vještine i time daju svoj doprinos organizaciji kroz sistem ideja i rada. Npr. kompanija Ford je poslala oko 2.500 menadžera u svoj Centar za razvoj liderstva na jedan od četiri programa pod nazivima Capstone, Izazovi iskusnog lidera, Fordovi poslovni saradnici, Novi biznis lider.

Tokom ovih intenzivnih kurseva, polaznici su usvojili ne samo rečnik i mentalni sklop revolucionara, već i sve orudje neophodno da bi sproveli revoluciju. Istovremeno, kroz program inicijalnih lidera svih 100.000 zaposlenih prolazi kroz program trickle down (klizne komunikacije sa konkretnim timskim projektima).¹⁸

Ovim se pokazuje koliko je važan učinak jedne kompanije koji ona ima od angažovanja zaposlenih.

4. Zaključak

Zaključujemo da je uticaj ova tri faktora, na strategijsko korporativno upravljanje izuzetan i svaki menadžer ili njegov tim, koji je odgovoran za rukovodjenje kompanijom, mora da posjeduje što više informacija, da ih iskoristi na pravi način, u tržišnoj igri, gdje ne "jede veći manjeg", nego "onaj koji zna onog koji ne zna".

5. Literatura:

1. Bošković Jagoš, Strategijski menadžment, FPM Bar, 2006
2. Colombatto Enrico; "Nemoralnost-no global"; PSEE, Podgorica, 2004
3. Đuričin Dragan i Janošević Stevo, Menadžment i strategija, CID EF Beograd, 2006.
4. Lumpkin, Dess, Eisner, Strategijski menadžment, Data status, Beograd, 2007
5. Milićević Vesna, Poslovna informatika, elektronsko izdanje
6. Rakita Branko, Medjunarodni biznis i menadžment, CID EF Beograd, god. 2006
7. Vukotić Veselin, Predavanja na postdiplomskim studijama "Preduzetnička ekonomija" na predmetima SNA i Makroekonomija, 2006-2008

"Preduzetnička ekonomija"

Volume XV/II

Pregledni radovi

Nataša Kovačević*
Katarina Živković**

Uspostavljanje decentralizovanog sistema upravljanja (DIS) fondovima Evropske unije u Crnoj Gori

Abstract

All countries that have the aim of becoming member states of the European Union, should, at some point in time, prepare their administration to manage the pre-accession funds in a decentralised way.

*Instrument for Pre-Accession (IPA) will replace all previous pre-accession funds, meaning CARDS, PHARE, ISPA, SAPARD, and pre-accession instrument for Turkey. IPA is a new financial tool, directed to assist the countries that are actively preparing for EU accession, to develop their administration to align the legal framework closer to the EU *acquis communautaire* and to prepare for the management of future financial instruments of the EU member states*

IPA has five different components (of which only the first two are available before official candidacy and decentralised implementation system):

- I Transition Assistance and Institution Building*
- II Cross-border Cooperation*
- III Regional Development*
- IV Human Resource Development*
- V Rural Development*

The Decentralised Implementation System (DIS) means that the responsibility of implementing the IPA programmes would be transferred from the EU Commission to the Montenegrin Government institutions.

Under the decentralised management the functions of i) implementation of projects; ii) organizing of public procurement; iii) managing the contracts; and iv) making payments to the beneficiaries or contractors would no longer be carried out by the European Commission services (EAR / EC delegation in Montenegro) but by the national authorities.

Key words: *DIS, IPA, NIPAC, CAO, NAO, PAO, sound financial management.*

* Ministarstvo finansija Vlade Crne Gore

** Ministarstvo finansija Vlade Crne Gore

Uvod

Kroz čitavu istoriju svog postojanja, Evropska zajednica (u daljem tekstu „EZ“) je, putem različitih instrumenata spoljne pomoći, davala svoj doprinos u razvoju zemalja koje se nalaze u njenom sastavu, ili koje su pretendovale da stupe u EZ. Kako se tokom razvoja prvobitni oblik EZ mijenjao, tako su se mijenjali i oblici instrumenata pomoći i podrške koje je EZ pružala raznim zemljama. Uzimajući u obzir različiti stepen razvoja pojedinih zemalja, a samim tim i različite potrebe za podrškom EZ, razvijen je veliki broj instrumenata putem kojih su realizovani različiti programi pomoći. Svaki program pomoći morao je imati pravnu potporu na osnovu koje su programi i realizovani. Međutim, iako su ovakvi oblici instrumenata za realizaciju pomoći bili od velike koristi, stvorila se potreba da se na neki način uprosti i pojednostavi sistem spoljne pomoći, kako bi se upotrebom sredstava, koja su dodijeljena kao finansijska pomoć, postigli maksimalni rezultati. Tako je Evropska komisija (u daljem tekstu „EK“) predložila uspostavljanje novog instrumenta za pretpristupnu pomoć (IPA 2007-2013.), koji je namijenjen zemljama kandidatima i zemljama potencijalnim kandidatima za članstvo u Evropskoj uniji (u daljem tekstu „EU“). Ovaj instrument, definisan IPA uredbom¹, objedinjuje pretpristupne instrumente, koji su do sada bili u upotrebi; CARDS, PHARE, SAPARD, ISPA, kao i pretpristupni instrument za Tursku.

Sticanjem statusa potencijalnog kandidata za pristupanje Evropskoj uniji, Crna Gora je stekla pravo korišćenja IPA. IPA je novo finansijsko sredstvo namijenjeno zemljama koje aktivno rade na pristupanju EU da bi se razvijanjem svoje uprave i usklađivanjem svog zakonskog okvira sa pravnim tekovinama EU pripremile za upravljanje finansijskim sredstvima zemalja članica. IPA se sastoji od pet komponenti: (a) podrška tranziciji i jačanju institucija; (b) regionalna i prekogranična saradnja; (c) regionalni razvoj; (d) razvoj ljudskih resursa i (e) ruralni razvoj. Sredstva iz prve dvije komponente namijenjene su zemljama potencijalnim kandidatima, dok će zemlje kandidati koristiti sredstava svih pet komponenti. Osnovni cilj IPA je da se odgovornost sa EK postepeno prenese na upravu države korisnika tj. da se uspostavi decentralizovani sistem upravljanja (DIS) evropskim fondovima, što znači da svaka zemlja korisnica mora da uspostavi sopstvene institucije za upravljanje ovim fondovima.

U sljedećoj tabeli prikazan je iznos sredstava, koji je prema Višegodišnjem indikativnom finansijskom okviru², opredijeljen za Crnu Goru kroz IPA za period 2007-2009:

¹ Council Regulation (EC) No 1085/2006 establishing an instrument for pre-accession assistance (IPA), Uredba Savjeta kojom je uspostavljen novi pretpristupni instrument- IPA uredba

² Multiannual Indicative Financial Framework 2007-2009–MIFF, Višegodišnji indikativni finansijski okvir, trogodišnji strateški dokument kojim su definisani prioriteti korišćenja pretpristupne pomoći

Komponente IPA programa za Crnu Goru	2007	2008	2009	2007-2009
Podrška tranziciji i jačanju institucija	27.5	28.1	28.6	84.2
Regionalna i prekogranična saradnja	3.9	4.5	4.7	13.1
<i>Ukupno</i>	31.4	32.6	33.3	97.3

Tabela 1. iznos opredijeljenih sredstava za Crnu Goru prema MIFF

Ova sredstva zahtijevaju uspostavljanje institucija koje će na kvalitetan način vršiti upotrebu tih sredstava, kako bi se iz njih izvukla najveća korist, uz što manje negativnih ekonomskih efekata.

Postoje tri sistema upravljanja fondovima EU:

- Centralizovani sistem upravljanja- CIS (uključujući i dekoncentrisani)
- Decentralizovani sistem zasnovan na principu ex-ante kontrole- DIS
- Decentralizovani sistem zasnovan na principu ex-post kontrole-EDIS

Kod **centralizovanog sistema** upravljanja fondovima, glavni ugovarač je EK. EK vrši izbor ugovornog partnera i korisnika sredstava, obavlja tendersku proceduru, vrši zaključivanje ugovora sa izabranom institucijom, kao i samu isplatu sredstava. Dakle, EK centralizovano upravlja projektima koji se finansiraju iz sredstava EU.

U slučaju **decentralizovanog upravljanja**, kao ugovarač nastupa zemlja korisnik, koja takođe sprovodi aktivnosti vezane za ugovor, uključujući i ugovaranje i isplatu. Nad ovim sistemom sprovođenja, EK vrši **ex-ante kontrolu**, odlučujući pri tom o svim važnim pitanjima koja se tiču ovog procesa.

Za razliku od prethodnog, decentralizovani sistem upravljanja sa **ex-post kontrolom** predstavlja sistem u kome EK prenosi sve ugovorne obaveze, kao i aktivnosti nabavke na zemlju korisnika i imenovanog naručioca posla. Ovaj sistem podrazumijeva da zemlja korisnik donosi sve odluke o nabavci bez prethodnog odobrenja EK. U ovom sistemu uloga EK se svodi na reviziju koja se vrši nakon završetka projekta.

U sljedećoj tabeli prikazani su sistemi implementacije i podjela nadležnosti između EK i zemlje korisnika sredstava EU:

Centralizovani sistem implementacije	Dekonzentrisani (centralizovani) sistem implementacije	Decentralizovani sistem implementacije
EK nastupa kao: <ul style="list-style-type: none"> • Naručilac • Finansijski administrator • Tijelo koje vrši implementaciju • Tijelo koje nadzire i vrši evaluaciju Zemlje primaoci pomoći kao učesnici nastupaju kroz proces konsultacija	Delegacija EK nastupa kao: <ul style="list-style-type: none"> • Naručilac • Finansijski administrator • Implementaciono tijelo • Nadzorno i evaluaciono tijelo Zemlje korisnici pomoći: učesnici kroz proces konsultacija	Delegacija EK nastupa kao posmatrač i kontrolor. Zemlja, korisnica pomoći nastupa kao: <ul style="list-style-type: none"> • Naručilac • Finansijski administrator • Implementaciono tijelo • Nadzorno i evaluaciono tijelo.

Tabela 2. Sistemi implementacije i podjela nadležnosti između zainteresovanih strana

Decentralizovani sistem upravljanja fondovima EU

Kako je već navedeno, uspostavljanje decentralizovanog sistema upravljanja fondovima EU zasniva se na postepenom prenošenju nadležnosti u upravljanju fondovima sa Delegacije EK na zemlju korisnicu pomoći. U procesu decentralizacije postoje dva koraka; prvi, koji se zaniva na principu ex-ante kontrole, gdje svaka odluka mora biti verifikovana od strane Delegacije EK, i drugi, koji se zasniva na principu ex-post kontrole, u kome zemlja korisnik, kroz svoje institucije, donosi odluke o postupku korišćenja dodijeljene pomoći i implementacije konkretnih projekata. Koji će od ova dva načina kontrole biti zastupljen zavisiće od zemlje korisnika, odnosno od njene sposobnosti da na pravi način upravlja ovim sredstvima. Finansijskom uredbom³, definisani su način i uslovi uspostavljanja i primjene DIS.

Sredstva dodijeljena kroz IPA predstavljaju budžet dodijeljen dotičnoj zemlji, u okviru koga ona konkuriše za određene projekte. Ovdje posebno dolazi do izražaja odgovornost uspostavljenih struktura, jer od kvaliteta predloženih projekata će zavistiti da li će EK odobriti taj projekat. Dakle, odobreni budžet ne znači da su sredstva bezuslovno stavljen na raspolaganje zemlji korisnici, odnosno ukoliko EK ocijeni da nije riječ o dovoljno kvalitetnom projektu, sredstva će ostati neiskorišćena.

Finansijska uredba propisuje slijedeće uslove koje država korisnica pomoći mora ispuniti, kako bi joj bilo omogućeno da decentralizovano upravlja fondovima EU :

³ Regulation, EC- Euratom, No 1605/2002 on the Financial Regulation applicable to the General Budget of the European Communities- Finansijska uredba EK-Euratom, br. 1605/2002, od 25 juna 2002. godine, o finansijskoj uredbi koja se primjenjuje na zajednički budžet Evropskih zajednica, dokumenat kojim je po prvi put definisan pojam decentralizacije u upravljanju EU sredstvima, kao i razgraničenje aktivnosti između pojedinih funkcija.

- efikasno razdvajanje dužnosti službenika koji odobrava i onog koji obavlja plaćanja;
- postojanje efikasnog sistema interne kontrole u postupku upravljanja;
- kao podrška projektu, postojanje utvrđenih postupaka prezentacije odvojenih računa koji prikazuju korišćenje sredstava Zajednice, i, kao druga vrsta podrške, zvanično ovjeren godišnji izveštaj o utrošenim sredstvima, koji mora biti stavljen na uvid Zajednici;
- postojanje nezavisne revizorske kuće na državnom nivou;
- transparentni, ne-diskriminatorski postupci javnih nabavki (u pogledu nacionalnosti i porijekla), kojima se isključuje bilo kakav sukob interesa.

Primjena DIS podrazumijeva da institucije, države korisnice pomoći, preuzimaju nadležnosti i poslove u sledećim oblastima:

- sprovođenje postupka javnih nabavki/raspisivanje tendera,
- sklapanje ugovora, raspodjelu sredstava EZ
- sprovođenje projekata
- povlačenje i upravljanje sredstvima EK, kao i
- podnošenje finansijskog izveštaja

Određeni broj gore navedenih operacija koje obavlja država korisnica, naročito one koje se tiču programiranja i nabavki, predmet su ex-ante kontrole i odobrenja EK i/ili Delegacije EK. Ex-ante kontrola, koja se odnosi na DIS, obuhvata niz provjera, od odobravanja sadržaja tenderske dokumentacije prije objavljivanja tendera i sastava tenderske komisije, ocjenjujući tehnička i finansijska rješenja, do odobravanja prijedloga za dodjeljivanje ugovora i potvrđivanje ugovora potpisom šefa Delegacije.

DIS strukture u Crnoj Gori

Kao početni korak u procesu uspostavljanja DIS, prema IPA implementacionoj uredbi⁴, neophodno je imenovati nosioce pojedinih funkcija i odgovornosti, kao i formirati institucije koje će, nakon akreditovanja od strane EK, biti zadužene za implementaciju programa finansiranih iz fondova EZ. Samo uspostavljanje DIS struktura, ne znači da su automatski ispunjeni uslovi za dodjelu akreditacije od strane EK. Naime, osim imenovanja funkcija, potrebno je obezbijediti pravilno funkcionisanje tijela formiranih u okviru DIS, kao i uspješnu saradnju nacionalnih institucija po pitanju korišćenja pomoći EZ.

⁴ Commission Regulation (EC) No 718/2007 of 12 June 2007 implementing Council Regulation (EC) No 1085/2006 establishing an instrument for pre-accession assistance (IPA), Uredba Komisije EZ br. 718/2007 od 12. juna 2007. godine kojom se sprovodi Uredba Savjeta EZ, br. 1085/2006 za utvrđivanje IPA- IPA implementaciona uredba.

U cilju uvođenja decentralizovanog sistema upravljanja fondovima, potrebno je izvršiti analizu sposobnosti pojedinih institucija za vršenje poslova i zadataka vezanih za decentralizovani sistem upravljanja, zapošljavanje odgovarajućeg dodatnog broja državnih službenika, kao i identifikovanje i obezbjeđenje odgovarajuće tehničke pomoći i sredstava za finansiranje dijela troškova ovih aktivnosti. Takođe, u cilju sprovođenja navedenih koraka, neophodno je identifikovati državne organe, koji će vršiti poslove vezane za decentralizovani sistem upravljanja fondovima EU i utvrditi neophodne zakonske izmjene, kao i osnovni program obuke kadrova.

Proces uvođenja DIS u Crnoj Gori formalno je iniciran potpisivanjem Okvirnog sporazuma⁵, kojim je navedeno da svaka država korisnica IPA mora da oformi odgovarajuće sopstvene institucije za upravljanje fondovima EU kroz DIS.

Odlukom Vlade Crne Gore, u martu 2008. godine, imenovane su sljedeće strukture:⁶

1. Nacionalni IPA koordinator (National IPA Coordinator-NIPAC), koji je zadužen za sveukupnu koordinaciju pomoći dodijeljene iz sredstava EZ, odnosno za programiranje, monitoring i evaluaciju programa;
2. Strategijski koordinator za komponentu regionalnog razvoja i komponentu razvoja ljudskih resursa, odnosno za 3. i 4. komponentu IPA, koju imenuje NIPAC;
3. Službenik nadležan za akreditaciju (Competent Accrediting Officer-CAO), funkcija koja je po prvi put uvedena i čija se nadležnost ogleda u davanju akreditacije NAO i staranju se da su svi postupci i aktivnosti valjano sprovode;
4. Nacionalni službenik za ovjeravanje (National Authorising Officer-NAO), koji je odgovoran za cjelokupan proces upravljanja pretprijetnim sredstvima EU i upravlja NF;
5. Nacionalni fond (National Fund-NF), tijelo koje upravlja sredstvima EU i nalazi se u Ministarstvu finansija;
6. Operativne strukture koje čine: Centralna jedinica za finansiranje i ugovaranje (Central Financing and Contracting Unit - CFCU), kojom rukovodi državni službenik za ovjeravanje programa (Programme Authorising Officer - PAO) i Jedinica za sprovođenje programa (Project Implementation Unit - PIU), kojom rukovodi Visoki službenik za programiranje (Senior Programme Officer - SPO).
7. Revizorsko tijelo (Audit Authority- AA), zaduženo za provjeru stabilnog funkcionisanja sistema upravljanja i kontrole, u skladu sa međunarodno prihvaćenim standardima revizije.

⁵ Okvirni sporazum je međunarodni sporazum potpisan 15. novembra 2007. godine, kojim su regulisana pitanja koja se odnose na decentralizovano upravljanje IPA fondom, sistemi upravljanja i kontrole koji se moraju uspostaviti, kao i načini korišćenja finansijske pretprijetne pomoći u zemlji potpisnici. Ovaj Sporazum je osnov za potpisivanje godišnjih finansijskih sporazuma.

⁶ Opis struktura i poslova funkcija DIS obrađeni su u Informaciji o uspostavljanju decentralizovanog implementacionog sistema (DIS) u Crnoj Gori, kao i u Okvirnom sporazumu.

Nakon iskustava stečenih implementacijom prve dvije komponente stvorice se jasnija slika i sagledati mogućnosti postojanja jedinstvenog CFCU ili formiranja zasebnih CFCU za svaku komponentu IPA. Iskustva iz regiona su pokazala da država formira za prve dvije IPA komponente jednu Implementacionu agenciju pri ministarstvu finansija, dok zbog karakterističnosti i obimnosti Komponente V, koja se odnosi na ruralni razvoj, neophodno je formirati posebnu IPARD agenciju, u domenu djelovanja Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede.

Iskustva drugih zemalja

Efikasno korišćenje sredstava iz IPA pomoći zahtijeva ubranu izgradnja kapaciteta institucija za efikasno upravljanje sredstvima pretprijetne pomoći. To je prvi preduslov da sredstva iz pretprijetne pomoći budu iskorišćena u maksimalnom iznosu, što je uspjele samo pojedinim zemljama u procesu približavanja EU. Iskustva okolnih zemalja pokazuju da uspostavljanje struktura DIS, i prelazak sa CIS na DIS sistem upravljanja traje nekoliko godina.

U narednoj tabeli prikazan je odnos procenta odobrenih i iskorišćenih sredstava, za pretprijetni instrument PHARE, za period 1990-2006. godine.⁷

sredstva opredijeljena u okviru PHARE instrumenta u periodu 1990-2006. godine	opredijeljeno sredstava u milionima €	procentualni iznos ugovorenih sredstava	procentualni iznos iskorišćenih sredstava
Bugarska	2328,15	73,98	60,39
Česka	917,24	90,92	89,12
Hrvatska	144,6	0,00	0,00
Kipar	338,01	23,00	16,49
Čehoslovačka	230,49	100,58	99,30
Istočna Njemačka	34,49	83,68	83,68
Estonija	346,84	89,00	87,16
Madjarska	1480,06	93,26	90,81
Letonija	423,61	90,59	87,74
Litvanija	810,27	100,32	90,48
Malta	57,11	78,23	61,01
Poljska	3995,99	91,52	88,90
Rumunija	3623,5	70,03	58,07
Slovačka	717,59	91,39	85,45
Slovenija	360,33	90,49	87,40
Turska	1861,95	55,66	35,68

Tabela 3. Izvor: Izvještaj Evropske Komisije, Radni dokument za 2006.godinu, o implementaciji programa PHARE, pretprijetnih programa, i tranzicioni programi pomoći

⁷ Izvještaj Evropske Komisije, Radni dokument za 2006.godinu, o implementaciji programa PHARE, pretprijetnih programa, i tranzicioni programi pomoći. Podaci za pojedine zemlje nijesu potpuni, s obzirom na to da su neke zemlje, npr. Hrvatska, mnogo kasnije počele da koriste pretprijetnu pomoć.

Na osnovu prikazanih podataka može se vidjeti da opredijeljena sredstva automatski ne označavaju i sredstva koja su stvarno i iskorišćena. U tome se ogleda spremnost pojedine zemlje da upravlja opredijeljenim sredstvima, jer se sredstva isplaćuju po fazama, odnosno, u zavisnosti od uspješnosti implementacije projekata u prethodnoj fazi. Iskustva govore da zemlje čije institucije kvalitetnije sprovode svoje aktivnosti, bolje iskorištavaju opredijeljena sredstva.

Slovenija je postala zemlja članica EU u maju 2004. godine, ali je taj put prelaska sa CIS na DIS trajao do 1998. godine, kada su uspostavljeni NF i CFCU. Ova zemlja je iskoristila oko 90% razvojne pomoći, što je, zajedno s Mađarskom, Češkom i Litvanijom, svrstava u zemlje koje su, zahvaljujući kvalitetno izgrađenim kapacitetima, uspjele da najbolje iskoriste sredstva dodijeljena kroz različite prepristupne oblike pomoći. Slovenija je 2006. godine prešla na tzv. prošireni decentralizovani sistem upravljanja-EDIS (Extended DIS), koji je zasnovan na ex-post principu, odnosno, principu gdje nacionalne institucije samostalno donose odluke vezane za odabir i implementaciju projekata, bez prethodnog odobrenja EK.

Bugarska je postala zemlja članica EU u januaru 2007. godine, ali su DIS institucije, CFCU i NF, osnovane Memorandumom o razumijevanju 1998, odnosno 1999. godine. Bez obzira na činjenicu da je Bugarska relativno kasno pristupila EU, proces DIS je počeo dosta rano, sada već daleke 1998/99. godine, dočim joj je prepristupna pomoć omogućena još od 1992.godine, posredstvom PHARE programa. U periodu 1999-2006. godine, Bugarskoj je dodijeljena finansijska pomoć u iznosu od 340 miliona €, koja je, kako je navedeno u Izvještaju EK iz 2006.godine, relativno dobro iskorištena (60%). Bugarske vlasti su, 2006. godine, podnijele aplikaciju za EDIS, što im je EK i odobrila naredne godine.

Događaji koji su karakterisali *Bugarsku* na putu Evropskih integracija, odnose se i na *Rumuniju*, koja je istovremeno postala članica EU. S obzirom na to da su obje zemlje implementirale isti program, to su i institucije koje je neophodno bilo uspostaviti gotovo istovremeno uspostavljene. Međutim, vremenski period za dostizanje naredne faze u procesu upravljanja EU fondovima, EDIS, je bio duži nego u slučaju svih ostalih zemalja koje su postale članice EU u maju 2004. godine. Dok je tim zemljama proces uvođenja EDIS obuhvatio period od 2 do 2,5 godine, predviđa se, da najnovijim članicama EU, proces dobijanja akreditacije EDIS zahtijeva minimum 3 godine, jer su rezultati prethodne faze bili lošiji nego u drugim zemljama.

Vlada *Turske* je, na osnovu odluke iz 2001. godine, kojom se uspostavlja DIS u Turskoj, formirala neophodne institucije DIS sistema. U skladu sa procedurom, po kreiranju ovih institucija i uspostavljanju neophodnih kontrola i procedura, administraciji Turske je

zvanično dodijeljena akreditacija za implementaciju DIS 2003. godine, što znači da je proces uvođenja DIS trajao nepune dvije godine.⁸

U *Hrvatskoj* je DIS djelimično uspostavljen početkom 2006. godine, kada je EK odlučila da prenese upravljanje programima PHARE i CARDS na institucije Hrvatske, pod nadležnošću NAO, dok su zadržani zahtjevi za ex-ante kontrolom za procese javnog nadmetanja i ugovaranja. Riječ je, dakle, o djelimičnom prenosu upravljačkih funkcija, koja je omogućila dalju decentralizaciju programa CARDS, za 2003. i 2004. godinu. Potrebno je istaći da je proces DIS započeo sredinom 2004. godine. Međutim, pretpristupni fondovi u Hrvatskoj su privremeno zamrznuti, odnosno suspendovani, zahvaljujući slabostima koje su identifikovane u procesu implementacije, tokom 2007. godine.

Što se tiče *Makedonije*, implementacija programa CARDS, koji je bio namijenjen zemljama Zapadnog Balkana, se odvijala, kao i u slučaju Srbije i Crne Gore, preko kancelarije Evropske agencije za rekonstrukciju. U periodu od 2000-2006. godine, implementacijom CARDS programa, Makedoniji je dodijeljeno 298,2 miliona €, dok Višegodišnji indikativni finansijski okvir, za period 2007-2010. godine, za tu zemlju kandidata, predviđa 401,5 miliona €, posredstvom IPA. Makedonija je aplicirala za članstvo u EU u martu 2004. godine, a dobila je status kandidata u decembru 2005. godine. U Makedoniji su uspostavljene sve DIS strukture, ali im još uvijek nije dodijeljena akreditacija, jer je EK ocijenila da institucije u okviru DIS nijesu ispunile sve potrebne zahtjeve propisane pravnim aktima EU.

Bosna i Hercegovina je započela pisanje strategije za uvođenje DIS 2005. godine, kojom su uspostavljene neophodne strukture. Zbog posebnog načina uređenja BiH kao države, tj, njene podjele na entitete, proces uspostavljanja struktura zahtijeva usklađivanja i prilagođavanja njenim osobenostima, tako da je izrada revidirane strategije u toku. Inače, za ovu zemlju, Višegodišnji indikativni finansijski okvir, za period 2007-2010. godine, predviđa 332 miliona €, posredstvom IPA.

Imajući u vidu da se u *Srbiji* primenjuje decentralizovani dekoncentrisani sistem upravljanja fondovima, konačnu listu projekata koja se prosleđuje EK utvrđuje Delegacija EK, u konsultacijama sa NIPAC, jedino imenovanom funkcijom u Srbiji. Međutim, iako je strategija o implementaciji DIS pripremljena, kao i mnogobrojni prateći strateški dokumenti koji odgovaraju potrebama EU integracija, postupak usvajanja strategije je odložen do formiranja nove vlade. Ova republika će u narednom periodu 2007-2010. godine, dobiti značajna sredstva preko IPA, i to u iznosu od 771,10 miliona €.

⁸ Treba istaći da je Turska, zbog neadekvatnih političkih prilika, još uvijek zemlja kandidat, iako je njena administracija već odavno potvrdila sposobnost samostalnog upravljanja sredstvima EZ.

Za razliku od Srbije, Makedonije, Crne Gore i Bosne i Hercegovine, koje su sredstva iz programa CARDS implementirale posredstvom kancelarije Evropske agencije za rekonstrukciju, zbog čega se administracija ovih zemalja suočila sa velikim izazovima prilikom korišćenja sredstava koje dodjeljuje EU na putu ka članstvu, *Albanija* je samostalno sprovodila projekte iz programa CARDS, što joj danas, zbog stečenog iskustva, znatno olakšava korišćenje pretpristupne pomoći. Za Albaniju je, u periodu 2007-2010. godine, Višegodišnjim indikativnim finansijskim okvirom predviđeno 306,10 miliona €, posredstvom IPA.

Pomoć EU-za i protiv?

Kakva je stvarno korist od spoljne pomoći, bilo da je riječ o pretpristupnim fondovima EU, ili pomoći koja će biti dodijeljena ulaskom u EU, putem korišćenja sredstava iz strukturnih fondova?

Dosadašnja iskustva pokazuju da pomoć nije uvijek upućena onima kojima je najviše potrebna, već onima koji su, zahvaljujući svojim položajima i učešću u pojedinim interesnim grupama, imali najviše moći da do tih sredstava i dođu.⁹ To znači da prvobitna namjena sredstava nije ispunila svoju misiju, rješavajući konkretan problem, već je završavala u rukama onih koji su tim sredstvima mogli da još više poboljšaju svoj položaj. Ovdje posebno dolazi do izražaja bitnost uspostavljanja kvalitetnih institucija, koje će na efikasan i kvalitetan način, vršiti raspodjelu tih sredstava prema važnosti projekata, i na taj način spriječiti rasipanje novca, koji je prikupljan na račun poreskih obveznika zemalja članica EU.

U pozitivne efekte korišćenja dodijeljenih sredstava spadaju: izgradnja kvalitetnih institucija, jačanje vladavine prava, podsticanje konkurencije i principa tržišne privrede, smanjenje korupcije i privrednih kriminalnih djelatnosti (preko tzv. dvostruke provjere svih dodijeljenih sredstava i poštovanje jasno definisanih pravila korišćenja sredstava), smanjenje disproporcije u razvoju pojedinih regiona, izgradnja infrastrukturnih objekata od opšteg interesa, pozitivan uticaj na demografsku strukturu stanovništva u smislu manjeg raseljavanja, kao i obezbjeđenje stanovništvu boljih uslova za život, itd.

Međutim, pozitivni efekti se ne mogu ostvariti sami od sebe i ne mogu se zasnivati na uvjerenju da će dodijeljena pomoć riješiti postojeće probleme. Potrebno je formiranje i širenje svijesti, da je pomoć privremenog karaktera i da treba da budemo spremni da samostalno rješavamo svoje probleme.

Iz navedenog, može se zaključiti da EU izdvaja znatan dio sredstava kao pomoć, i uvijek sa naznakom sposobnosti zemalja korisnica pomoći, da ih na pravilan način iskoriste, kako ne bi došlo do situacije da rastom pomoći opada njena efikasnost, što je bio slučaj u mnogim zemljama.

⁹ Miroslav Prokopijević, Evropska unija- Uvod

Pogrešan je stav da EU dodjeljuje pretpristupnu pomoć kao takvu, bez ispunjavanja određenih uslova. Prvo, neophodno je da zemlja pokaže svjesnost u postavljanju svojih prioriteta, i da se pravilno pripremi za događaje koji slijede, na način što će definisati prioritete u jednom dužem vremenskom periodu. Bez obzira na definisanje prioriteta, sredstva neće biti dodijeljena, ukoliko institucije ne pokažu ozbiljnost u pisanju projekata, kojima će se jasno definisati šta institucija želi da postigne datim projektom, koje probleme misli da riješi realizacijom projekta, kao i koliko će zainteresovane strane imati koristi od rezultata tog projekta. Drugo, po prihvatanju projekata, institucije trebaju pokazati umješnost u upravljanju sredstvima, na način propisan Finansijskom uredbom, koja sadrži principe kvalitetnog finansijskog upravljanja (tzv. sound financial management), što predstavlja osnovni preduslov za isplatu sredstava po fazama određenog projekta.

Iz prethodno rečenog, proizilazi poruka da nema jedinstvenog univerzalnog modela primjenljivog za sve zemlje. Svaka zemlja je imala neka specifična rješenja i pravila sopstvene greške. Da li je, i u kojoj mjeri, neka zemlja efikasno koristila dostupna sredstva pomoći, presudno je zavisilo od njenih apsorpcionih kapaciteta, koji su uveliko zavisili od njene administrativne osposobljenosti da prihvati raspoloživa sredstva pomoći i da koordinira i nadzire njihovu primjenu.

Literatura:

1. Council Regulation (EC, Euratom) No 1605/2002 of 25 June 2002 on the Financial Regulation applicable to the general budget of the European Communities;
2. Commission Regulation (EC) No 718/2007 of 12 June 2007 implementing Council Regulation (EC) No 1085/2006 establishing an instrument for pre-accession assistance (IPA);
3. Okvirni sporazum između Vlade Crne Gore i Komisije EZ, o pravilima za saradnju koja se odnose na finansijsku pomoć EZ Crnoj Gori, u okviru sprovođenja instrumenta pretpristupne pomoći (IPA)
4. Informacija o uspostavljanju Decentralizovanog implementacionog sistema (DIS) u Crnoj Gori
5. Miroslav Prokopijević-Evropska unija-Uvod
6. SIGMA analysis for IPA DIS in Montenegro
7. Commission Staff working document Annexes to the Report from the Commission to the Council at the European Parliament 2006, Report on PHARE pre-accession and transition instruments-Country sections and additional information
8. <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>
9. http://ec.europa.eu/grants/index_en.htm
10. www.evropa.sr.gov.yu/Evropa/PublicSite
11. http://europa.eu/abc/european_countries/eu_members/

Milika Mirković*

Uticaj globalizacije na međunarodni biznis

Abstract:

Present is marked by the new business orientation, which is related to opening of national borders in market and business sense. The main characteristic of present international business is global orientation and also less important division on local, national, regional and international markets. The world becomes more unique and accessible market for all active, competitive and superior enterprise. The enterprises increasingly implement global business strategies. Only manufacturing for global market becomes economically justifiable. So, today number of producers that are trying to utilize advantages of global market is increasing. The new technologies and innovations experience faster diffusion and affirmation on international level. Life cycle of products and technologies is shortening, as well as lagging of imitation behind innovations. There is no transition and successful economy without full opening of the markets and business interactions with successful world companies and developed economies. Globalization is demolishing national states.

Key words: *globalization; global market; openness; international business; development*

Uvod

Dokaze globalizacije možemo vidjeti na svakom koraku: kod kuće, na radnom mjestu, u velikim robnim kućama, u novinama i poslovnim žurnalima, u gradskom prevozu, u mjesečnim vladinim statistikama i u akademskoj literaturi.

Krajem devetnaestog vijeka, 17 najbogatijih zemalja svijeta su imale ekonomsku snagu koja je bila 2,5 puta veća od ekonomske snage svih ostalih zemalja zajedno. Krajem dvadesetog vijeka, ekonomska snaga 17 najbogatijih zemalja svijeta je bila 4,5 puta veća od ekonomske snage svih drugih zemalja zajedno. Početkom ovog vijeka na deset zemalja, najvećih izvoznika robe, otpadalo je oko 59% ukupnog svjetskog izvoza. Za svjetski privredni napredak i prosperitet je najzaslužnija slobodna trgovina i globalizacija. Slobodnog prostora za uspjeh je sve manje. Konkurencija je sve agresivnija uz potpunije zadovoljenje potreba potrošača. Uspijevaju samo nabrži i nakreativniji. Globano tržište je takmičarsko igralište. Potrošači ocjenjuju ko ide u drugi krug.

* Institut za strateške studije i projekcije, Podgorica

1. Terminološko određenje globalizacije

Globalizacija je rastuća liberalizacija međunarodne trgovine i investicija, i kao rezultat toga porast integracije nacionalnih ekonomija¹. Globalizacija je zapravo proces koji predstavlja rezultat ljudske inovativnosti i tehnološkog progressa, koji uslovljava integraciju svijeta kroz trgovinu, finansijske tokove, razmjenu informacija i migraciju stanovništva. U globalizaciji ključnu ulogu igra kapital.²

Proces globalizacije ne uslovljava potpunu standardizaciju, niti podrazumjeva nužno pokrivanje cijelog svjetskog tržišta. Proces globalizacije doprinosi stvaranju novog načina poslovnog razmišljanja i novih stratejskih pretpostavki za uspješno poslovanje. Ne radi se o uniformnom i jednoznačnom procesu, koji bi uslovljavao unaprijed date i jedino moguće odgovore. Odlika globalizacije je neizvjesnost i rizik. A u uslove nedostatka stabilnosti opstaju samo uspješni. Nastaje doba u kome neprestano zvuči alarm za akciju i u kome niko ne može da predvidi šta će se desiti sutra. Nema statike. Budućnost se ne može predvidjeti, ona se mora stvoriti. Događaje treba stvarati, a ne posmatrati iz prikrajka. Nema totalne globalizacije tržišta, niti totalnih globalnih strategija. Postoje procesi tržišnog približavanja, tržišnog prelijevanja efekata i ujednačavanja tržišnih zahtjeva u najširim svjetskim razmjerama. Osnovno oruđe za rad i pokretačka snaga društva nije više mašina, zemlja ili kapital, već znanje. "Da bi uspjeli u poslu, danas je neophodno okupiti dobro stado mozgova"³.

Globalizacija je realna posledica dostignutog razvoja. U uslovima globalizacije dolazi do slobodnog kretanja kapitala, rada, ideja i informacija u svjetskim razmjerama. Nadmoć tehnologije, kapitala, menadžmenta i marketinga nad državom i njenom regulativom pojedinih zemalja predstavlja interes globalnog biznisa.

Globalizacija širi prostor za ispoljavanje imaginacije i kreativnosti. Na globalnom tržištu se dobija prilika za ispoljavanje jedinstvenosti. U novoj sredini nemoguće je baviti se biznisom na uobičajen način. Potreban je neuobičajen biznis. Drugačiji. Inovativan. Nepredvidljiv. Pun iznenađenja. Samo je jedan put ka vrhu – raditi nešto drugo. Nešto što niko prije nije radio. Smišljati novitete, tako da se, bar na tren postigne jedinstvenost i monopol na tržištu.

Svjetsko tržište je mnoštvo različitih interesa. Jedan od ključnih izazova međunarodnog biznisa je suočavanje sa velikim tržišnim heterogenostima i prevazilaženje poslovnih ograničenja koja iz toga proizilaze.

¹ David Henderson, "The Changing International Economic Order: Rival Visions for the Coming Millennium", Melbourne Business School, 1999.

² Prof.dr Veselin Vukotić, "Opasne riječi", Podgorica, CID, 2006.

³ Jonas Riderstrale, Kjel Nordstorm, "Funky business", Plato, Beograd, 2004.

2. Obilježja globalnog poslovnog okruženja

Promjene u globalnom poslovnom okruženju su takve prirode da se povećava stepen međuzavisnosti pojedinih dijelova svijeta, kao i realna dostupnost do svakog dijela današnje planete.

Faktori koji podstiču globalnu međuzavisnost pojedinih privreda, privrednih djelatnosti i preduzeća su višestruki i različito komponovani po pojedinim tržištima i industrijskim granama. Osnovna obilježja današnjeg poslovnog okruženja su:

- Postoji sve naglašenija tendencija većine zemalja u svijetu ka podržavanju i stimulisanju slobodne svjetske trgovine uz smanjivanje trgovinskih barijera.
- Dolazi do promjene odnosa i očekivanja većine zemalja u razvoju prema multinacionalnim kompanijama i stranim direktnim investicijama. Napušta se negativan odnos prema stranom kapitalu i obezbjeđuje pravna sigurnost stranim firmama u većini zemalja.
- Mnoge zemlje u razvoju usvajaju i aktivno primjenjuju izvozno orijentisanu razvojnu strategiju. Izvozna strategija se dobrim dijelom realizuje kroz mrežu afirmisanih multinacionalnih transnacionalnih kompanija u svijetu.
- Tendencija ka regionalnom ekonomskom i tržišnom povezivanju je sve prisutnija.
- Pojavljuje se sve veći broj tržišnih segmenata transnacionalnog i globalnog karaktera, kao rezultat cross-kulturnog preplitanja i homogenizacije ponašanja potrošača
- Povećana je i olakšana mobilnost faktora proizvodnje u svjetskim razmjerama. Radi unapređivanja globalne konkurentnosti, ili produžavanja životnog ciklusa proizvoda, dolazi do seljenja proizvodnje prema onim zemljama koje raspolažu jeftinijim resursima (ljudskim ili materijalnim).
- Najnoviji razvoj tehnologije u domenu proizvodnje dodatno potencira značaj međunarodnog poslovanja. Robotizacija i kompjuterizacija procesa proizvodnje značajno smanjuju troškove po jedinici proizvoda i pogotovo učešće troškova radne snage u finalnoj cijeni proizvoda.
- Povećanje ulaganja u istraživanje i razvoj i osvajanje novih tehnologija dodatno potencira značaj ekonomije obima i nužnost proizvodnje za potrebe svjetskog tržišta u cjelini.

Najnoviji razvoj komunikativnih tehnologija i elektronskih informacionih sistema su značajno doprinijeli približavanju pojedinih dijelova svijeta, povećali značaj i olakšali obavljanje međunarodnih poslovnih operacija. Došlo je do stvaranja moćnih transnacionalnih i globalnih komunikativnih mreža.

3. Otvorenost i integracija – osnov ekonomskog rasta

Promjene u globalnom poslovnom okruženju su takve da se povećava stepen međuzavisnosti pojedinih djelova svijeta, kao i realna dostupnost do svakog dijela današnje planete. To dodatno potencira značaj međunarodnog poslovanja i nužnost međunarodne poslovne orijentacije, kako za preduzeća koja dolaze iz razvijenih, tako i za preduzeća koja dolaze iz nerazvijenih zemalja. Za preduzeća koja dolaze iz zemalja u tranziciji međunarodno poslovna orijentacija predstavlja osnovni pravac njihovog tržišnog osposobljavajnja i približavanja praksi afirmisanih međunarodno orjentisanih kompanija u svijetu. Nijedno tržište ne može da se razvija izolovano i u vakuumu. Nema tranzicije i uspješne privrede bez potpunog otvaranja tržišta i preplitanja poslovne prakse sa poslovanjem afirmisanih svjetskih kompanija i razvijenih privreda. U globalnom selu se ne može uspjeti sam. Potrebno je naći partnere svjetske klase. Potreban je najbolji arhitekta, najbolji dobavljač, konsultant. Najbolji, ali ne najbliži. Sastavni djelovi Ford Eskorta proizvode se u petnaest zemalja svijeta. To nijesu samo sirovine, već i gotove komponente i čitavi sistemi koji stižu iz međunarodne mreže podugovarača i dobavljača. A automobili se sklapaju u Velikoj Britaniji ili u Njemačkoj⁴.

Pozicija pojedinih zemalja će dominantno zavisiti od njihovog aktivnog odnosa prema savremenim trendovima razvoja tehnologije i tržišta. Na taj način, poslovni ljudi i firme sve više shvataju da ne mogu računati na domaći konkurentski prostor nego da moraju ispoljavati viziju konkurentskih odnosa i trendova u međunarodnim i svjetskim razmjerama. Teodor Levit (Theodore Levitt), polazeći od potrebe globalizacije, sugeriše da će preduzeće morati da prilazi svijetu kao jednom velikom tržištu, ignorišući površne regionalne i nacionalne razlike⁵. Jenostavno, angažman u globalnoj ekonomiji obezbjeđuje kapital kao gorivo za budući rast.

Globalizaciji se nije moguće suprotstaviti zatvaranjem u nacionalne granice jer to vodi u tehnološku ekonomsku i socijalnu stagnaciju i čak nazadovanje. Potrebno je sprovesti strategiju miješanja kultura koje vodi hibridizaciji, odnosno uzajamnom oplodivanju. Za postizanje uspješne pozicije na globalnom tržištu dolazi do repozicioniranja zemalja i kompanija. To podrazumijeva period dodatnog inteziviranja procesa tranzicije, globalnih procesa privatizacije, deregulacije i demonopolizacije u većini tržišnih privreda. Kao rezultat globalnog repozicioniranja na svim nivoim, dolazilo je do naglašavanja poslovne saradnje i kooperacije, strateškog partnerstava i alijansi. Mnoge kompanije su ušle u novu razvojnu fazu dodatne internacionalizacije već internacionalizovanog biznisa. Svi adekvatni međunarodni poslovni akteri počeli su intezivnije da tragaju za prepoznatljivim organizacionim odgovorom na izazove globalne konkurencije.

⁴ Financial Times Handbook of Management, FT/Pitman, London

⁵ Dr Branko Rakita, Medjunarodni marketing, Ekonomski fakultet Beograd, Beograd 2001.

Ekonomski prostor se širi. Maršal Maklaun je šezdesetih godina zamislio svijet kao globalno selo. Sada je ono realnost. Putujemo kopnom i svim morima svijeta. Imamo globalne satelitske kanale, strane časopise, televizijske emisije, filmove, muziku...

Svjetski poznati i dobro afirmisani sportista Vlade Divac iz Srbije, vozi se autom koji je dizajniran u Njemačkoj, a sastavljen u Meksiku od strane Daimler-Chrysler, od komponenti koje su napravljene u SAD i Japanu od uvoznog koreanskog čelika i malezijske gume. Sportista priča sa finansijskim savjetnikom preko Nokia mobilnog telefona, koji je dizajniran u Finskoj i sklopljen u Teksasu, koristeći čipove koji su napavljeni na Tajvanu, a dizajniran od strane indijskih inženjera koji rade u Kaliforniji. Na radiju sluša pjesmu čuvene danske grupe. To je svijet gdje količina dobara, usluga i kapitala, prolazeći kroz nacionalne granice, se uvećava brže nego svjetski autput svake godine. To je svijet u kome živimo. To je svijet međunarodnog i globalnog biznisa koji je postao sveprisutan oko nas.⁶

4. Efekti globalizacije

Globalizacija širi mogućnost izbora, poboljšava kvalitet proizvoda, i vrši pritisak na smanjenje cijena. Doprinosi i dobiti radnika, povećavajući realne vrijenosti njihovih plata. Transferiše bogatstvo od ranije izolovanih proizvođača ka novim liberalnim potrošačima, gdje dobiti potrošača prevazilaze gubitke proizvođača.

Na ograničenom tržištu potrošači su često morali da se zadovolje lošim servisom, previsokim cijenama i lošim kvalitetom robe, jer nije bilo konkurencije koja bi natjerala domaće proizvođače da izlaze u susret zahtjevima njihovih potrošača.

Otvaranjem ekonomije i sve većom izolovanošću globalnom tržištu nastaje sve agresivnija konkurencija globalnog karaktera. Globalnu konkurenciju karakteriše ponuda proizvoda visokog kvaliteta i pouzdanosti, uz prihvatljive cijene koje rezultiraju i sniženjem troškova proizvodnje. Time se razbija tradicionalna predstva o direktnoj povezanosti nivoa kvaliteta i visine troškova. Ovo je moguće postići jedino uz širenje tržišnog horizonta pri planiranju strategije rasta i razvoja. I ona preduzeća koja nemaju međunarodnih tržišnih ambicija, moraće da razmišljaju o svjetskim tendencijama u razvoju djelatnosti kojoj pripadaju.

Globalna konkurencija je mnogo oštrija i uočljivija. Globalni konkurenti su vidljivi i prepoznatljivi, nema ih mnogo i nastoje da blokiraju kretanja jedan drugom na ključnim tržištima ili oko njih. Pojavno izgleda da je praćenje konkurenata važnije od želja potencijalnih potrošača. Međutim, nema većeg interesa za potrošača od toga da se pojedini konkurenti međusobno i vrlo oštro takmiče i nadmeću u što boljem zadovoljavanju njegovih potreba. U uslovime globalizacije više ne postoji bezlični,

⁶ Dr Branko Rakita, Međunarodni biznis i menadžment, Ekonomski fakultet Beograd, CID Beograd, 2006. godine

ponizni i lojalni kupac. Moć prelazi iz ruku prodavca u ruke kupca. Kupac je zahtjevni direktor, a preduzeće radnik.

Ekonomska relnost je da se svako takmiči sa svakim. Svi smo u jednoj globalnoj konkurenciji. Pojedinci, kompanije, država – svi se takmiče. Danas je sve više prisutno takmičenje u znanju i brzini. Za poslovanje je potrebno stalno učenje i usavršavanje, kako bi se što bolje orjentisalo u novom vremenu. "Komponente dobijate uredno spakovane u kartonske kutije, ali uputstva za sklapanje nema"⁷. U globalizaciji ne postoji znak za ograničenje brzine. Direktor Northern Telecoma, Dejvid Vajs je rekao: "U budućnosti ćemo imati samo dvije vrste kompanije – brze i mrtve"⁸. Kompanije su brze ili zaboravljene. Na primjer u Tokiju se može naručiti Toyota po sopstvenim specifikacijama u ponedjeljak i voziti je u petak. Potrebno je juriti naprijed najvećom brzinom, raskopavajući put za sobom. Konkurencija se zasniva na vrijednosti. Uspijevaju samo oni koji poštuju i imaju osjećaj za drugačije sisteme vrijednosti.

Današnja tržišta su virtuelna i internacionalna, a ne nacionalna. Informacije ne znaju za granice. Od konkurencije, kompanije dijeli samo klik mišem ili "Enter". Internet omogućava lakšu i bolju organizaciju rada, dostizanje mnogo većih i udaljenijih tržišta, troškovi distribucije su mnogo manji... a sve bez obzira na udaljenost i nacionalne granice. Pozicija pojedinih preduzeća na svjetskom tržištu zavisi od brzine prilagodjavanja i adekvatnog konkurentskog i poslovnog profilisanja. Akcenat se stavlja na kreiranje strategijske i konkurentске prepoznatljivosti. Opstanak u globalnoj utakmici se vezuje za isticanje različitosti i drugojakosti kroz razvijanje nacionalne kulture. Poštovanje pravila ubuduće više neće garantovati konkurentnost. Stara pravila se krše, a nova se usvajaju. Uspjeh zavisi od toga da li je kompanija u stanju da ospori opšteprihvacene stavove i da u šahovskoj pariji, svog pješaka pomjeri sa pozicije A2 na E7 u jenom potezu.

Na tržištu radne snage, zaposleni ne trebaju sistemsku podršku širokih socijalnih mreža. U visoko konkurentnim otvorenim ekonomijama plate određuje tržište, a ne kolektivni ugovor. U tom slučaju, radnici su motivisani da se takmiče jedan protiv drugog kako bi sačuvali svoja radna mjesta i profitabilnost svoje proizvodnje.

Najrentabilniji konkurent postaje onaj koji iskoristi prednosti globalnog tržišta i cijeli svoj poslovni sistem projektuje u skladu sa tim. Kada se definiše globalni karakter posla traži se tehnologija širom svijeta, koja će biti podobna za najveći broj tržišta. Kada se oblikuje proizvod, ide se za tim da on bude prihvatljiv u maksimalnom broju zemalja, da stigne do maksimalnog broja (međusobno sličnih) tržišnih segmenata, ili da bude lako prilagodljiv za različita tržišta. Pri aktiviranju proizvodnje, traže se izvori sa najnižim troškovima (npr. Malezija – za prostu elektroniku, Šri Lanka – za tekstil, Tokio – za poluprovodnike,

⁷ Jonas Riderstrale, Kjell Nordstorm, "Funky business", Plato, Beograd, 2004.

⁸ Peters, T, Liberation Management, Alfred P. Knopf, New York, 1992

Evropa – za preciznu mehaniku) i tako se projektuje adekvatan proizvodni sistem u međunarodnim razmjerama.

Manje razvijene zemlje trebaju najviše da dobiju uključujući se u globalnu ekonomiju. Kao prvo, dobijaju pristup mnogo većem tržištu, kako za uvoz tako i za izvoz. Na strani uvoza, potrošači dobijaju pristup daleko većem asortimanu proizvoda i usluga, povećavajući tako sopstveni standard. Domaći proizvođači, s druge strane, dobijaju pristup širem asortimanu i boljem kvalitetu inputa po nižim cijenama. Takođe, one zemlje koje se otvaraju međunarodnoj trgovini i investicijama, dobijaju pristup mnogo većem nivou tehnologije. Otvorenost globalnoj ekonomiji može obezbjediti infrastrukturu koju ekonomija u razvoju treba za rast. Strani kapital može finansirati tradicionalne tipove infrastructure, kao što su luke, elektrane i sl.

5. Nacionalna država postaje irelevantna

Postoji čvrsta veza između otvorenosti ekonomije i ekonomskog rasta. Globalizacija se odnosi na rastuću ekonomsku liberalizaciju između nacionalnih granica. Slobodno tržište je samoregulišuća sila, kao u riječima Adama Smita “vođena nevidljivom rukom”, dovodi do većeg prosperiteta. Mnoge zemlje su se pomirile sa globalizacijom ne zbog praćenja slijepe ideologije, nego uvidjevši neuspjeh drugih alternativa. Upravo te zemlje su došle do zaključka da širenje slobodnog tržišta i institucija koje ga podržavaju, nudi veću nadu za pravilniju raspodjelu plodova prosperiteta među zemljama.

Nacionalna država više nije relevantna analitiška jedinica. Mijenja se postulat: “Radite šta želite, ali samo do određene granice“ postulat “Radite šta želite“. Studenti koji žele da studiraju u inostranstvu ne brinu mnogo za nacionalne države, niti one ograničavaju njihov izbor. Poslodavcima nije bitno da li ekspert dolazi iz Indije, Japana, Evrope ili SAD. Jedino što ih zanima je koji je najbolji od njih. Turiste ne zanimaju nacionalne granice, oni biraju gdje su najljepše plaže. Kompanije ne otvaraju različita predstavništva u Finskoj, Norveškoj i Švedskoj, kad može jedno za sve skandinavske zemlje. Ili, dovoljno je jedno predstavništvo za njemačko govorno područje. Više nije bitna geografija – jezik, kultura, životni stil su mnogo relevantniji.

S ekonomske tačke gledišta nacionalna država ispušta dizgine moće iz svojih ruku. Nacionalna država je mala za donošenje nekih odluka. Nezaposlenost, zagađenje životne sredine, siromaštvo... su pitanja koja se rešavaju na višem nivou. Globalizacija ruši državu blagostanja. Novo “društvo blagostanja“ više nije država zatvorenog tržišta, sa svojom valutom, visokim porezima i visokim socijalnim davanjima. Današnje društvo se odlikuje otvorenošću i integrisanošću sa svijetom kroz mobilnost znanja i kapitala. Globalizacija je uslovila kraj ekonomske geografije.

Globalizacija nema vidljivih interesa da jača demokratske institucije ili da daje društvu više resursa nego što joj to odgovara. U svom jezgru ona nema ideju koja bi podrazumijevala pravedniju raspodjelu bogatstva i na taj način ublažila ekonomsku nejednakost kako u pojedinačnim državama, tako i u svijetu. Trend razvoja savremene globalne ekonomije kreće se u pravcu rastuće nekompatibilnosti između nacionalnih država sa jedne i proizvodnje i investicija sa druge strane.

Privatizacija, demonopolizacija i deregulacija postaju opšti trendovi u svijetu. Uz što veću afirmaciju tržišne logike i tržišnog mehanizma u globalnim razmjerama, tržišni potencijal od preko dvije milijarde ljudi, bi se prirodnije i potpunije integrisao u ukupni tržišni potencijal svijeta. Nužno je mijenjati razvojne orjentire i prioritete i način poslovnog razmišljanja ka globalnom tržištu.

Zaključak

Ključ za rešavanje zagonetke uspjeha je razumijevanje i uspostavljanje pravog odnosa između globalizacije, biznisa i države. Otvorenost ekonomije i integracija sa ostatkom svijeta predstavljaju osnov za ekonomski rast.

Da bi se pridružile onima koje već prednjače u postizanju impresivnog privrednog rasta, većina zemalja mora prihvatiti sledeća pravila: učiniti privatni sektor glavnim motorom ekonomskog rasta, održavati inflaciju na niskom nivou a cijene stabilnim, smanjiti veličinu državne birokratije, eliminisati ili ići na smanjenje uvoznih tarifa, otkloniti restrikcije stranim investicijama, osloboditi se kvota i nacionalnih monopola, povećati izvoz, deregulisati tržište kapitala, obezbjediti konvertibilnost valute, otvoriti sopstvene industrije i berze hartija od vrijednosti stranim ulagačima, eliminisati državnu korupciju, otvoriti bankarski i telekomunikacioni sistem privatnom vlasništvu i konkurenciji.

Literatura:

1. Andrés Solimano, *Globaliation and national development at the end of 20th century: tensions and challenges*
2. Frankel Jeffrey, *Globalization and economy*, 2000
3. Miletić Dejan, *Ekonomska globalizacija kroz prizmu sociologa i ekonomista*, Univerzitet "Braća Karić", 2007, Beograd
4. Miletić Dejan; Thomas Valenthine, *Neki aspekti odnosa biznisa i države u uslovima globalizacije – sa posebnim osvrtom na aktuelno stanje u Srbiji*, Univerzitet "Braća Karić", Beograd, workpaper
5. Milisavljević Momčilo, *Proces globalizacije svjetske privrede*, Ekonomski fakultet, Beograd, workpaper
6. Nikolić Goran, *Uticaj spoljne trgovine na ekonomski rast*, Economic Annals N^o 165, April – June 2005, workpaper

7. Rakita Branko, *Međunarodni marketing*, Ekonomski fakultet, 2005, Beograd
8. Rakita Branko, *Međunarodni biznis i menadžment*, Ekonomski fakultet, 2006, Beograd
9. Riderstrale Jonas, Nordstorm Kjell, *Funky business*, Plato 2004, Beograd
10. Thurow Laster, Lessard Donald, *Globalization of business strategies in the 21st century*, Conference Minutes, 2002, workpaper
11. Internet strane: www.psee.edu.cg.yu
www.globalization101.org
www.witiger.com/internationalbusiness/globalization.htm

Vladimir Drobnjak*

Korporativne obveznice kao vid finansiranja crnogorskih kompanija

Abstract

This paper is about corporate bonds, as potential instrument of financing companies. This kind of financing is well known abroad, but on the bond market in Montenegro, corporate bonds have not been traded yet. Aim of this paper is to describe benefits and risks of issuing corporate bonds for Montenegrin companies, types of corporate bonds and procedures that are necessary before issuing.

Special part is related with the Montenegrin bond market and finding the answer to the question why Montenegrin companies don't finance their growth and development by issuing corporate bonds.

Key words: *issuing corporate bonds, company's credit quality, coupon rate.*

Uvod

Korporativne obveznice predstavljaju dužničke hartije od vrijednosti koje emituju korporacije i prodaju ih investitorima. Sposobnost emitenta da zaradi od budućeg poslovanja predstavlja garanciju da će emitent vratiti investitorima uloženi novac, koji obično dospijeva polugodišnje. U nekim slučajevima, osnovna sredstva kompanije mogu biti korištena kao pokriće za izdavanje obveznica.

Smatra se da korporativne obveznice imaju veći rizik od državnih obveznica. Kao rezultat toga, one imaju i veće kamatne stope.

Ova vrsta obveznica se obično izdaje u apoenima od 1000 € i ima standardne kupone. Korporativne obveznice mogu imati i mogućnost opoziva što u slučaju promjenjivih kamatnih stopa, omogućava emitentu otkup obveznice prije datuma dospijeca.

Korporativne obveznice predstavljaju, uz pozajmice od banaka, glavni izvor kapitala za finansiranje raznih vrsta poslovanja. Uopšteno govoreći, kompanija koja želi da emituje obveznice potrebno je da ima konstantan potencijal za zaradu kako bi mogla ponuditi bolje kamatne stope¹. Veći kreditni rejting kompanije će omogućiti izdavanje većeg iznosa korporativnih obveznica.

* Komisija za hartije od vrijednosti Crne Gore

¹ Izvor: www.investopedia.com

Vrste korporativnih obveznica

Šta korporativne obveznice, u stvari, omogućavaju emitentima koji ih mogu izdavati?

Prije svega, još jedan od načina za prikupljanje kapitala potrebnog za rast i razvoj. Za razliku od naših, kompanije u razvijenijim zemljama rjeđe u svojoj strukturi kapitala koriste kao izvor zaduživanja kreditno zaduživanje. Mnogo češće se kreditni odnosi sa povjericima regulišu emitovanjem obveznica.

Emisija korporativnih obveznica kompanijama nudi nekoliko prednosti u odnosu na bankarski kredit. Prva prednost je u tome da obveznice obično pružaju povoljnije uslove finansiranja nego ekvivalentni bankarski kredit, u velikoj mjeri zbog toga što rizik snosi veliki broj investitora na finansijskom tržištu. Druga prednost je u tome što emitovanje obveznica emitentu daje mogućnost kreiranja posebnih karakteristika obveznica, koje se ne mogu kreirati uzimanjem bankarskog kredita. Na primjer, neke obveznice se mogu konvertovati u obične akcije (convertible bonds) ili imati druge karakteristike koje im se daju. Postoji više vrsta korporativnih obveznica koje pružaju mnoge mogućnosti za svoje emitente:

Osim konvertibilnih obveznica, postoji još dosta vrsta obveznica koje nude mnoge povoljnosti, kao što su npr. **opozive obveznice** (callable bonds) koje omogućavaju kompaniji koja se zadužuje da otplati obveznicu u bilo kom trenutku prije roka dospijea. Kompanija će iskoristiti to pravo da otkupi obveznice ukoliko tržišne kamatne stope opadnu nakon zaduživanja. Znači, kompanija koja je emitovala obveznicu sa npr. 12% kuponske kamate u vrijeme kada su kamatne stope bile visoke, opozvaće obveznicu ukoliko kamatne stope opadnu na 10 %.

U slučaju **prodajnih obveznica** (puttable bonds), kupcima obveznica omogućeno je da obveznice po nominalnoj vrijednosti prodaju kompaniji koja ih je emitovala u slučaju nastanka određenog događaja, kao što je recimo, otkup preduzeća putem zaduživanja (leveraged buyout²).

Još jedna mogućnost kod obveznica jeste **mogućnost produženja roka dospijea** (extendible bonds), gdje kupac obveznice zadržava pravo da produži rok dospijea obveznice.

Kada kompanija emituje obveznicu, plaćanje kamate po osnovu obveznice ima oblik kuponskih plaćanja, obično svakih šest mjeseci. Generalno, kuponska kamata se određuje u trenutku emisije na osnovu tekućih tržišnih kamatnih stopa i ostaje fiksna sve vrijeme trajanja obveznice. Takva obveznica se zove obveznica sa **fiksnom kamatnom stopom**.

² Leverage buyout, LBO, to je akvizicija, uglavnom finansirana zaduživanjem; Corporate finance, Aswath Damodaran, 2007.

Druga varijanta obveznica nastala je kao odgovor na veću inflaciju i veću nestabilnost kamatnih stopa. Ni kompanije ni investitori nijesu više bili voljni da se na duži vremenski period zarobe s istom kuponskom kamatom. Investitori su brinuli da će ih povećanje tržišnih kamatnih stopa dovesti u situaciju da ostvaruju suviše nisku kuponsku kamatu, dok su kompanije brinule da će morati da nastave sa plaćanjem visoke kuponske kamate, ukoliko kamatne stope opadnu. Kao rezultat toga, kuponske kamate na neke dugoročne obveznice bile su povezane sa promjenama tržišnih kamatnih stopa u određenom periodu. Te obveznice se nazivaju **obveznice sa fluktuirajućom kamatnom stopom (floating rate bonds)**. Kod ovih obveznica kamata koja se plaća varira iz perioda u period, u zavisnosti od tržišne kamatne stope za koju je vezana, odnosno indeksirana. Najčešće korišćene stope za indeksiranje su londonska međubankarska kamatna stopa – London interbank borrowing rate (LIBOR), kamatna stopa na državne zapise i američka međubankarska kamatna stopa (prime rate).

Iako zajmodavci imaju prioritarno potraživanje u odnosu na imaoce vlasničkih hartija od vrijednosti koje se namiruje iz imovine kompanije u slučaju stečaja ili likvidacije, svi oni nemaju jednak prioritet potraživanja. U mnogim kompanijama obveznice s najnižim prioritetom potraživanja koja se namiruju iz novčanih tokova i imovine kompanija nazivaju se **neobezbijedene obveznice** (unsecured bonds), kojima kao sredstvo obezbjeđenja ne služi određena imovina kompanija, već njegov rezultat poslovanja. Ove neobezbijedene obveznice nazivaju se **dugoročne neobezbijedene obveznice** (debentures), ukoliko im je rok dospjeća duži od 15 godina i **srednjoročne neobezbijedene obveznice** (notes), ako im je rok dospjeća kraći od 15 godina. Iako su te obveznice garantovane samo sposobnošću kompanije da ostvari zaradu, one obično imaju **određbu o zaštiti potraživanja** (negative pledge clause), koja sprječava da njihovo potraživanje bude nižeg prioriteta u odnosu na potraživanja vlasnika novih obveznica koje kompanija može emitovati. Znači, iako kompanija u narednim periodima emituje obezbijedene dužničke hartije, kamata na dugoročne neobezbijedene obveznice isplatiće se prije kamate na obezbijedene obveznice. Emitovanje neobezbijedenih obveznica najmanje opterećuje emitenta kada dođe do nove emisije, ali investitori te obveznice takođe smatraju rizičnijim, pa logično, kao rezultat toga traže veće kamatne stope.

Neobezbijedene obveznice koje daju potraživanja nižeg prioriteta u odnosu na potraživanja drugih vlasnika obveznica nazivaju se **neobezbijedene dugoročne obveznice sa sporednim potraživanjima** (subordinated debentures). Ove vrste obveznica kompanije rado emituju zato što im pružaju mogućnost da se na taj način zadužuju, a da to ne utiče na prioritet potraživanja njihovih glavnih povjerilaca. Kupci ovakvih obveznica, u slučaju neizmirenja obaveza od strane kompanija, prihvataju da njihova potraživanja budu nižeg prioriteta u odnosu na povjerioce sa glavnim potraživanjima; u skladu sa tim, oni zahtijevaju veće kamatne stope nego što bi tražili u slučaju obezbijedenih obveznica. Druga vrsta neobezbijedenih obveznica, gdje se kamata na obveznicu plaća samo u

slučaju da kompanija ostvaruje prihod su **prihodne obveznice** (income bond). Prihodne obveznice tipično imaju karakteristiku kumulativnosti, odnosno kamata se kumulira i plaća kada se u budućnosti ostvari zarada. Ove obveznice su takođe rizičnije i trebalo bi da nose veću kamatnu stopu.

Obezbijedena potraživanja nalaze se na prvom mjestu prioriteta jer se određena imovina kompanije zalaže kao sredstvo obezbjeđenja tih potraživanja. U slučaju neizmirenja obaveza ta imovina predstavlja osnov za namirenje potraživanja obezbijedenih povjerilaca. Dalje, kompanija tu imovinu ne može da zamijeni ili proda bez saglasnosti vlasnika obveznica sa obezbijedenim potraživanjima, čime se smanjuje sposobnost kompanije da lako donosi odluke o investicijama ili otuđenju imovine. Zauzvrat, međutim, kompanija je u stanju da smanji kamatu koju plaća na dužničke hartije jer se smatra da je takva hartija manje rizična. Jedan poseban slučaj obezbijedenog duga predstavljaju **hipotekarne obveznice** (mortgage bond), koje su obezbijedene nepokretnom imovinom, kao što su zemljište ili zgrade. Drugi slučaj predstavljaju **založne obveznice** (collateral bond), koje su obezbijedene likvidnim hartijama od vrijednosti. Na primjer, kompanija koja je akumulirala 100 miliona eura u vidu državnih obveznica taj portfolio može da koristi kao osnov za založnu obveznicu, koja je obezbijedena tim državnim obveznicama.

Hipotekarne kao i založne obveznice mogu se posmatrati kao vrsta **dužničkih hartija od vrijednosti obezbijedenih imovinom**³ (asset-backed borrowing), gdje se određena imovina kompanije koristi za obezbjeđenje potraživanja. Tokom posljednjih godina, imovina koja se može koristiti za obezbjeđenje hartija od vrijednosti se proširila, tako da sada ne uključuje samo osnovna sredstva, kao što su zgrade, već i imovinu kao što su potraživanja. Na primjer, u USA, 1997. godine kompanije su emitovale 26,9 milijardi dolara u vidu obveznica, a kao obezbjeđenje su poslužila potraživanja po osnovu kreditnih kartica i 14,5 miliona dolara potraživanja po osnovu prodaje automobila na kredit.

Da li ovoliko mogućnosti imate ako tražite kredit kod poslovne banke?

Treba reći nešto i o mogućem djelovanju povjerilaca koji su investirali novac u ovu vrstu hartija od vrijednosti. U pogledu izvršavanja obaveza prema emitovanim obveznicama kompanije moraju biti veoma oprezne, jer jedna od osnovnih karakteristika ovog načina finansiranja je da ukoliko kompanija nije u stanju da izvrši obaveze prema povjeriocima, tj. vlasnicima obveznica u pogledu isplata kamata i glavnica, oni imaju pravo da preduzmu čitav niz mjera, od zabrane isplate sredstava akcionarima, preko zaplijene imovine do likvidacije i otvaranja stečajnog postupka. Najradikalnija mjera je likvidacija kompanije. Do nje dolazi ukoliko su obaveze po osnovu duga veće od vrijednosti kompanije. U tom slučaju, vlasnici instrumenata duga imaju pravo da prodajom preostale aktive preduzeća djelimično izmire svoja potraživanja.

³ Izvor: Corporate finance, Aswath Damodaran, 2007.

Ko izdaje korporativne obveznice?

Svi emitenti koji izdaju korporativne obveznice su grupisani po različitim industrijama. U okviru njih postoje neciklične i ciklične. „Neciklične“ industrije su one sa stabilnim prihodima i zaradama. „Ciklične“ su one kod kojih prihodi i zarade variraju.

Emitenti su, takođe, grupisani po kreditnom rejtingu. Finansijski rizične kompanije koje imaju visok nivo dugova i nestabilne prihode i zarade zovu se „junk“ bonds ili obveznice sa jako niskim rejtingom i spadaju u kategoriju „below investment grade“. Obveznice sa većim kvalitetom spadaju u grupu „investment grade“.

Postoji nekoliko glavnih klasifikacija o tome ko emituje korporativne obveznice:

- Javne kompanije – kompanije iz oblasti telekomunikacija, električne energije, prenosa gasa, proizvodnja vode.
- Kompanije koje se bave transportom – avio transport, željeznice, autoputevi.
- Industrijske korporacije – proizvođači, rudarske kompanije, kompanije koje proizvode energiju, maloprodaja, usluge.
- Kompanije koje pružaju finansijske usluge – banke, osiguravajuće i brokerske kuće i druge finansijske kompanije.
- Konglomerati – koji uključuju kombinaciju nekoliko različitih biznisa.

Benefiti investiranja u korporativne obveznice?

Investitori kupuju korporativne obveznice zbog toga što postoji dosta prednosti prilikom investiranja u ovaj dio tržišta kapitala. Neke od prednosti su:

- Sigurnost. Obveznice se izdaju tako što prije toga kompanija dobije rejting. Što je veći rejting kompanije, to će biti sigurnija investicija u tu emisiju korporativnih obveznica.
- Stabilan prinos se može očekivati od ovih obveznica. To je, takođe, dobar način da se zaštiti glavni dio kapitala, dok se istovremeno ostvaruje atraktivan prihod od investicije.
- Diversifikacija. Postoji širok izbor sektora, biznisa, kompanija, koje emituju ove obveznice (za sada samo u inostranstvu) što pruža mogućnost izbora gdje investirati svoj novac.
- Visok povrat. Kamatne stope korporativnih obveznica u poređenju sa ostalim obveznicama su veće, što ove obveznice čini atraktivnim za ulaganje.

Rizici prilikom investiranja u korporativne obveznice?

Evo nekih od rizika:

- Kreditni rizik. Obveznice izdate od emitenata sa niskim kreditnim rejtingom mogu donijeti visoke kamatne stope, ali one nose i veći rizik, prije svega u mogućnosti kompanije da otplati sve preuzete obaveze.
- Tržišni rizik. Rizik korporativnih obveznica je usko je povezan sa fluktuacijom čitavog tržišta. Ukoliko je na tržištu izražena volatilitnost cijena tada je moguće da cijene budu nestabilne od dana izdavanja do datuma dospjeća obveznica. Takođe, i promjene u kreditnom rejtingu emitenta utiču na cijene.
- Sektorski rizik. Mnogi faktori u ekonomiji utiču na emitente u različitim oblastima, sektorima (nekretnine, energetika, trgovina, turizam) koji se takođe mogu odraziti i na same obveznice.
- Rizik emitenta. Ukoliko kompanija koja je izdala obveznice počinje gubiti stabilnost i finansijsku snagu, vrijednost njenih obveznica će padati.

Zašto nema trgovine korporativnim obveznicama u Crnoj Gori?

Ovdje možemo govoriti o nekoliko faktora zbog kojih, između ostalih, nije došlo do trgovine ovim hartijama od vrijednosti. Ti faktori bi se mogli svrstati na „sistemske“ i „korporativne“.

Sistemske faktori

Nepostojanje drugog stuba u penzionoj reformi (obavezno osiguranje). On se zasniva na tome da svaki osiguranik ima svoj privatni štedni račun kod privatnog penzijskog fonda na koji se uplaćuje doprinos. Ta sredstva se investiraju i dobit dodaje imovini na individualnim privatnim računima koja je u ličnom vlasništvu osiguranika. Znači, drugi stub se organizuje na ekonomskim principima⁴.

Samim tim što ne postoji, ostaje se bez velikog iznosa novčanih sredstava koji bi od uplate doprinosa, institucionalni investitori pretežno ulagali u sigurnije hartije od vrijednosti. Tu svakako spadaju i korporativne obveznice.

Treći stub (dobrovoljno osiguranje), iako postoji zakonska regulativa i dva osnovana društva za upravljanje penzionim fondom, još uvijek nijesu startovali sa uplatama članova, tako da se i tu može govoriti o sličnim razlozima koji su navedeni za drugi stub a to su prije svega (ne)postojanje penzionih fondova koji značajan dio svoje imovine ulažu u obveznice. Međutim, za razliku od drugog stuba, treći stub je implementiran i u bliskoj budućnosti će postati realnost, što će smanjiti sadašnji nedostatak.

⁴ Izvor: www.rfondpio.cg.yu

Moguće je i da kompanije izbjegavaju rejting agencije, čiji bi krajnji rezultat bio javan i dostupan svima i pribjegavaju starom načinu pribavljanja finansijskih sredstava – kreditnom zaduživanju. Osim toga, da bi se obveznice izdale, poželjno je da kompanija solidno posluje duži niz godina.

Kvalitet hartija od vrijednosti mjeri se performansama i bonitetom njihovih emitenata na finansijskom tržištu. Visokokvalitetne hartije od vrijednosti smatraju se nerizičnim u pogledu izmirenja osnovnih finansijskih obaveza. To su uglavnom hartije od vrijednosti u izdanju države. Korporativne hartije od vrijednosti nemaju takav rang kvaliteta usled čega je neophodna dobra informisanost o stepenima rizičnosti. U principu, investicije sa nižim rizikom nose i niže prinose, a investicije sa višim rizikom podrazumijevaju više prinose. Najpoznatije agencije za rangiranje rizika u SAD – u su Moody's Investors Service i Standard and Poors. Rangiranje se vrši prema očekivanoj vrijednosti naplate i izražava se kombinacijom slova.

Agencije za procjenu kreditnog rizika i određivanje rejtinga obveznica⁵

Moody's Investors Service		Standard & Poor's	
Aaa	Obveznice najboljeg kvaliteta sa malim stepenom rizika	AAA	Najviši stepen rejtinga
Aa	Visoko kvalitetne obveznice, rejting niži od Aaa, zato što koeficijent zaštite nije toliko visok	AA	Mogućnost naplate obveznica je velika i neznatno se razlikuje od najvišeg stepena
A	Obveznice imaju povoljne attribute za investiranje, ali u budućnosti mogu biti podložne rizicima	A	Velika mogućnost naplate ali je emitent osjetljiv na promjene okolnosti i ekonomskih uslova
Baa	Mogućnost otplate obveznice saglasna procjeni da nijesu ni visoko ni slabo obezbijedene	BBB	Postoji velika mogućnost naplate, ali nepovoljni ekonomski uslovi I okolnosti mogu dovesti do rizika
Ba	Obveznice sa špekulativnim elementima	BB,B,CCC,CC,C,D	Prilikom procjene ovako označene obveznice procijenjene kao špekulativne, BB označava najniži a CC najviši rizik, rejtinzi sa oznakom C rezervisani su za obveznice na koje se ne plaća kamata, a D za obveznice sa neizvršavanjem novčanih obaveza ili zaostacima u isplata duga
B	Sigurnost naplate obveznica je mala		
Caa	Loša pozicija i moguće neizvršavanje novčanih obaveza		
Ca, C	Nivo rizičnosti obveznice raste kako se rejting pomjera od Caa ka C		

⁵ Izvor: Bernard J. Foley, Tržišta kapitala

Rangiranje je takav proces da određena agencija provodi sveobuhvatno ispitivanje emitenta i ima pristup povjerljivim informacijama pri zauzimanju svog gledišta. Rangiranje se može mijenjati naviše ili naniže u zavisnosti koji period vremena je u pitanju, uz značajne posljedice emitenta i po cijenu postojećih obveznica. Faktori koji pomažu u određivanju rangiranja obveznica uključuju podatke o zaradama, bilansima, likvidnosti, karakteristikama određene djelatnosti, kao i rang izdavaoca u datoj oblasti⁶. U skladu sa tim, može se reći da izdavanje korporativnih obveznica povlači za sobom i veće fiksne troškove (određivanje rejtinga od strane ovlaštenih agencija, plaćanje pokrovitelju emisije...) i da kompanije kojima nije potreban ozbiljniji iznos sredstava i ne pribjegavaju emisiji korporativnih obveznica.

Preduge procedure kao jedna od barijera, svakako se može ubrojiti u ove faktore. U tom smislu, može se reći da se brže dolazi do novčanih sredstava uz pomoć kredita. Emisija obveznica zahtijeva određene korake koji mogu trajati više nedjelja.

Korporativni faktori

Menadžment kojem je potrebno novo znanje, brže prilagođavanje novim vremenima, tehnologiji, finansijskim instrumenta, drugačiji pristup biznisu. Kao što kažu autori „Funky bussines-a“, „U budućnosti ćemo imati dvije vrste kompanija - brze i mrtve⁷!“

Takođe, možemo se slobodno zapitati zašto se još uvijek ozbiljniji projekti u Crnoj Gori ne finansiraju emisijom obveznica? Da li su tome doprinijeli i razlozi s početka ove cjeline?

Pregled 10 najlikvidnijih crnogorskih hartija u 2007. godini⁸:

Simbol	Promet	Broj transakcija
TECG	77.165.298 €	13.145
EPCG	53.030.805 €	14.517
KAPG	42.449.007 €	8.411
LUBA	33.235.440 €	14.908
PLAP	24.283.800 €	14.286
IZBR	21.452.994 €	13.763
ZEHK	19.541.702 €	7.173
SOBS	19.191.658 €	4.964
ZETP	16.002.753 €	2.196
CPUT	16.002.145 €	2.018

⁶ Izvor: Preduzetničke finansije, Ljiljana Lučić.

⁷ Izvor: Funky business, Jonas Riderstrale & Kjell Nordstrom.

⁸ Izvor: www.montenegroberza.com, www.nex.cg.yu.

Šta konkretno znače podaci koji se odnose na promet i broj transakcija ovih kompanija - Mogućnost korištenja više instrumenata za finansiranje svojih projekata. Dakle, cifre iz tabele govore da ovim kompanijama likvidnost ne predstavlja problem, i da mogu pribavljati novac potreban za rast i razvoj preko berze.

Kompanije se zavisno od situacije u kojoj se nalaze odlučuju na način finansiranja. Tako npr. ukoliko menadžment procijeni da se investitori ne bi odlučili za ulazak u vlasničku strukturu kompanije, u tom slučaju je bolje ponuditi obveznice sa solidnom kamatom. Osim što predstavlja jeftiniji i pristupačniji način za prikupljanje novca, u odnosu na dosadašnju praksu prikupljanja kapitala, kompanije koje finansiraju svoj razvoj preko berze, doprinose razvoju tržišta kapitala koje time dobija svoju pravu funkciju.

Koje je procedure potrebno proći prije emisije korporativnih obveznica?

- Studija opravdanosti emisije,
- Odluka akcionara na skupštini,
- Dozvola regulatornog organa,
- Kotacija na berzi, rejting.

Zaključak

Jedno od pravila investiranja glasi: da bi dobio veći povrat, moraš preuzeti i veći rizik. Obrnuto, manje rizična investicija ima manji povrat. Od tog pravila nije izuzeto ni tržište obveznica.

Da li je sigurno investirati u korporativne obveznice? Kupiti ovu vrstu obveznica je investiciona odluka koja se donosi poslije pažljivog istraživanja. Lista korporativnih obveznica je dostupna na internetu (kotaciji jedne ili više berzi) i analizom se prvo utvrđuje šta su naše investicione potrebe. U skladu sa tim investira se u odgovarajuću vrstu korporativnih obveznica. Sa određenim znanjem iz ove oblasti ili u konsultaciji sa kompetentnim osobama, može se donijeti dobra investiciona odluka.

Naročito kada imamo izrazitu volatilitnost cijena na tržištu, investiranje u obveznice se čini kao logična odluka. Iako je potencijalna zarada manja od investiranja u akcije, istorija trgovanja je pokazala, ona je sigurnija.

Početak rada penzionih fondova, koji u principu predstavljaju konzervativne investicione fondove i uvođenje drugog stuba u penzionoj reformi u Crnoj Gori će u velikoj mjeri pospješiti investiranje u ovu vrstu hartija od vrijednosti.

Ono što je sigurno, jeste da globalno tržište obveznica nastavlja da raste i razvija se nudeći pri tom investitorima mogućnosti diverzifikacije, dobrog stepena sigurnosti i atraktivne prinose.

Literatura:

1. Corporate finance, Aswath Damodaran
2. Preduzetničke finansije, Ljiljana Lučić
3. Makroekonomski računi i modeli, Veselin Vukotić
4. Bernard J. Foley, Tržišta kapitala
5. Funky business, Jonas Riderstrale & Kjell Nordstrom
6. Monetarna ekonomija, bankarstvo i finansijska tržišta, Frederic S. Mishkin
7. Zakon o hartijama od vrijednosti, („Sl. List RCG“, br. 28/06)
8. www.rfondpio.cg.yu
9. www.investinginbonds.com
10. www.pimco.com
11. www.seebiz.eu
12. www.investopedia.com
13. www.motenegroberza.com
14. www.nex.cg.yu

Sead Osmanović*

Kako akcijama nagraditi zaposlene?

Abstract

Companies develop incentive schemes for managers/employees in order to achieve higher level of congruence between owners and managers goals and thus lessen the costs. Incentive schemes should motivate managers to start activities leading toward shareholder value. Main purpose of these activities is to minimize negative effects on asymmetric information and possible abuse of management. Broad based employee ownership, combined with an effective communications program designed to create an employee ownership culture, can be a very dynamic tool for improving employee productivity and thereby increasing profitability and value.

Keywords: *compensation, employee, incentive, stock, options*

1. Uvod

Sistem upravljanja korporativnim preduzećem koji zamjenjuje dokazano neefikasne socijalističke sisteme, donosi sa sobom brojne izazove, kako za vlasnike, koji prepuštaju vođenje kompanija profesionalnim menadžerima, tako i za menadžment, čije su pozicije značajno izmjenjene u odnosu na društvena preduzeća. Iako ne treba dokazivati superiornost korporativnog upravljanja u odnosu na stari sistem, ipak, ono otvara niz ozbiljnih pitanja od kojih zavisi nivo efikasnosti upravljanja svakog konkretnog preduzeća. Najvažnija su: (i) odnos između vlasnika i menadžmenta, (ii) odnosi između menadžmenta i velikih akcionara s jedne i manjinskih akcionara s druge strane, (iii) problem odlučivanja u interesu vlasnika i (iv) problem ostvarenja korporativne kontrole i etičko ponašanje.

Korporativno upravljanje predstavlja proces u kojem menadžeri profesionalno upravljaju povjerenim kapitalom a vlasnici nastoje da kontrolišu menadžment u cilju maksimizacije svog bogatstva. Kvalitetno korporativno upravljanje podrazumjeva respektovanje svih učesnika u korporaciji i uvažavanje svih *stakeholdera*.¹

Jedan od načina za podizanje efikasnosti korporativnog upravljanja jeste kreiranje različitih podsticajnih mehanizama koji bi trebali da osiguraju povezivanje interesa zaposlenih sa interesima vlasnika i na taj način povećaju koristi za vlasnike.

* Komisija za hartije od vrijednosti

¹ Chew, Donald H., *Studies in International Corporate Finance and Governance Systems: A Comparison of the U.S., Japan and Europe* Oxford University Press, 1997

2. Cilj rada

Drugačije uređenje kompanija, kvalitativno drugačiji svojinski odnosi i novo viđenje ciljne funkcije kompanije, odvajanje vlasništva od menadžmenta i postavljanje sistema odgovornosti jesu elementi koji aktuelizuju problem efikasnosti upravljanja kompanijama. Iako u suštini ne treba porediti efikasnost upravljanja u socijalističkim i kapitalističkim kompanijama, ipak za kvalitetno upravljanje kompanijama je potrebno mnogo više od novih svojinskih odnosa.

Kvalitetno korporativno upravljanje podrazumjeva respektovanje interesa i želja svih učesnika u korporaciji. Riječ je o osjetljivom problemu od čega zavisi uspjeh korporativne strategije.

Cilj ovog rada je tražiti način i) da uspješni i vrijedni u kompaniji budu više vrednovani; ii) da se uspješni i vrijedni zadrže i nagrađuju, iii) da se svi zaposleni motivišu za bolju budućnost kompanije, iv) da se smanje troškovi i jača kontrolna funkcija u kompaniji, v) da se poveća konkurentnost kompanije i njena efikasnost; vi) da se mjenja korporativna kultura domaćih kompanija i vi) da se malim korakom doprinosi boljoj investicionoj klimi.

3. Osnove koncepta podsticajnih mehanizama

Planovi učešća u vlasništvu predstavljaju stimulisanje menadžera i drugih zaposlenih na sticanje akcija preduzeća u cilju konvergencije njihovih interesa sa interesima vlasnika. Stimulisanje menadžmenta predviđa poklanjane ili prodaju akcija pod povoljnim uslovima (niže cijene, duži period otplate, itd.) čime zaposleni postaju suvlasnici kompanija i po prirodi stvari počinju da razmišljaju ne samo kao zaposleni već i kao vlasnici, budući da bivaju izloženi i vlasničkom riziku.

Postoji dvije osnovne vrste nagrađivanja radnika:

1. izdavanje opcija na akcije
2. djeljenje akcije.

Planovi opcija na akcije kompanija predstavljaju najrasprostanjeniju formu podsticaja. Opcije na akcije, u kontekstu sistema nagrađivanja, daju zaposlenima pravo, ne i obavezu, da kupe akcije preduzeća po unaprijed utvrđenoj cijeni (koja u momentu izdavanja može biti na nivou tržišne ili ispod nje). Ovakva mogućnost je vremenski ograničena. Osnovna ideja davaoca ogleda se u namjeri da se zaposleni dovedu do situacije da profitiraju samo ako u periodu važenja opcije dođe do povećanja tržišne vrijednosti akcija preduzeća, što je u interesu i vlasnika. Naime što je veća razlika između kupovne cijene u trenutku izvršenja opcije i prodajne cijene akcija, to je opcija atraktivnija, budući da donosi veću

zaradu zaposlenima. Ukoliko je situacija obrnuta, da je tržišna cijena u trenutku izvršenja opcije ispod utvrđene cijene, nema ekonomskog smisla realizovati opciju.

Planovi podjele akcija uz ograničenje određenih prava, podrazumjevaju dodjelivanje akcija zaposlenim. Ukoliko se postavljeni ciljevi na kraju perioda ispune, zaposleni će automatski posjedovati akcije sa svim pripadajućim pravima. Ograničenja se mogu odnositi na vrijeme provedeno u kompaniji (npr. nakon 10 godina provedenih u kompaniji zaposleni automatski stiče akcije) ili na dostizanje odgovajućeg nivoa performansi preduzeća.

Bitno je unaprijed razmotriti svrhu primjene ovih planova i ciljeve koji se trebaju postići. U ovom kontekstu ističu se neki ključni ciljevi koji se trebaju ostvariti:

- povezivanje interesa zaposlenih sa interesima akcionara, što podrazumjeva davanje kompenzacija koje će motivisati zaposlene da donose strateške i operativne odluke u cilju maksimizacije bogatsva akcionara;
- postavljanje sistema da promjene u bogastvu zaposlenih budu povezane sa promjena u bogastvu akcionara;
- minimiziranje rizika od odlaska kvalitetnih radnika iz kompanija, čak i onda kada oni dobiju nešto bolju ponudu u uslovima kada je grana u fazi recesije ili stagnacije.

4. Mjerenje performansi kao vitalni dio podsticajnih sistema

Intenzitet motivacionih impulsa zavisi, između ostalog, od toga koliko je čvrsta veza između uspješnosti kompanije i iskazanog doprinosa zaposlenih. Najbolje bi bilo ukoliko bismo mogli izabrati takvu mjeru doprinosa koja bi bila osjetljiva na kvalitet izvršenih aktivnosti. U takvim uslovima intenzitet motivacije bi bio visok, troškovi simulacije direktno povezani sa uštedama, što bi vodilo podizanju efikasnosti korporativnog upravljanja.

Prilikom oblikovanja sistema mjerenja performansi koji bi bio u funkciji razvijanja efikasnog motivacionog sistema, moraju se imati u vidu elementi koji bi trebali da osiguranju ostvarenje postavljenih ciljeva. Prvo, sistem mjerenja performansi preduzeća i zaposlenih mora da bude fer i predvidljiv, na način da upostavi vezu između uloženog napora i sistema nagrađivanja. Drugo, sistem mora da odražava kritične faktore uspjeha. To znači da sistem treba da se bazira na finansijskim ali i na nefinansijskim pokazateljima uspjeha. Treće, kroz sistem mjerenja moraju se postaviti jasni standardi kao osnova za ostvarenje različitih kompenzacija. Takvi standardi treba da budu prihvaćeni od strane zaposlenih i prihvatljivi za vlasnike. Četvrto, efikasno povezivanje doprinosa zaposlenih sa iskazanim uspjehom preduzeća nalaže praviljanje razlike između performansi preduzeća i performansi pojedinih zaposlenih.

Vezivanje različitih kompenzacionih paketa samo za kratkoročne finansijske performanse je tradicionalna praksa mnogih kompanija. Međutim, u posljednje vrijeme izražena je potreba da dugoročne kompenzacije budu više vezane za kriterijume koji respektuju dugoročnu profitabilnost, dugoročnu poziciju kompanije i kretanje ukupnih prinosa akcionara (dividendi i kapitalnih dobitaka). Kao kriterijumi za ostvarivanje nameću se: tržišna vrijednost preduzeća, dodatna ekonomska vrijednost, dodatna tržišna vrijednost i ukupni prinos akcionara.

Princip dodatne ekonomske vrijednosti predstavlja razliku između neto poslovnog dobitka i ukupnih troškova kapitala (akcija i duga). To znači da o stvaranju dodatne vrijednosti možemo govoriti tek nakon pokrića ukupnih troškova kapitala, a ne samo troškova koje bilježi računovodstvo. Dodatnu vrijednost kao mjeru performansi preduzeća predstavljaju veoma atraktivni instrument koji u procesu upravljanja koriste brojne kompanije širom svijetu poput: Coca Cola, Microsoft, Kodak, Polaroid, Unilever, Merck, IBM, Iter Corp, IBM, itd. Činjenica da ovaj koncept čini vidljivim i troškove kapitala ukazuje da se radi o konceptu koji stvara pravu mjeru prinosa koju treba zaraditi.

5. Primjena modela opcije na akcije

Opcije na akcije su najpopularnije sredstvo kao dugoročni podsticaj za zaposlene kod većine američkih i evropskih kompanija². Sa podsticajnom opcijom na akciju, kompanija nagrađuje zaposlene na način što njima daje mogućnost da kupe akcije kompanije u kojoj rade u nekom budućem periodu po utvrđenoj cijeni. Momenat kupovine akcija od strane imaoca opcije naziva se realizacija opcije.

Da se dodjelile opcije na akcije zaposlenima u kompaniji potrebno je da se ispune neki kriterijumi:

- Opcija na akciju treba da bude definisana na način da je namjenjena za kupovinu akcija kompanije koja iste izdaje. Akcija koja se izdaje u tu namjenu treba da predstavlja dio kapitala firme, i nosi sa sobom pravo glasa;
- Kompanija treba da specificira ukupan broj akcija koji će se izdati zaposlenima u tu namjenu i spisak zaposlenih koji su kvalifikovani za ostvarivanje prava na opcije.
- Plan izdavanja treba da odobri Skupština akcionara. Plan izdavanja akcija treba da bude usaglašen za pravilima i zakonskim principima zemlje u kojoj se izdaju da akcije;
- Svaka opcija koja se izdaje sadrži ograničenja po pitanju prenosivosti na druga lica;
- Cijena akcije po kojoj se realizuje opcija je unaprijed utvrđena na skupštini akcionara. Skupština akcionara može odrediti cijenu koja se razlikuje od nominalne vrijednosti kompanije.

² Ryan Weeden: Current Practices in Stock Option Plan Design: Results and analysis from the latest NCEO survey of companies with broad-based stock option plans

Prilikom primjene modela opcija na akcije pojavljuju se dvije direktne prednosti za zaposlene. Prvo, zaposleni primaju nagradu u kapitalu koja nije podložna oporezivanju. Drugo, ono što može zaposleno da još više motiviše jeste kapitalni dobitak koji se ostvaruje prodajom akcija na tržištu ukoliko je cijena akcije po kojoj se realizuje opcija manja od tržišne cijene. Kapitalni dobitak u mnogim zemljama se ne oporezuje.³

Treba imati u vidu da postoji realna mogućnost da menadžment dobro radi, kompanija ostvaruje profite ali cijene akcije padaju kao rezultat kontrankcija ili ciklusa koje karakterišu određeni period na berzi. U uslovima kontrakcije na berzi djelimično se gubi smisao stimulanja zaposlenih novim akcija po vrijednostima koja će sutra biti veće od tržišnih. Međutim, ukoliko to smatra cjelishodnim, prilikom izdavanja akcija emitent može dati određene povoljne uslove za svoje zaposlene ukoliko cijena akcije na tržištu jeste manja od cijene po kojoj treba da se realizuje opcija. U slučaju da je cijena na tržištu 10 EUR, a cijena po kojoj je trebala da se realizuje opcija 15 EUR, imamo jako nepovoljnu situaciju. Emitent na vanrednoj skupština akcionara može odrediti da se cijena akcije po kojoj se realizuje opcija smanji na manje od 10 EUR.

Opcije na akcije su od izuzetne važnosti za kompanije koje nemaju puno novca, nalaze se u fazi razvoja i očekuju da naprave veliki pomak u poslovanju. Trvdnja da samo velike kompanije nagrađuju radnike opcijama na akcije predstavlja mit.

6. Rezultati sprovedenih istraživanja⁴

Istraživanje sprovedeno u SAD imalo je za cilj da statistički mjeri uticaj planova izdavanja nagradnih opcija na poboljšanje korporativne kulture i rezultate poslovanja. Rezultati istraživanja su pokazali da je usled primjene ovog metoda nagrađivanja došlo je do porasta produktivnosti i porasta povrata na uložena sredstva kompanije. Istraživanje je obuhvatilo 1.360 kompanija i sprovedeno je 1998. godine. Oko 50% stalno zapolenih bili su nagrađivani nagradnim opcijama. Studija je pokazala da je:

- rast produktivnosti kompanija koje su koristile ove planove bio veći od perioda kad nisu koristili za 16%;
- povrat na uložena sredstva (ROA) u posmatranom periodu povećao se za 2,5% u odnosu na period prije uvođenje planova;

Uzimajući u obzir rizik izabranog uzorka, tačnost podataka koji se prikupljaju od kompanija, kao i druge faktore koje su u tom periodu mogle da utiču na rast

³ Kaye A. Thomas: Consider Your Options: Get the Most from Your Equity Compensation, 2005

⁴ Ryan Weeden: Current Practices in Stock Option Plan Design: Results and analysis from the latest NCEO survey of companies with broad-based stock option plans, 2007

produktivnosti, ova studija dubuko promoviše uvođenje planova nagrađivanja zaposlenih putem opcija na akcije.

Postoji jaka evidencija, bazirana na engleskim istraživanjima koja ukazuje da:

- cijene akcije kompanija, koji imaju značajno učešće zaposlenih u kapitalu firme, su prevazišle očekivanja u zadnjih pet godina;
- broj kompanija koje primjenjuju ovaj model nagrađivanja raste, posebno onih kod kojih je intelektualni kapital osnovni motor rasta;
- raste broj mladih kompanija koje koriste ovaj model nagrađivanja. Mlade kompanije su bez dovoljno slobodnog novca, a plaćanja akcija smanjuje pritisak na gotovinu, i na ovaj način uvećaju svoj biznis.

7. Zablude pri kreiranju planove za djeljenje opcija na akcije⁵

Prilikom kreiranja planova za djeljenje opcija na akcije menadžment kompanija često pravi određene greške, koje smanjuju efekat motivacije koja se želi postići primjenom ovih planova. Najčešće zablude koje praksa poznaje su:

1. *Solucija 10% kapitala* - kada pitate vlasnike koliko ćete kapitala djeliti zaposlenima putem planova opcije na akcije uglavnom je odgovor 10%. Zato što je tako nešto logično ili zato što su to čuli od neke druge kompanije? Da li je 10% isto u svim kompanijama? Naravno, da nije. Isti procenat na različite kompanije znači izdavanje različitog iznosa kapitala. Tako da odluke o izdavanju velikog iznosa kapitala ne treba da budu jednostavno napravljene na osnovu nekih logičkih pretpostavki.
2. *Sve što smo planirali daćemo unaprijed starim zaposlenima* - vlasnici često žele da nagrađuju radnike koji su im pomogli i od nastanka dali doprinos gradnji biznisa. Tako da ukoliko na početku realizujemo sve planirano, onda se ostavlja manji procenat za dalju podjelu. Šta će se desiti ukoliko želimo da angažujemo nove ljude? Šta ukoliko oni daju još veći doprinos firmi? Tada se može stvoriti ambijent „jedni“ protiv „drugih“.
3. *Samo će ključni zaposleni dobiti akcije* - vlasnici kompanija žele uvijek da naglase koji zaposleni su dali najveći doprinos razvoju biznisa. Istraživanja su pokazala da ukoliko kompanija pravi plan i želi da ide na podjelu akcija zaposlenima, onda treba da vodi računa o svim zaposlenima, tj. da podjeli akcije svima. Nesporno je da neki zaposleni nose teret firme na svojim leđima. Međutim kompaniju cine svi zaposleni. Ljubaznost ponašanja, odnos prema klijentu, efikasan rad najslabijeg zaposlenog pokazuje snagu firme. Prilikom podjele ne treba nikoga izostaviti. Ali razliku treba praviti u broju akcija koji se izdaju pojedinim zaposlenim.

⁵ Mark D. Wolfinger: The Short Book On Options:A Conservative Strategy For The Buy And Hold Investor,2001

4. *Koliko ćemo podijeliti zaposlenima na određenim funkcijama treba da se zasniva na tome što smo čuli od drugih firmi* – tvrdnja da ćemo zaposlenom dijeliti onoliko koliko druga kompanija daje za istu funkciju, predstavlja veliku zabludu. Potrebno je individualno tretirati svakog zaposlenog i sa svakim napraviti određeni intervju kako bi se na osnovu doprinosa utvrdila visina nagrade koja će mu pripadati.

8. Kako graditi dinamički model?

Greške napravljene prilikom pravljenja planova dodjele akcija doprinjeli su uvođenju raznih pristupa prilikom modeliranja. Učestalost promjena i potreba prilagođavanja novim zahtjevima radnika i tržišta ukazali su da je brzina prilagođavanja najbitniji faktor uspjeha primjene ovih modela. S tim u vezi u literaturi su postavljeni neki osnovni principi dobre prakse.

1. Djeliti opcije na akcije češće, ali u majim iznosima. To podrazumjeva fleksibilnost usljed promjene cijene akcija na tržištu. Ostavlja se veća mogućnost za podjelu akcija novim zaposlenim;
2. Prilikom dijeljenja akcija treba se više fokusirati na stope raste kompanije, a manje na veličinu kompanije;
3. Djeliti vlasništvo što šire! Većina kompanija koje primjenju ovaj sistem išle su na varijantu šire disperzije nagrada među zaposlenim;
4. Uvijek biti u kontaktu sa zaposlenim i redovno ocjenjivati kakav je doprinos pojedinih uspjehu kompanije. Statistika i podaci nijesu prikladno sredstvo za kreiranje planova nagrađivanja.

9. Primjer motivisanja menadžmenta kompanija ⁶

U britanskoj literaturi kao primjer se uzima model motivisanja menadžmeta kompanije (*Entrepreneurship management Incentives*). Ono što karakteriše ovaj model je: relativno brz način nagrađivanja (svi zaposleni imaju mogućnost učestvovanja); napravljen je na biznis osnovi kako bi motivisao i zadržao uspješne radnike; pojedinačno radnici mogu da učestvuju najviše do 100.000 funti; mogu se izdati akcije sa vrijednošću najviše do 3 miliona funti; ugovor o opciji treba da bude tačno određen; kompanija i zaposleni imaju značajne poreske olakšice; mogu se izdavati akcije različitih klasa; bord određuje zaposlene koji će ostvariti pravo opcije na akcije; imalac opcije realizuje opcije u cjelini ili opciju uopšte ne realizuje; opcija nudi ogromne mogućnosti za oslobođenje poreza na kapitalnu dobit.

⁶ Robert R. Pastore: *Stock Options: An Authoritative Guide to Incentive and Nonqualified Stock Options* (2nd edition)

EMI pružaju imaoocu opcije prava da je realizuje na određeni dan po određenoj cijeni. Postoji ograničenje po pitanju transferabilnosti akcije u novac. EMI opcija funkcionise na selektivnoj. Uslovi za dobijane opcije se jasno utvrđuju.

Uslov za kvalifikaciju kompanije za emisiju opcija su : najmanje 30 miliona eura imovine i nezavisnost u poslovanju (u smislu nepovezanosti sa matičnim kompanijama). Uslovi za kvalifikovanje zaposlenog za dobijanje prava na opcije su: da je ta osoba zaposlena u firmu i da je plaćena za najmanje 25 časova nedeljno, (uključujući i razložno provedeno vrijeme van posla). Opcije ne mogu biti izdate zaposlenom koji ima više od 30 % vlasništva u toj firmi.

Izdavaoc opcije sa zaposlenima pravi pisani ugovor u kojem se definiše: datum nagrađivanja opcije ; maksimalan broj akcija; nominalnu vrijednost akcije prilikom realizacije opcije; kada i kako će opcije biti realizovane ; uslovi po pitanju performasi firme koji mogu uticati na datume; mogućnost zaposlenih da učestvuju; ograničenja na opcije; uslove za isključenje; izjava radnika da neće otuđivati opcije prije njihove realizacije. Jasno su takođe definisani i uslovi za eliminisanje zaposlenih, u slučaju lažnih izjava za ispunjavanje uslova za dobijanja opcija ili prijevremenske trgovine opcijama.

Sistem nudi mogućnost izbjegavanje poreza na zaradu čak do 40% za zaposlene i poreza na dobit do 12% za poslodavce.

10. Situacija u Crnoj Gori

Uzevši u obzir činjenicu da akcinarstvo nije tako staro u Crnoj Gori, nismo imali nijedan slučaj emisije akcija po osnovu nagrađivanja zaposlenih. Zakon o privrednim društvima i zakon o hartijama od vrijednosti uopšte ne preciziraju mogućnost djeljenja akcija ili opcija na akcije kao nagrade za zaposlene.

Na osnovu sadašnjih zakonskih rješenja postoje dvije sporedne mogućnosti za nagrađivanje zaposlenih. Definisana je kategorija sopstvenih akcije, gdje kompanija može da kupi svoje akcije ali je obavezna da iste otuđi u periodu od 12 mjeseci. Ukoliko kompanije kupi sopstvene akcije, onda za period od 12 mjeseci može utvrditi listu zaposlenih kojima će podijeliti akcije i na taj način nagradi zaposlene.

Druga mogućnost koju definiše Zakon o hartijama od vrijednosti⁷ jeste emisija akcija po osnovu pretvaranja duga u kapital. Situacija se može objasniti da zaposleni kompanije ne primaju platu i to se evidentira kao dug kompanije prema zaposlenim, te se po osnovu toga vrši konverzija duga u akcijski kapital firme. Medjutim, ni prva ni druga mogućnost se ne može smatrati pravim nagrađivanjem radnika po principima kako je utvrđeno praksom razvijenih tržišta kapitala.

⁷ Zakon o hartijama od vrijednosti Republike Crne Gore ("Sl. list RCG", br. 28/06)

Opcija kao hartija od vrijednosti definisana je u našem Zakona o hartijama od vrijednosti ali nije detaljnije propisano postupanje sa tom hartijom. S obzirom da opcija predstavlja novu pojavu na našem tržištu kapitala, potrebno je propisima regulisati ovu oblast kako bismo mogli na institucionalizovan način definisali način izdavanja i registovanja opcija koje bi firma nudila radnicima. U tom smilu su potrebne značajne izmjene i dopune zakona i nova pravila kako bi se definisale određene kategorije i propisalo dalje postupanje sa njima.

Na našem tržištu već ima interesovanja za ovaj model nagrađivanja radnika. Zahtjevi tržišta će narasti usled rasta konkurentnosti kompanija i sa većom cijenom intelektualnog kapitala. Ukoliko kompanije stavljaju veći naglasak na znanju, one jasno izražavaju svoju želju da dobre radnike, koje su stvorili ili unajmili, zadrže sa sebe. Opstanak i uspjeh se duguje ljudima, odnosno intelektualnom kapitalu.

11. Zaključak

Dobro korporativno upravljanje je od suštinskog značaja za razvoj konkurentnosti preduzeća i stvaranje povoljne investicione klime. Struktura budućih sistema upravljanja kompanijama će biti uslovljena većim i bržim ekonomskim promjenama, a uspjeh svake kompanije je uslovljen načinom prilagođavanja tim promjenama. Nagrađivanje zaposlenih akcijama jeste dobra i moderna praksa razvijenih tržišta za unaprijeđenje korporativnog upravljanja.

Tri se ključna pozitivna efekta postižu primjenom ovog metoda: i) motivisanje zaposlenih - vezivanje sudbine zaposlenih sa sudbinom kompanije, ii) uštede u troškovima - smanjeno poresko opterećenje za zaposlene i kompaniju, iii) jačanje kontrolne funkcije u kompaniji - povezivanje doprinosa menadžmenta sa dostignutim performansama kompanija aktuelizuje problem mjerenja performansi zaposlenih, što predstavlja ključni uslov efikasnosti kompanije.

Međutim nedorečena zakonska regulativa ne omogućava prohodnost za realizaciju ovih planova. Otklanjanje nedostataka u regulatornom okviru, prihvatanje novih standarda i primjena propisa kao u razvijenim tržištima bi značajno unaprijedilo ovaj aspekt korporativnog upravljanja na nivou Crne Gore i time doprinijela jačanju konkurentnosti domaćih kompanija.

Literatura:

1. Chew, Donald H., *Studies in International Corporate Finance and Governance Systems: A Comparison of the U.S., Japan and Europe* Oxford University Press, 1997
2. Hernando de Soto: *Tajna kapitala*, Zagreb, 2004
3. Hull: *Options, Futures and Other Derivatives*, Prentice Hall, 2006
4. Kaye A. Thomas: *Consider Your Options: Get the Most from Your Equity Compensation*, 2005
5. Ken Little: *10 Minute Guide to Employee Stock Option Purchase Plans*, Alpha Books, 2000
6. Marina Morena: *Mechanics of Futures Markets*, PSSE, 2006
7. Mark D. Wolfinger: *The Short Book On Options: A Conservative Strategy For The Buy And Hold Investor*, 2001
8. Peter Drucker: *Management Challenges of the 21st Century*, HarperBusiness, 2001
9. Robert R. Pastore: *Stock Options: An Authoritative Guide to Incentive and Nonqualified Stock Options (2nd edition)*
10. Ryan Weeden: *Current Practices in Stock Option Plan Design: Results and analysis from the latest NCEO survey of companies with broad-based stock option plans*, 2007
11. Veselin Vukotic: *Makroekonomski Modeli i Računi*, CID, Podgorica, 2001
12. Veselin Vukotić: *Konceptualne osnove novog ekonomskog sistema u Crnoj Gori*, ISSP, Podgorica
13. Zoran Đikanović: *Regulativa tržišta kapitala u Crnoj Gori- analiza uticaja regulative na razvoj tržišta*, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Podgorica, 2006
14. Zakon o hartijama od vrijednosti Republike Crne Gore ("Sl. list RCG", br. 28/06).
15. Zakon o privrednim društvima ("Sl. list RCG", br. 28/06)

Mr Danijela Laketić*

Uloga investicione banke na finansijskom tržištu Crne Gore Case study: IBM Montenegro

Abstract

Investment banking business in Montenegro has a chance for tremendous prosperity, taking into account favorable regional tendencies and circumstances of the financial market. Investment banking is not one specific service or function. It is an umbrella term for a range of activities: underwriting, selling, and trading securities (stocks and bonds); providing financial advisory services, such as mergers and acquisition advice; and managing assets. Investment banks offer these services to companies, governments, non-profit institutions, and individuals.

In the Montenegrin financial market (so far) there is the first and the only investment bank - Invest Bank of Montenegro. It follows the trends of infrastructure development in Montenegro, in particular, and in South East Europe and successfully keeps in pace with immense growth in the region, while maximizing the ratio of return to risk of their customers. IBM is aimed at growth and its improvement is a part of the region very well familiar with its specificities. Thereby, it is trying to assist its international clientele the best way possible, mainly focusing on generating added values for them. Being the first bank in the field of investment banking business in Montenegro, it strives to implement world standards and become state of the art investment bank, not only in Montenegro but in the region as well.

Key words: *financial market, investment banking, custody services, treasury, commercial banking, administration, trading, capital gain, stock exchange, Forex.*

1. Investiciono bankarstvo

Investiciono bankarstvo danas obuhvata širok spektar aktivnosti i u najopštijem smislu podrazumijeva prikupljanje kapitala, plasman hartija od vrednosti i pružanje brokersko-dilerskih usluga. Prilagođavajući se trendovima i potrebama klijenata, investiciona banka pored tradicionalnih poslova svojim klijentima pruža i savetodavne usluge, vrši različita istraživanja za sopstvene i potrebe klijenata, spaja potencijalne partnere.

Najznačajnije trgovine odvijaju se na berzama i tržištu valuta (FOREX-u).

Berza je službeni prostor na kome se vrši kupovina i prodaja određenih vrsta berzanske robe. Na berzi su utvrđena pravila trgovanja, učesnici u trgovini i

* Atlas Mont Group

predmet trgovine. Predmet berzanskog trgovanja mogu biti robe, usluge, novčana sredstva i hartije od vrijednosti koje se nalaze na listingu berze. Na berzama se kupuju i prodaju hartije od vrijednosti dugoročnog i kapitalnog karaktera čija se prva prodaja, u principu, vrši neposredno ili na berzanskom tržištu kapitala.

Berzanska cijena svih kompanija čijim akcijama se trguje na berzi (tržišna kapitalizacija) u Crnoj Gori na kraju 2007. godine iznosila je 4,5 mlrd €, što je u poređenju sa tržištima iz okruženja čini liderom u regionu. Takođe, Crna Gora se na vrhu liste nalazi i po osnovu ostvarenog prometa u prethodnoj godini u iznosu od 727 mil €.

Za razliku od berzanskog tržišta, na vanberzanskom tržištu se trguje svim papirima, a to znači i emitovanim neregistrovanim efektima. Učesnici na vanberzanskom poslovanju su banke, dileri-trgovci koji ne kupuju i ne prodaju za svoj račun i iz svog portfelja. Vanberzanska trgovina na tržištu kapitala odvija se van službenog prostora berze. U skladu sa važećom zakonskom regulativom, u Crnoj Gori se zasad trguje samo na berzama.

Tržište **FOREX** (Foreign Exchange Market, или FX) predstavlja skup operacija vezanih za kupoprodaju jedne strane valute za drugu. Na tržištu valuta formiranje cijena ima globalni karakter, investitori sa svih strana svijeta istovremeno zaključuju ugovore putem telefona ili preko kompjuterskih terminala. FOREX, za razliku od berzanskog tržišta, nema određenih prostornih, niti sesijskih ograničenja, već se trgovina na valutnom tržištu odvija na svim mjestima i u bilo koje vrijeme. Upravo veliki broj učesnika i neprekidan rad obezbjeđuju visoku likvidnost tržišta.

Dnevni obim operacija konvertacije u svijetu u ovom momentu iznosi 2,5 – 3 trilionu američkih dolara. Dnevni obim operacija najkrupnijih banaka dostiže milijardu dolara. Tipičan iznos ugovora u međubankarskoj trgovini iznosi 10 miliona dolara, ali zahvaljujući sistemu marginalne trgovine, ulaz na tržište je dostupan i licima koja raspolažu manjim kapitalom. Brokeri, koji pružaju usluge marginalne trgovine, traže polaganje depozita i daju klijentu mogućnost da vrši operacije trgovanja valuta sa sumama koje su 40-50, a ponekad i 100 puta veće, nego položeni depozit. Znači da je i ovo tržište prostor koji pruža velike mogućnosti.

1.1. Nastanak i razvoj

Korijeni investicionog bankarstva nastali su u SAD, a smatra se da je prva investiciona banka bila firma iz Čikaga, vlasništvo Herisa i Forbsa, osnovana 1880. godine. Prije ovog perioda su se za prikupljanje kapitala koristile usluge tzv. agenata, pojedinaca koji su se trudili da prikupe traženi novac na sve moguće načine. Kako se ova praksa pokazala kao nedovoljno efikasna, krajem XIX veka agente zamjenjuju trgovci akcijama. U istom

periodu dolazi do formiranja mnogih banaka, koje djeluju kao posrednici između investitora i kompanija kojima je kapital potreban.

Tako je 1901. godine, „JP Morgan&Co.” organizovala udruženje koje je prikupilo 1,5 milijardi dolara, u cilju integrisanja velikog broja proizvođača čelika u korporaciju „United Steel Corporation”. Oktobra 1929. godine dolazi do sloma tržišta hartija od vrednosti i u periodu od 1933. do 1934. godine, predsednik Ruzvelt inicira tri nova zakona – Zakon o hartijama od vrednosti, Zakon o bankama (*Glass-Steagel Act*) i Zakon o berzama. Predloženim zakonima se reguliše tržište kapitala i osnivaju adekvatne institucije. Zakon o bankama dalje razdvaja poslove komercijalnog i investicionog bankarstva. Poslednje decenije XX veka karakteriše nagla ekspanzija finansijskog sektora. Razdvajanje komercijalnog i investicionog bankarstva više nije imalo smisla. U SAD, Zakon o bankama je reformisan 1999. godine, čime je otvoren put ka stvaranju bankarskih grupacija.

Investicionim bankarstvom se danas bave sve velike banke – u centru bankarske grupacije se, po pravilu, nalazi investiciona banka. Danas su vodeće investicione banke (tzv. *bulge-bracket*) Citigroup Global Markets, Credit Suisse First Boston (CSFB), Goldman Sachs, JP Morgan, Lehman Brothers, Merrill Lynch i Morgan Stanley.

1.2. Osnovne aktivnosti investicione banake

Investiciona banka obavlja čitav spektar aktivnosti, kao što su:

- *Prikupljanje kapitala i plasman hartija od vrednosti* – investiciona banka se nalazi u ulozi posrednika između vlasnika kapitala i klijenta (kompanije, vlade ili lokalne vlasti) kojem je novac potreban. Svoju uslugu investiciona banka naplaćuje kroz razliku između kupovne i prodajne cene hartije od vrednosti.
- *Finansijsko savetovanje* – investicione banke svojim klijentima pružaju razne savetodavne usluge. Primjeri finansijskog savetovanja uključuju pružanje aktuelnih informacija investicionim menadžerima, davanje savjeta kompanijama o investicionoj strategiji, asistiranje globalnim kompanijama prilikom ulaska na nova tržišta (upravljanje valutnim rizikom) i možda najpoznatiji primjer u vezi sa spajanjem i kupovinom drugih kompanija (*Mergers & Acquisitions – M&A*).
- *Prodaja i distribucija hartija od vrednosti* – efikasan plasman hartija od vrijednosti podrazumijeva razgranatu mrežu za distribuciju novonastalih finansijskih instrumenata. Veći dio plasmana novih hartija od vrednosti investicione banke prodaju institucionalnim investitorima (penzioni, investicioni i fondovi osiguranja), pa oni zahtijevaju poseban odnos. Putem interneta, individualni investitori imaju priliku da preko *online* servisa kupuju hartije od vrijednosti.
- *Trgovina i kreiranje tržišta za hartije od vrijednosti* – kao aktivnost podrške plasmanu novih hartija od vrijednosti institucionalnim i individualnim investitorima, investiciona banka se na tržištu kapitala javlja i kao tzv. *market-maker*. U ovoj

funkciji, investiciona banka u određenom vremenskom periodu obezbeđuje likvidnost, pružajući u isto vreme i kupovnu i prodajnu cijenu date hartije od vrijednosti. S druge strane, investiciona banka se na tržištu hartija od vrednosti javlja i kao brokersko-dilerska kuća, trgujući i za klijentov i za svoj račun.

- *Istraživanje* - skoro sve investicione banke imaju odjeljenje istraživanja. Analitičari zaposleni u ovom odeljenju prate ekonomske trendove i vijesti, kretanje cijena hartija od vrijednosti pojedinih kompanija ili cijele industrijske grane, kao i druge relevantne informacije za potrebe banke i njenih klijenata.
- *Finansijski inženjering* – podrazumijeva razvoj i kreativnu primjenu finansijske tehnologije radi rješavanja finansijskih problema, iskorišćavanja finansijskih mogućnosti i stvaranja dodatne vrijednosti. Kombinovanjem više (djelova) različitih finansijskih instrumenata, investicione banke stvaraju nove finansijske instrumente sa određenim promjenjenim karakteristikama, prilagođene potrebama klijenata.
- *Investicioni menadžment* – podrazumijeva organizaciju i upravljanje aktivom i predstavlja izuzetno važnu aktivnost investicionih banaka, uslovljenu dominantnom ulogom institucionalnih investitora na finansijskim tržištima. Investicioni fondovi kao institucionalni investitori postaju sve značajniji učesnici na tržištu kapitala.
- *Venture kapital* – podrazumijeva rizični kapital, plasiran uglavnom u kompanije koje tek počinju i skoro po pravilu pripadaju industriji visoke tehnologije. Investicione banke se javljaju u ulozi generalnog partnera investitorima kada se radi o ovoj vrsti kapitala.

Pored pomenutih aktivnosti, investicione banke se zbog potreba svojih većih klijenata bave i drugim nestandardnim aktivnostima kao što su poslovi kliringa ili poslovi u vezi sa nekretninama. Kao dio finansijskog tržišta, investicione banke igraju važnu ulogu u mobilizaciji i optimalnom i efikasnom korišćenju finansijskih sredstava.

1.3. Investiciono bankarstvo u Crnoj Gori - case study: IBM Montenegro

Investiciono bankarstvo u Crnoj Gori ima veliku šansu za razvoj, uzimajući u obzir povoljne regionalne tendencije, dešavanja na tržištu kapitala i razvoj finansijskog tržišta uopšte. IBM banka je prva i zasad jedina investiciona i kastodi banka u Crnoj Gori, mada neke banke rade brokersko - dilerske poslove preko svojih kuća, npr. Hypo-Alpe adria banka ad.

IBM banka je snovana 1961. godine, kao pravni sledbenik Pljevaljske banke AD Pljevlja, u skladu sa Zakonom o bankama i Zakonom o privrednim društvima Crne Gore. Sredinom 2006. godine, na javnom tenderu, konzorcijum firmi u sastavu Atlas grupe (Atlas banka - Podgorica, Fin invest - Podgorica i Privatizacioni fond „Atlas Mont“ - Podgorica) kupio je državni paket akcija banke i postao njen većinski vlasnik. IBM banka nastoji da uspostavi i primijeni svjetske standarde u poslovanju, izađe u susret postojećoj klijenteli na najbolji mogući način, a radi i na unapređenju i rastu investicija potencijalnih

klijenata. Na taj način stavlja potrebe svojih klijenata u centar pažnje i podržava ih na njihovom razvojnem putu.

Djelatnost IBM banke

Kao i svaka druga banka u Crnoj Gori i IBM banka je morala da dobije dozvolu za rad od strane Centralne banke Crne Gore i pritom je ovlašćena za obavljanje poslova primanja depozita i drugih sredstava fizičkih i pravnih lica, kao i za odobravanje kredita i drugih plasmana iz tih sredstava, u cjelini ili djelimično, za svoj račun.

Pored ovih poslova banka može da izdaje garancije i preuzima druge obaveze, kupuje i naplaćuje potraživanja, izdaje, obrađuje i evidentira platne instrumente (kreditne kartice, putne i bankarske čekove), obavlja platni promet sa inostranstvom, bavi se poslovima finansijskog lizinga, trguje u svoje ime i za svoj račun, ili za račun klijenata stranim sredstvima plaćanja uključujući i mjenjačke poslove i valutnim i kamatnim instrumentima, prikuplja podatke, izrađuje analize i daje savjete o kreditnoj sposobnosti preduzeća i preduzetnika i drugim pitanjima u vezi poslovanja, usluge čuvanja u sefovima, i sl.

Banka može obavljati poslove sa hartijama od vrijednosti, u skladu sa posebnim zakonom, uz prethodno odobrenje Centralne banke, i to:

- posredovanje u kupovini i prodaji hartija od vrijednosti po nalogu klijenta (u svoje ime, a za tuđ račun) uz naplatu provizije (brokerski poslovi);
- trgovinu hartijama od vrijednosti u svoje ime i za svoj račun radi ostvarivanja razlike u cijeni (dilerski poslovi);
- preuzimanje cijele nove emisije hartija od vrijednosti u cilju dalje prodaje u korist emitenta ili garantovanja emitentu da će neprodati dio preuzete emisije biti kupljen od strane preuzimaoca (poslovi preuzimanja emisije – underwriting-a);
- davnje investitoru ili potencijalnom investitoru savjeta o prednostima kupovine, prodaje, upisa ili preuzimanja hartija od vrijednosti (poslovi investicionog savjetnika);
- upravljanjem portfolijom hartija od vrijednosti koje pripadaju drugom licu (poslovi investicionog menadžera)
- kastodi i drugi poslovi za koje Komisija odredi da predstavljaju poslove sa hartijama od vrijednosti.

Organizacioni djelovi banke

Investiciona banka, kao svaka druga komercijalna banka, ima iste organizacione dijelove (filijala, ekspozitura, šalter i predstavništvo), koji nemaju svojstvo pravnog lica.

Banka ima pet sektora:

1. Sektor za investiciono bankarstvo

2. Sektor za upravljanje finansijskim sredstvima
3. Sektor za komercijalno bankarstvo
4. Sektor za kastodi poslove
5. Sektor za administraciju.

1) Osnovne aktivnosti kojima se bavi **Sektor za investiciono bankarstvo** odnose se na: osnivačke i ostale emisije akcija, merđžere i akvizicije, tenderske ponude, restrukturiranje kompanija, privatne plasmanie akcijskog kapitala i dugova, programe nalaženja investitora, procjena vrijednosti kompanija, savjetodavne usluge, i sl. IBM je klijentim obezbijedila najsavremeniju tehnologiju, uz korišćenje Meta Trader platforme.

Klijenti IBM imaju priliku da putem interneta učestvuju na različitim svjetskim finansijskim tržištima, prvo na valutnom - FOREX tržištu, kao i na ostalim tržištima uključujući nekretnine, plemenite metale, derivate i ostale hartije od vrijednosti. Trgovina putem interneta je podsticaj otvaranju tržišta za direktne strane investicije, a pruža mogućnosti i domaćim investitorima da trguju na inostranim berzama. U ovom projektu, kao tehnički partneri IBM-a se pojavljuju britanske dilerske kuće ODL Securities i Marex, koje se nalaze u vrhu liste najvećih učesnika na tržištu valuta u Velikoj Britaniji.

Kao prva investiciona banka u regionu, u dijelu investicionog bankarstva, IBM banka pruža usluge finansijskog inženjeringa i usluge tradinga.

- *Finansijski Inženjering IBM-a* usmjeren je na pružanje usluga investicionog bankarstva, kao što su pomoć klijentima u prikupljanju sredstva na tržištu kapitala i savjetovanje o merđžerima i akvizicijama, uključujući pronalaženje potencijalnih kandidata za preuzimanje. IBM pomaže u privatnim i javnim plasmanima, koordinirajući sa ponuđačima, ili pregovarajući sa kompanijama koje se žele preuzeti. Finansijski inženjering IBM-a takođe uključuje korporativne finansije i usluge upravljanja sopstvenim sredstvima, u cilju poboljšanja bilansne strukture i optimiziranja finansijskih rezultata svojih klijenata.

- *IBM odjeljenje za trgovanje* je posvećeno pružanju svih mogućnosti globalnih finansijskih tržišta regionu. Može se trgovati ne samo akcijama kompanija listiranih na crnogorskim berzama, već i na berzama u Njemačkoj, Moskvi, Tokiju. Može se trgovati na više različitih vrsta tržišta, kao što su tržišta novca ili plemenitih metala. Istraživanja se ne odnose samo na sekundarne materijale (npr. analize koje su već rađene), već se bazira i na direktnim kontaktima i posjetama donosiocima odluka u regionu. Na osnovu toga, postoje primarna istraživanja o regionu koje se odnose na teme politike, makro-ekonomije i mikro-ekonomije.

U Crnoj Gori se još uvijek trguje na dvije berze i to Montenegroberzi ad i berzi NEX Montenegro ad. *Montenegroberza ad* je osnovana u junu 1993. godine. Prvi akcionari bile

su četiri banke iz Crne Gore (među kojima je i današnja IBM banka) i Vlada RCG. Danas je IBM banka značajan akcionar Montenegroberze u vlasništvu od preko 16,5 % akcijskog kapitala. *NEX Montenegro ad* je osnovana kao „druga” berza u Crnoj Gori septembra mjeseca 2001. godine. Osnovana je sa ciljem jačanja tržišta kapitala Crne Gore, u isto vrijeme kada je otpočeo proces sprovođenja MVP u Crnoj Gori, čime je obezbijedila efikasan proces implementacije. Trgovanje se obavlja preko elektronskog sistema za trgovanje (donacija Ljubljanske berze u okviru Pakta za stabilnost Jugoistočne Evrope).

Ne manje značajne (interesantne) su trgovine valutama koje se dešavaju na FOREX-u. Banke i brokerske kuće, obavljaju operacije kupoprodaje valuta po cijenama koje ističu drugi aktivni učesnici, a i sami predlažu svoje cijene, pa tako aktivno utiču na formiranje cijena i na život cijelog tržišta (u tom slučaju imaju ulogu market makera).

Sastav osnovnih učesnika tržišta svjedoči o tome, da se ovo tržište aktivno koristi kao „ozbiljan biznis“ i za ozbiljne ciljeve. To jest, daleko od toga da svi učesnici tržišta koriste FOREX sa ciljem špekulacije. Glavne valute, preko kojih se obavlja osnovni obim svih operacija na tržištu FOREX danas su: američki dolar (USD), euro (EUR), japanski jen (JPY), švajcarski franak (CHF) i engleska funta (GBP).

Fundamentalna i tehnička analiza

Najvažniji i najsloženiji sastavni dio valutnog dealing-a je vještina vršenja analize tendencija promjene na tržištu i da se, u skladu sa tim, predvidi koji tačno faktori i na koji način mogu da utiču na kurs valute. Kretanje cijena podrazumijeva, kako mogućnost brzog ostvarivanja dobiti, tako i obratno – mogućnost brzih i značajnih gubitaka. Zato je pravilno prognoziranje kretanja tržišta, procjena različitih zbivanja, a takođe i manipulacija glasinama i očekivanjima je neophodan sastavni dio posla brokera ili dilera i garancija njihovog uspješnog rada. Postoji veliki broj faktora koji utiču kako na cijelo valutno tržište, tako i na pojedine valute.

Uzajamni odnos valutnih kurseva u konačnom računu određuje se fundamentalnim faktorima – ključnim statističkim pokazateljima stanja jedne ekonomije. Promjena cijena je podređena tendencijama, tako da je i tehnička analiza veoma bitan faktor prilikom donošenja odluke o investiranju. Život tržišta se sastoji od naizmjeničnih perioda rasta i pada cijena, na način što se u okviru svakog perioda razvija vladajuća tendencija, koja djeluje sve dok ne počne kretanje tržišta u suprotnom smjeru. Istorija se ponavlja. "Ključ za razumijevanje budućnosti krije se u proučavanju prošlosti". Činjenica da određene konfiguracije grafikona cijena imaju osobinu da se pojavljuju uporno i više puta, pri tome na raznim tržištima i u raznim vremenskim periodima, je posledica djelovanja nekih stereotipa ponašanja, koji su svojstveni ljudskoj psihi.

Pognoza kretanja tržišta, koja je stvorena pomoću tehničke analize, je prvi sastavni dio strategije ponašanja učesnika tržišta. Na osnovu urađene prognoze se donosi odluka o otvaranju pozicije i o tome koliko sredstava u nju uložiti. „Prognoziranje cijena saopštava trgovcu šta da radi, (da kupuje ili da prodaje), taktika pomaže da se odredi, kad da se obavi ta radnja, a pravila upravljanja kapitalom govore koji dio sredstava uložiti“. Upravo vladanje svim sredstvima fundamentalne i tehničke analize pruža analitičaru mogućnost za pouzdane prognoze pomjeranja tržišta, a taktička vještina i disciplina omogućava da se donesu efektivne odluke.

2) Sektor za upravljanje finansijskim sredstvima - ovaj sektor se bavi upravljanjem imovinom i likvidnošću, trgovanjem za svoj račun, poslovima platnog prometa i poravnanja. *Platni promet u zemlji* – IBM pruža sve usluge vezane za platni promet u zemlji, a odnose se na: otvaranje i vođenje računa, vođenje evidencije o stanju i promjenama na računima i izvještavanje klijenata o prometu i stanju na žiro računima, prijem naloga za bezgotovinska plaćanja, i sl. *Platni promet sa inostranstvom* podrazumijeva da klijent mora imati otvoren devizni račun. Dokumentacija za otvaranje deviznog računa uključuje rješenje o upisu pravnog lica u sudski registar, izvod iz statističkog registra i karton deponovanih potpisa.

Osnove upravljanja kapitalom podrazumijevaju da rad na finansijskim tržištima nije moguć bez efikasnih programa raspodjele sredstava. Efikasno upravljanje kapitalom omogućava trgovcu da "preživi" na dinamičnim tržištima i u uslovima koji nisu baš najbolji po njega. Samo ako u prosječnom obračunu jedne transakcije poštuje ravnopravan odnos između dobitka i gubitka, trgovac dobija mogućnost da zaista radi sa novčanim sredstvima, a ne da igra na sreću.

3) Sektor za komercijalno bankarstvo

Poslovanje sa preduzećima - paleta finansijskih proizvoda i usluga koje nudi banka u poslovanju s preduzećima uključuje:

- *Kredite sa rokom otplate do 12 mjeseci* – u ovu kategoriju spadaju krediti za obrtna sredstva tj. poboljšanje likvidnosti, revolving krediti, krediti za pripremu turističke sezone i lombardni krediti koji se daju na osnovu oročenog depozita, zaloge akcija, udjela u investicionim fondovima, i sl.

- *Dugoročne kredite* – podrazumijevaju kredite za pripremu turističke sezone, kredite za trajna obrtna sredstva i kredite za kupovinu osnovnih sredstava

- *Garancije i akreditive* - banka prema zahtjevu klijenata može izdavati sledeće vrste garancija: tenderske, platne, činidbene, avansne, carinske, devizne. Takođe, mogu se izdavati sledeće vrste akreditiva: nostro akreditivi, loro akreditivi, dokumentarne naplate, stand by akreditivi

- *Depozite* - IBM nudi kvalitetne i povoljne uslove na tržištu po osnovu oročenih depozitima u EUR.

- *Platni promet u zemlji i inostranstvu, kao i poslovnu saradnju s klijentima u vidu kreditiranja njihovih kupaca.*

Poslovanje sa stanovništvom - u skladu sa svjetskim trendovima razvijen je niz modernih tekućih, žiro i deviznih računa prilagođenih željama i potrebama klijenta. U poslovanju sa stanovništvom razvijene su i usluge poput: štednje, odobravanja kredita, mjenjačkih poslova, i sl.

4) Sektor za kastodi poslove i VIP servise – Ono što daje posebnu prednost IBM-u jeste mogućnost obavljanja kastodi poslova, s obzirom da na crnogorskom tržištu ova vrsta usluga nije u dovoljnoj mjeri zastupljena, odnosno, postoji u okviru sektora u svega par komercijalnih banaka. Sve veći broj institucija tržišta kapitala (pojavljivanje novih brokersko-dilerskih kuća, penzionih fondova, osiguravajućih kompanija, i sl.), rastuće interesovanje domaćih i posebno inostranih investitora, kao i povoljan makroekonomski ambijent, govore o opravdanosti implementiranja ove vrste usluga investicionog bankarstva.

Usluge IBM iz ove oblasti su osmišljene i tako dizajnirane da doprinesu zadovoljavanju ukupnih potreba klijenata. Osnovne usluge koje banka obavlja su: čuvanje novčanih sredstava, saldiranje trgovina klijenta i rješavanje nastalih problema, izvršavanje plaćanja sa računa klijenta, po nalogu klijenta, procesuiranje korporativnih aktivnosti i davanje savjeta u vezi sa korporativnim aktivnostima, ocjena pozicija po osnovu vlasništva nad hartijama od vrijednosti, usluge arhive i izvještavanjam, povraćaj poreza, obavljanje transakcija zamjene valuta, i sl.

Kod kastodi poslova kapital klijenta i kastodi banke je u potpunosti odvojen. Ovo znači da se sredstva klijenta nalaze na posebnom - namjenskom računu koji ne može biti predmet naplate u postupcima protiv banke, a poslovi koje banka obavlja sa sredstvima klijenata ne utiču na kapital banke. Rizici koji su međunarodnim standardima izdvojeni kao rizici kastodi banke prilikom obavljanja kastodi poslova su: transakcioni rizik, rizik usklađivanja propisa sa međunarodnim standardima koji se odnose na kastodi servise, rizik neizvršavanja ugovorenih obaveza od strane klijenata, strateški rizik i rizik reputacije banke.

Organizaciona jedinica za VIP Bankarstvo IBM pruža mogućnost davanja profesionalnih savjeta, praćenja tržišta u razvoju kao i razvijenih tržišta. VIP servisi podrazumijevaju: [sveobuhvatne i profesionalne usluge upravljanja imovinom](#), dodjeljivanje privatnog menadžera za finansijsko planiranje, servis ličnog osiguranja, i sl.

U VIP centru klijent može da se dogovara sa privatnim menadžerom za pružanje finansijskih usluga i dobiti svaki finansijski, pravni ili profesionalni savjet. Optimizaciju strukture rizika (povraćaja), obezbijeduje profesionalni tim za upravljanje sredstvima. U

skladu sa dogovorenom politikom investiranja, tim za upravljanje sredstvima i klijent definišu strategiju investiranja, na osnovu čega se povjerena sredstva investiraju u različite finansijske instrumente. Kroz VIP bankarske usluge privilegovanog bankarstva obezbjeđene su klijentima usluge koje podrazumijevaju ekskluzivnu bankarsku ponudu, a tu su i [usluge za lagodan životni stil](#).

5) Sektor za administraciju - administrativni sektor se bavi poslovima računovodstva i finansija, zasad obavlja poslove iz oblasti prava, informacione tehnologije i tehničke podrške za efikasno funkcionisanje banke, kao i upravljanje ljudskim resursima. Zaposleni u ovom sektoru omogućavaju da ostali prihodonosni sektori banke brzo, efikasno i kvalitetno obavljaju svoje poslove nudeći svojim klijentima savremene bankarske proizvode i usluge koje pojednostavljaju njihovo finansijsko poslovanje i čine ga lako dostupnim.

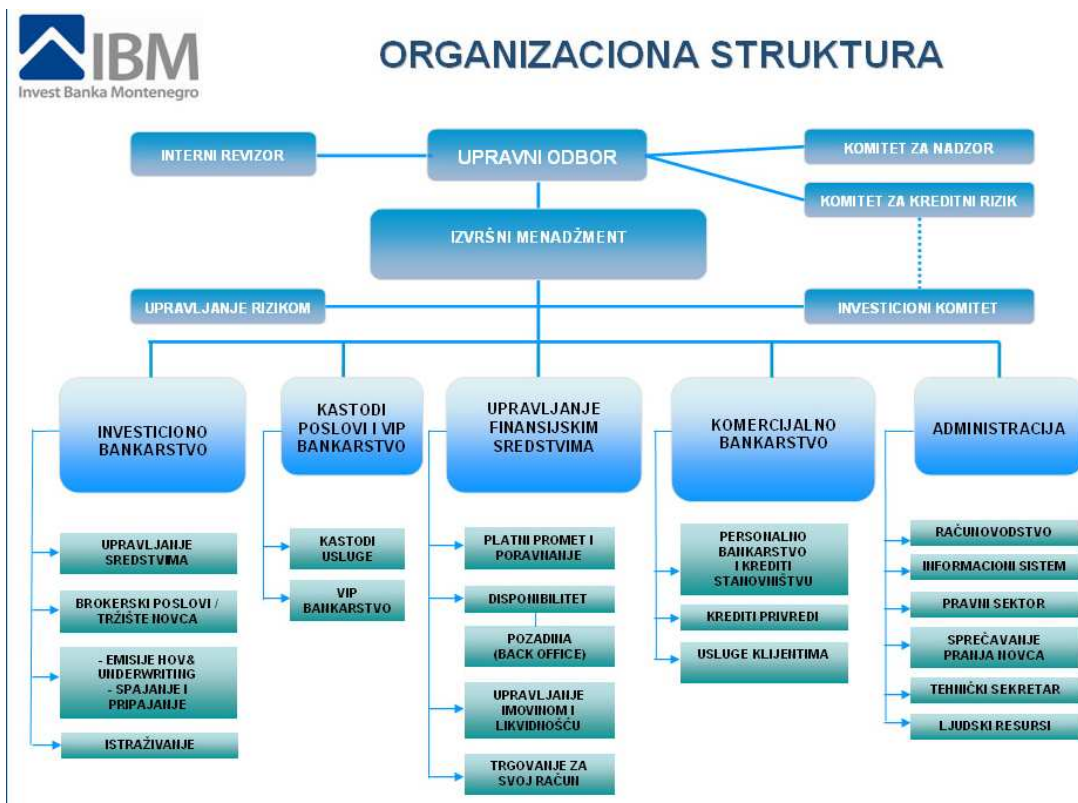
* **E- banking** - elektronsko bankarstvo je finansijski servis IBM-a koji omogućava korisniku odnosno vlasniku računa, raspolaganje sredstvima na svom računu u bilo koje vrijeme i sa svakog mjesta u svijetu. Jedino što korisnik mora imati na raspolaganju jeste personalni računar i pristup internetu. Pod elektronskim bankarstvom podrazumijeva se pružanje sledećih usluga: plaćanje svih vrsta računa, plaćanje prema inostranstvu, plaćanja obaveza po kreditima, pregled stanja i prometa po računima, pregled depozita i kredita, izvještaji posredstvom telefona, fax-a, GSM telefona i e-maila. Pravna lica koji koriste usluge elektronskog bankarstva u banci, imaju mogućnost upotrebe namjenskog softvera - FX Client, sa naprednim sistemom izvještavanja i praćenja svih transakcija.

* * *

Rastuće interesovanje investitora za crnogorsko tržište doprinijeće povećanju novih investicija, što potvrđuje optimizam u vezi sa potencijalom našeg tržišta, osnivanje novih institucija na finansijskom tržištu, kao i sve veće interesovanje banaka za obavljanje kastodi i investicionih poslova na tržištu kapitala.

Znači, prostora za razvoj investicionog bankarstva u Crnoj Gori definitivno ima i mislim da ono predstavlja jednu neminovnost, gdje će veći stepen zastupljenosti ove vrste bankarstva značajno doprinijeti razvoju finansijskog tržišta kod nas. Objedinjujući spektar usluga iz ove oblasti potencijalni klijenti će imati veće mogućnosti za brže, efikasnije i kvalitetnije donošenje investicionih odluka.

Nadam se da IBM banka neće još dugo biti jedina investiciona banka u Crnoj Gori, što znači da bi zdrava konkurencija unaprijedila poslovanje, tj. značajno doprinijela rastu ponude proizvoda i usluga na polju investicionog bankarstva kod nas, dok bi na drugoj strani klijentela imala veću mogućnost izbora.



Literatura:

- Dabić, S. (1990). *Hartije od vrijednosti i njihovo tržište*, Naučna knjiga, Beograd.
- Ristić, Ž. (1990). *Tržište kapitala*, Privredni pregled, Beograd.
- Čosić, B. Jorgić, B. Pujnić, P. (1991), *Berza hartija od vrijednosti i berzansko poslovanje, Jugoslovensko tržište kapitala*, Beograd.
- Rodić, J. (1991). *Poslovne finansije i procjena vrijednosti*, Ekonomika, Beograd.
- James, P. (1991). *The future of Banking*, New Haven: Yale University Press.
- Poper, K. (1992). *Otvoreno društvo i njegovi neprijatelji*, BIGZ, Beograd.
- Van Horn, J. (1993). *Finansijsko upravljanje i politika*, MATE, Zagreb.
- Vukotić, V. (1993). *Privatizacija*, IDN, Beograd.
- Mijatović, B. (1994). *Privatizacija*, Ekonomski institut, Beograd.
- Pike, R. Neale, B. (1994). *Corporate Finance and Investment - decisions and strategies*, Prentice Hall.
- Pejović, S. (1995). *Economic Analysis of Institutions and Systems, KAB, USA*.
- Čirović, M. (1995). *Primarno tržište kapitala - finansijska tržišta i njihovi zakoni*, Finansijski centar, Novi Sad.
- Čirović, M. (1995). *Bankarski menadžment*, Ekonomski institut, Beograd.

- Dabić, S. Moris, K.M. Seigel, A.M. (1995). *U obliku novca – vodič kroz hartije od vrijednosti*, IQ Media, Beograd.
- Drucker, P. (1996). *Inovacije i preduzetništvo*, Privredni pregled, Beograd.
- Friedman, M.&R. (1996). *Sloboda izbora*, Global Book, Novi Sad.
- Hayek, F.A. (1997). *Put u ropstvo*, Global Book, Novi Sad.
- Foley, B. (1998). *Tržište kapitala*, MATE, Zagreb.
- Dabić, S. i Dabić, V. (1988). *Informacioni sistemi u službi investicionog bankarstva*, Berza, Beograd, br. 11-12.
- V.Horne, J.C. i Wachowicz, J. (1998). *Fundamentals of financial management*, Englewood Cliffs, NJ, itd. Prentice Hall.
- E.Brigham, L.Gapen, M.Ehrhardt (1999). *Financial Management – Theory and Practice*, The Dryden Press.
- Šoškić, D. (2000). *Upravljanje portfoliom i investicioni fondovi*, Beograd.
- Haugen, R. (2000). *Modern Investment Theory*, Prentice Hall.
- Đukić, Đ. (2001). *Centralna banka i finansijski sistem*, Litopapir, Čačak.
- Laketić, D. (2003). *Upravljanje privatizacionim fondovima – Case study: Atlas Mont*, Magistarski rad, Univerzitet Crne Gore, Ekonomski fakultet u Podgorici – Postdiplomske studije “Preduzetnička ekonomija”, Podgorica.
- Web sajtovi:
 - www.invest-banka.com
 - www.montenegroberza.com
 - www.nex.cg.yu
 - www.cb-mn.org
 - www.scmn.cg.yu
 - www.atlas-broker.com

Nebojša Obradović *

Prodaja vs Liderstvo

Abstract

*If you think you are not able to sell your idea, there is no surprise that you can't get what you want. **Next time, if you want something from someone, are you sure that you would get it?** Have you ever asked yourself why you haven't succeeded in convincing more people to accept your opinion? Why no one asks you for advice? **Why isn't your influence deeper and more extensive?***

In fact, every day you try to sell a lot of ideas, beliefs and views, isn't it? You want to your family members to accept your opinion, isn't it? Are you satisfied with the way you present your ideas, beliefs and views? Would you like to improve your presentation by using kind, pleasant and fruitful sale skills?

Key words: sale, leadership, sell and leading skills

I Uvod

Ako vam se ne dopada riječ prodati, onda možemo reći ubijediti i odvracati – ili, još bolje, nagovoriti i odgovoriti. Postoje mnogi problemi koje želite da riješite, zar ne? Živite intenzivno, imate mnoštvo obaveza, interesovanja, mogućnosti. Želja vam je da postignete svoje ciljeve kako biste od života dobili ono što želite. Imate potrebu da ljude motivišete, obavijestite, podstaknete i uvjerite. Tajna uspjeha, upravo, leži u sposobnosti da upravljate vremenom! Da li ste ikada razmišljali kakav promašaj predstavlja uludo trošenje vremena? Kada dan nema dovoljno sati da bismo postigli ono što možemo, zašto bismo posvećivali toliko vremena nekom promašaju koji se može spriječiti? Promašaji se mogu izbjeći, samo ako znamo kako. Sprečavanje promašaja – bilo kog, u ličnom, poslovnom ili javnom životu – počinje onog trenutka kad shvatimo zašto ne radimo ono što znamo da treba da uradimo.

Ono što nas najviše pogađa nije promašaj – **najveću štetu nam nanosi strah od promašaja**. Promašaj je u prošlosti, strah od promašaja može da uništi našu budućnost. Zato korišćenjem tehnika i metoda prodaje možete savladati svoj strah od odbijanja. Znaćete kako da manje gubite vremena na promašaj i strah. Svaka od njih može da doprinese da vaš privatni život bude efikasniji i uzbudljiviji. One djeluju kada radite, kada se zabavljate, kada se hvatate u koštac sa životom. Koristite ih u svojoj kući, koristite se njima i kad vam se poremete odnosi sa prijateljima. A kada to postignete, automatski ćete više uživati u životu.

* Swiss osiguranje, Podgorica

Svaka uspješna osoba prodaje sebe samu. Šta to znači? To znači da su uspješni ljudi uspješni zato što svoje ideje, uvjerenja i ciljeve prodaju bolje od neuspješnih.

II Prodaja

Ljudi su rođeni prodavci. Od malih nogu prodajemo se svojim roditeljima da bi dobili ono što želimo - da bi nam kupili igračku, dozvolili da ostanemo napolju koliko želimo, da bi nas pustili da uveče ostanemo kasnije sa društvom, da bi nam dozvolili da koristimo njihov auto ili nam kupili kompjuter. Prodajemo se svojim drugovima da bi nas prihvatili u društvo, u školi se prodajemo našim profesorima da bismo dobili dobre ocjene.

Nesvjesno, mi već primjenjujemo mnogobrojne aspekte prodaje: moć nagovaranja, umjetnost pregovaranja i najbolju tinejdžersku taktiku – „nikad ne prihvatiti negativan odgovor.“

Međutim, kada stignemo u svijet biznisa, tada se nešto čudno desi. Odjednom zaboravljamo kako se prodaje, sve one tehnike kojima smo se koristili cijelog života postaju strane i misteriozne, kao da ih sada po prvi put čujemo. Preispitujemo svoj talenat i sposobnost.

Problem je u tome što se ulaskom u svijet biznisa rađa jedan novi faktor. Po prvi put su naša moć nagovaranja i sposobnost prodaje na procjeni. Ovo djeluje zastrašujuće i mi ubjeđujemo sami sebe da ne možemo da prodajemo, da ne znamo da prodajemo ili da ne želimo da prodajemo. Zatim, uz pomoć mentalne blokade dokazujemo nedostatak talenta i sposobnosti za prodaju. Problem prodaje ne leži u talentu i sklonosti, već u tome kako gledamo na sam proces prodaje. Neki ljudi smatraju da je to posao niže vrijednosti, drugi ga smatraju nametljivim. A skoro svi se plašimo odbijanja i neuspjeha.

Jedan od osnovnih problema prodaje je da je ljudi smatraju manje važnom nego prije dvadeset godina. Istorijski gledano, **najbrži put do vrha bio je kroz prodaju**. Danas se prodaja smatra poslovnom vještinom niže vrijednosti. Ljudi vjeruju da je najbrži put do vrha školovanje za menadžere. Ono je djelimično tačno, ali lagali bismo sami sebe ako pretpostavimo da puka vještina upravljanja može da izbriše neophodnost prodajnih vještina. „**Još nisam sreo predsjednika ili izvršnog direktora velike korporacije koji se nije dičio svojom sposobnošću za ubjeđivanje – drugim riječima svojim prodajnim sposobnostima.**“ Mark H. MakKormak

Škole biznisa smatraju da je njihov cilj da obuče menadžere, a potpuno zaboravljaju činjenicu da ako nema prodaje, nema se čime ni upravljati. Ove činjenice nisu svjesni ni mnogi novopečeni diplomci, koji, u svojoj želji da upravljaju kompanijom, s nipodoštavanjem gledaju na prodaju, njene tehnike i na umjetnost prodaje. Jedan od tih

diplomaca sam bio i ja, dok nisam dublje ušao u svijet prodaje i uvjerio se u snagu i moć koju mi daje ova plemenita vještina.

„Mnogo je diplomaca radilo u našoj kompaniji i najveći nedostatak u njihovom znanju je bio nedostatak prodajnih vještina. Na sreću, većina je ove vještine stekla u praksi. Ali, poznajem veliki broj diplomaca u drugim kompanijama koji u tome nisu uspjeli i koji još uvijek vjeruju da menadžerima znanja iz sfere prodaje nisu potrebna. Ovo nazivamo „nedostatom opštih znanja.“ Smatram da je bolje ime za ovo – nedostatak zdravog razuma.“ Tom Hopkins

III Vještine prodaje

„Da bi bio jak, budi majstor u govoru jer čovjekova snaga je u jeziku, a govor je jači od svake borbe.“ Tom Hopkins

„Ja se više ponosim svojim prodajnim, nego pregovaračkim sposobnostima, jer je daleko teže ubijediti nekog da želi da kupi nešto od vas, nego da definišete uslove pod kojima će to kupiti.“ Mark H. MakKormak

Poletite, ne razmišljajte

„Često sam u stanju da odletim na daleki put da bi se s nekim sreo licem u lice, iako veći dio onoga što treba reći mogu da saopštim i preko telefona.“ Mark H. MakKormak. Ako je u pitanju nešto važno ili odnos koji može da postane dugoročan, uvijek utiske koje formirate zasnivajte na onome što vidite, a ne samo na onome što čujete. Utisak koji se o osobi formira nakon susreta je obično potpono drugačiji od utiska koji ste formirali nakon telefonskog razgovora.

„Slažem se, ali...“

Često, posebno tokom pregovora, način na koji je nešto frazirano potpuno izmijeni dinamiku odnosa. To se postiže dodavanjem ili oduzimanjem jedne ili dvije riječi, korišćenjem riječi „slažem se“, čak i kada se ne slažete, samo da biste nakon toga dodali „ali“ ili „znam kako se osjećate, ali...“, „tačno shvatam šta mislite i u potpunosti se slažem s vama, ali...“. **Ljudi koji su ovladali ovom tehnikom mogu da iscijede krv iz kamena.** Oni mogu gotovo svaki pregovor da pretvore u odnos pokajnika koji se ispovijeda. Čak i kada imate nešto važno da saopštite, ukoliko to kažete neprijatnim tonom ili na neprijatan način, budite sigurni da vas niko neće slušati.

Čvrsto vs blago

Šta se dešava kada je vaše ponašanje suprotno od onog što druga osoba očekuje? Rezultati su maksimalno efikasni. Kada neko očekuje čvrstinu, prosto je nevjerovatno kakve rezultate može da postigne jedna obična blaga opaska.

Indirektne usluge

Indirektne usluge najviše impresioniraju. Ako imate klijenta ili kupca koga želite da impresionirate, učinite nešto za djecu. To će vašem kupcu značiti mnogo više od bilo koje usluge koju učinite njemu samom. Koliko znate o porodicama vaših najvažnijih poslovnih partnera? Da li ste se ikada za to interesovali i da li ste odvojili djelić svoga vremena da o njima nešto saznate? To su izuzetno značajne informacije!

Stvarajte prijatelje

Ako je sve u redu ljudi kupuju od prijatelja. Iako nije sve baš u najboljem redu, ljudi opet kupuju od prijatelja. Stvarajte prijatelje! Ne morate postati najbolji drugari sa svakim poslovnim partnerom. Ali pozovite ih s vremena na vrijeme, raspitajte se šta rade – budite zainteresovani. Ako niste zainteresovani da se sprijateljite, pomirite se sa činjenicom da ćete poslovati sa neutralnim ljudima ili sa neprijateljima. A ako nećete da sklapate prijateljstva, onda morate da se potrudite da budete mnogo bolji od konkurencije.

Najvažnija lična aktiva u biznisu

Na pitanje koja je najvažnije lična aktiva u biznisu očigledan odgovor je **zdrav razum**. Ako ga već ne posjedujete, vjerovatno ga nikada nećete ni imati i svi savjeti koje vam dajem neće vam ništa pomoći. Poslije zdravog razuma, najveća aktiva je **smisao za humor**, sposobnost da se nasmijete sami sebi ili situaciji u kojoj se nalazite. Smisao za humor stvara jedan od najpovoljnijih dugoročnih utisaka. Jedan smiješan komentar odmah drugoj strani kaže da sebe ne smatrate i suviše ozbiljno, a to ljudi pamte. To je istovremeno najbolji način da započnete sastanak.

Sposobnost?

Pod pretpostavkom da imaju slično porijeklo i sposobnost, pitanje je zašto neki ljudi odmah polete ka vrhu, dok drugi kao da zauvijek ostaju zakovani na sredini ljestvice rukovođenja? Mislim da je odgovor u fundamentalnoj razlici između sposobnosti i efikasnosti. Što znači korišćenje sposobnosti da bi se postigli određeni ciljevi ili rezultati? Ljudi koji isključivo rade na svojim sposobnostima nikada ne postaju zvijezde. Oni koji su postali zvijezde, kombinuju svoje sposobnosti sa drugim stvarima – zdravim razumom, osjećanjem za ljude, razumijevanjem pravila igre. **Oni pokazuju rezultate zato što efikasno prodaju sebe i svoje ideje, kako unutar kompanije tako i van nje.**

Tempiranje

Ideje ne propadaju zato što su loše, ni zato što su nepravilno sprovedene u djelo, već zato što su pogrešno tempirane. Ako vjerujete u svoju ideju i ako vjerujete da ta ideja odgovara određenom kupcu, vratite se ponovo. Mnoge ideje su urodile plodom kad su ponovo predstavljene u povoljnijem trenutku. Tempiranje mnogostruko utiče na prodaju. Ono utiče na sve od vremenskog perioda potrebnog za prodaju, preko trenutka u toku pregovora kada nešto treba da kažete, do trenutka kada nešto treba da uradite.

Ako vašem kupcu treba nekoliko mjeseci da se odluči za kupovinu, nemojte mu nametati obavezu da se odluči za nekoliko nedjelja. Prodavac kontroliše tempiranje prodaje, ali znake prima od kupca.

Nedostatak strpljenja

Većina poslova propada zbog nedostatka strpljenja. Primjere čujemo i vidimo svakodnevno:

- prodavac koji preko telefona osjeti da je druga strana u žurbi ili loše razpoložena, ipak pokušava da zaključi prodaju.
- kupac zamoli prodavca da dođe drugi put, a ovaj mu ogovara: „ali treba mi samo minut vašeg vremena.“
- prodavac koji je upravo zaključio posao na obostrano zadovoljstvo kaže kupcu: „Sada, kada smo s ovim konačno završili, želio bih sa vama ozbiljno da porazgovaram.“

Bolest lošeg tempiranja najbolje se liječi strpljenjem.

Ne postavljajte rokove

Ponekad je postavljanje rokova kupcu neizblježno. Ali rok je prijetnja, a ljudi obično prkose prijetnjama. Zato ga koristite kao posljednju slamku.

Obratite pažnju

Poslovnim ljudima je teško održati pažnju na duži vremenski rok. Zato morate jasno i brzo izložiti suštinu. Stavite se u položaj slušaoca, pa manje govorite. Nemojte da iznosite svoju životnu istoriju, ne odugovlačite sa prezentacijom i, ukoliko niste dramski pisac, izostavite dramaturgiju. Uspjećete samo da iznervirate sagovornika ili, još gore, da izgubite njihovu pažnju. Morate tačno da znate koliko dugo vaš sagovornik može da održi pažnju.

Upoznajte svoj proizvod, vjerujete u njega i prodajte ga sa entuzijazmom

Ovo su fundamentalne prodajene istine. Ako ne poznajete svoj proizvod, ljude vrijeđa vaš pokušaj da ga prodate. Poznavanje proizvoda istovremeno zahtijeva i poznavanje ideje koja iza njega stoji – njegove svrhe i kako je koncipiran – odnosa između proizvoda i onog što kupac želi da kupi. Kako time pomažete kupcu? Koje probleme rešavate? Šta to obećava? Upravo ta neopipljivost, jer one se razlikuju do kupca do kupca, utiče da ih često ne shvatamo i pogrešno tumačimo. Dio poznavanja proizvoda je i poznavanje svih razloga zašto neko ne bi želio da ih kupi. Pretpostavite razloge. Jasno ih koncipirajte u svom mozgu i, ako je potrebno, stavite na papir – a istovremeno pripremite poseban odgovor za svaki od njih. Dobar dio svake prodajne situacije svodi se na rešavanje prigovora.

Pronađite zvijezdu

Pronađite zvijezdu u drugim kompanijama i sprijateljite se s njima. Kroz deset godina oni će postati vaša najvažnija poslovna aktiva – bilo da im prodajete, da od njih kupujete, da ih zapošljavate ili da se kod njih zapošljavate.

Iznudite poneko „ne“

Ljudima je neophodno da kažu ne. Dozvolite im to! Ako ste došli da prodate samo jedan proizvod, predložite nešto ili ubacite neku pretpostavku i dozvolite im da vam ukažu da niste u pravu. Ljudima je potrebno da se osjećaju pametnijim od vas. Nekoliko dobro postavljenih „ne“, mogu da stvore pravu situaciju za „da“.

Strah od neuspjeha

Strah od neuspjeha je čest kao i želja za uspjehom. Ako je pravilno usmjeren, može biti energija koja pokreće točak, iako kod većine ima suprotan efekat – slabost.

Naučite da koristite strah umjesto da on kontroliše vas. Morate dati sve od sebe da se pripremite za utakmicu, da dovedete svoje tijelo i duh do željenog vrhunca. Kada uđete u teren, svjesni da ste uradili sve što ste mogli da uradite kao bi se pripremili, ako pobijedite biće dobro. Ali ako izgubite, vaši prijatelji će i dalje biti vaši prijatelji, a neprijatelji – neprijatelji. „I zemlja će se opet okretati oko sunca, poslije te utakmice.“ Veselin Vukotić

Stručnost

Da biste više zaradili treba da postignete veću stručnost. Upoznajte se sa vještinama prodaje. Proučite svoj proizvod ili uslugu. Upoznajte svoje klijente i svoju teritoriju. Primjenjujte u svakoj prilici svoje usavršene sposobnosti i vještine. **Radite ono što znate da treba da radite.** Slijedite taj program i uspjećete da podignete svoju zaradu na mnogo viši nivo. Razvijanje stručnosti je jedini pravi put i način da to postignete.

Mnogo je više ljudi koji vjeruju da nisu stvoreni za ovaj posao, misle da je beznačajno truditi se da bi postali stručnjaci. **U prodaji mora sve da se nauči.** I tako prestanite da se izvlačite od napora koji zahtijeva učenje da se postane stručan u profesiji prodavca. Bez obzira na to da li sebe smatrate čudom ili ne, ipak cijenu učenja morate da platite. **Nemojte nikada da prestanete da učite i ponavljate naučeno.**

Pronicljivost

Ne mogu da zamislim da iko može biti efikasan u biznisu ako ne posjeduje određenju dozu pronicljivosti o ljudima. Biznis je u suštini suptilan posao. Svaki aspekt tog procesa sprovodi se sa ljudima – njima se upravlja, prodaje, sa njima se radi i postiže da oni rade ono što vi želite. Bez pronicljivosti, nema suptilnosti.

Sposobnost empatije

Veliki prodavci saosjećaju se sa svojim kupcima. Oni razumiju njihove potrebe i probleme, razumiju izazove svog posla. Oni svaki dogovor vide očima kupca. Da, oni predstavljaju kompaniju, i da, oni žele da kompanija bude profitabilna. Ali oni su genijalci

za balansiranje interesa kompanije i interesa kupca tako da će, posle teških pregovora, obje strane opisati taj proces kao više nego fer.

Pouzdanost

U većini slučajeva lijepa riječ prodavca je dovoljna, njihov stisak ruke nešto znači. Svaku prodaju posmatraju kao dugoročan odnos, a kupci obično odgovaraju na isti način.

Preduzimljivost, hrabrost i samopouzdanje

Vrhunski prodavci posjeduju moćnu kombinaciju preduzimljivosti, hrabrosti i samopouzdanja. Telefonski pozivi nepoznatim osobama užasno su naporni. Niko to ne voli da radi. Ali najbolji prodavci toliko žele da razvijaju posao da će se iz dana u dan svom slinom baciti na ovaj zadatak, a imaju unutrašnju snagu da neizbježna odbijanja ne prime lično. Oni jednostavno duboko udahnu i idu dalje.

Nove ideje

Konačno, prodavci ne mogu da se suzdrže. Oni ipak vole da skrenu sa zadanog puta u potrazi za novim proizvodima ili mogućnostima za kupca. Najbolji prodavci smatraju da je dio njihovog posla da redovno donose kući ideje sa terena, govoreći na primjer: znate, kad bismo mogli da napravimo XYZ, osvojili bismo čitavo jedno novo tržište.

Moć duha

„Ko tiho i neopozivo njeguje živu želju u svom srcu, odlučan da pobijedi, uvlači tako snage pomoći iz nevidljivih tokova u svoju šemu duha, kao što embrion, po planu i nesvjesno, nepogrešivo izvlači iz majčine krvi sve elemente koji su u tom stadiju razvoja upravo potrebni.“ Slobodan B Dželebdžić

Neprestano misliti: moram biti odlučan, neprestano misliti „naprijed“, misliti ne samo mozgom, nego i srcem, svakim pokretom, svakom ćelijom, i to će tako biti. To mora proizvesti snagu koja će prebaciti rezultate u stvarnost, kao dizalica svoj teret.

Zavisno od toga kojim se strujama čovjek okrene određuju se kvalitet njegovog naboja. Ako iz njega zrači odlučnost, nada, veselje, snaga, poštenje, strpljenje, rad i preciznost, onda će tokom vremena privlačiti na sebe sve više takvih misaonih elemenata iz okoline. One već spadaju u kompleks uspjeha.

U zabludi su oni koji vjeruju da su udarci sudbine nepredvidivi i da u životu slučaj igra veliku ulogu. „Dogadaj se odigra tek onda kada si spreman da ga doživiš“ Buda. „**Ne događa se ono šta želimo, već onu u šta vjerujemo iz dubine duše. Onaj ko u sebi vjeruje da ne zaslužuje platu od šest hiljada dolara mjesečno, može je željeti koliko hoće – neće je dobiti.**“ Slobodan B Dželebdžić

Neke od prednosti prodaje:

Prva prednost i razlog zbog koga volim prodaju je njena **sloboda izražavanja**. Profesija prodaje je jedna od malog broja profesija u kojoj vi možete da budete vi i, u suštini, možete da radite ono što želite.

Druga prednost prodaje je što imate slobodu da **postanete onoliko uspješni koliko želite**. U našoj profesiji samo vi možete sebi ograničiti dohodak, niko drugi. Za dohodak ne postoje plafoni.

Treća prednost prodaje je što je ona **svakodnevni izazov**. Možete da počnete skoro svaki posao, ali da u njemu ne nađete izazov. Sa prodajom se to nikada ne dešava, tamo svakog dana nailazite na nove izazove. Neka joj to ide u prilog. U prodaji nikada ne znate kakve će mogućnosti da stvori dan, kakve će vam nagrade biti ponuđene – kakve katastrofe mogu da vas zadese. Za prodavca je svaki dan pustolovina.

Četvrta prednost prodaje je što nudi **visoku potencijalnu dobit uz male investicije kapitala**. Šta košta ulazak u ovu profesiju koja nema plafona za dohodak?

Peta prednost profesije prodavca je što je **zabavna**. Da li znate koliko ima ljudi koje nimalo ne zabavlja ono što rade za svoj dohodak?

Šesta prednost profesije prodavca je što **budi zadovoljstvo**. Kada vaš klijent izađe sa vašim proizvodom, osjećate se dobro. Usrećio sam još jednu porodicu onim što moja kompanija nudi. Što ste bolji prilikom prodaje, toliko ste korisniji drugima – svojim klijentima, svojoj porodici i privredi zemlje.

Sedma prednost, oni se ne plaše nepoznatog u promjenama zato što je **savladivanje nepoznatog** njihov svakodnevni posao. Ova osobina podstiče vaš lični uspon i razvoj.

IV Liderstvo

Cilj mi je bio da podstaknem sve buduće i sadašnje lidere da pročitaju ovaj tekst. Naslov je imao tu funkciju. Ako sam uspio u tome drago mi je, ali ako sam uspio da vas podstaknem da i dalje istražujete oblast prodaje onada sam postigao puni efekat. Nadam se da se slažete sa mnom da ni jedan lider ne može biti pravi lider ako ne posjeduje vještine prodaje o kojima smo govorili. Evo još i nekih karakteristika lidera, koje smatram jako važnim.

Liderstvo – cilj mi je da me moj tim zapamti kao najboljeg šefa kojeg je ikada imao!! Lideri žele da dopru do umova i srca svojih ljudi kako bi im pomogli da se razvijaju i napreduju. Žele da izgrade povjerenje, zadobiju poštovanje i oslobode energiju svog tima kako bi ostvarili pobjedu. „Lideri moraju da traže drugu satisfakciju. Oni moraju posjedovati sposobnosti da „grade“ ljude, da na njih prenose odgovornost, a da

zadovoljstvo svoga ega nalaze u obučavaju, usmjeravanju i kontroli drugih.“ Mark H. MakKormak

Prva važna osobina lidera je pozitivna energija – sposobnost da se uporno ide sve dalje i dalje, sa zdravim zanosom i optimističkim stavom, kako kroz dobra tako i kroz loša vremena. Druga je sposobnost pokretanja drugih – oslobađanje njihove pozitivne energije. Treća je oštrina i smjelost – sposobnost donošenja teških odluka i jasnog izgovaranja da ili ne, a ne možda. Četvrta osobina je sposobnost za izvršenje zadatka – vrlo jednostavno, završenje posla. Peto i poslednje, **lideri posjeduju strast. Njima je stalo. Oni se znoje. Oni vjeruju!**

Kada postanete vođa, uspjeh se mjeri razvojem drugih. Tada je riječ o tome da ljude koji za vas rade učinite pametnijim, snažnijim i odvažnijim. Ništa što radite kao pojedinac više nije važno. Važan je način na koji vodite i podržavate tim i pomažete njegovim članovima da povećaju svoje samopouzdanje. Dobićete svoj dio pažnje od onih koji su iznad vas, ali samo u mjeri u kojoj vaš tim pobjeđuje.

Razgovarajte potpuno iskreno, što je slučajno i jedna od osnovnih karakteristika efektivnih vođa. Budite iskreni i otvoreni. Na kraju, iskrenost uvijek funkcioniše, a posao uvijek čini boljim. Jednom kada se riješite nejasnih poruka i lažnog pregleda ostvarenih rezultata, tim će postati brži, kreativniji i energičniji.

Nesumnjivo, postoje strogi šefovi koji nisu ništa drugo nego nasilne budale opijene sopstvenom moći i za njih je zaista teško raditi. Istina postoje i oni šefovi koji su strogi, ali pravedni, koji snažno guraju, ali i nagrađuju jednakom mjerom, usput vam otvoreno govore sve u lice. Loši radnici obično žele da takvim šefovima vide leđa. Ljudi koji žele da pobjeđuju, u stvari, ih priželjkuju.

Čim počnu da se pojavljuju prvi rezultati nekog programa promjena, možda kroz više marže ili više kupaca, **ispunite svoje obećanje.** Dakle, povećajte plate, ispunite bonuse ili brže unapređujte zaposlene. Ništa ne topi otpor prema promjeni tako brzo kao uspjeh, pogotovo kada on poboljšava živote i karijere članova tima koji je zaslužan za taj uspjeh.

U kulturama najboljih praksi, lideri zapošljavaju i unapređuju samo ljude koji su gladni i žedni neprestanog učenja. „Bez sumnje teško je uspostaviti inovativne kulture. Ali to je neminovnost i nije nešto o čemu možete raspravljati. Ili prihvatite proces pronalaženja i neprestanog, beskrajnog usavršavanja kao način života u vašoj kompaniji ili ćete mahati vašim konkurentima dok vas budu preticali.“ - Funky business

Dugo me fascinira i profesionalno i psihološki, šta utiče na stvaranje lidera. Tu mislim na prave lidere, onaj jedan procenat koji stalno nadigrava svoje protivnike, pruža najbolju

performansu u prelomnim trenucima i koji se dugoročno gledano distanciraju od onih skoro odličnih i pratioca.

Zahvaljujući raznoraznim sportovima kojima sam se bavio uočio sam tri karakteristike stava koje posjeduje svaki lider kojeg poznajem. Oni se mogu primijeniti i na biznis, jer i on je u nekoj vrsti sportska arena. Ja sam ih primjenio na svoju karijeru i oni su izvor iz koga crpim svoju snagu i upornost!

Prvi stav je nezadovoljstvo svakog lidera svojim dostignućima. Oni koriste svaki uspjeh i pobjedu kao podsticaj za još veće ambicije. Svaki dostignuti cilj postaje sljedeći stepenik ka još većem i „nedostižnijem“ cilju.

Drugi je sposobnost da svoju performansu dovedu do vrhunca da postignu top formu za velike turnire i sportske događaje. Niko ne može bez prestanka da operiše na svom najvišem nivou, ali legende sportskih terena su u najboljoj formi kad god je ulog najveći.

Na kraju, tu je njihova sposobnost da uklone protivnika. To se naziva i „instiktom ubice“, ali nam više govori o rezultatu, nego o mentalnim procesima koji se odvijaju u takmičarevoj glavi.

V Zaključak

Prodaja ima svoj veliki doprinos u svim sverama privrede, naročito u oblasti osiguranja. Sve ove izložene metode imaju svoju praktičnu upotrebu i bile su isprobane na vatrenoj liniji prodaje u okviru Swiss Osiguranja. Opstajanje osiguravajućih društava, njihov rast i razvoj je determinisan njihovom sposobnošću da organizuju prodaju - da okupe ekipu ljudi koja će da usvoji i primjenjuje sve tehnike i metode prodaje. Jedno osiguravajuće društvo je dobro onoliko koliko vrijede njegovi zastupnici, menadžeri prodaje i agenti prodaje. U vrijeme kada većina osiguravača nudi manje-više slične proizvode uz relativno slične cijene, o uspjehu osiguravajuće kompanije odlučuje razlika u znanju, upornosti i sposobnosti onoga ko klijentima prodaje taj proizvod. Prodavci u osiguranju uvijek trebaju da imaju informacije kada klijentima ističe polisa za tekuću godinu, kada se puštaju u pogon nove mašine, kada se otvaraju novi magacini ili kupuju nova vozila, oprema...

U osiguranju je kao i u drugim poslovima, ako nema prodaje nema čime da se upravlja, samim tim nema ni profita. Odlučujući faktor u svakom poslu je čovjek, odnosno, njegovo znanje. Da bi uspjeli u bilo kom poslu, a naročito u pravljenju dobre prodajne mreže, neophodno je okupiti dobru ekipu mozgova. Sve moderne kompanije se takmiče u znanju, ali znanje je kvarljiva roba. Moramo ga tretirati kao da je mlijeko, odnosno, utisnuti mu rok trajanja. Ako ne koristimo znanje koje posjedujemo u okviru kompanije, ono će se ukisjeliti i postati bezvrijedno. „U budućnosti ćemo imati dvije vrste kompanija – brze i

mrtve“ – Funky business. Sposobnost organizacije da uči i naučeno pretoči u akciju jeste najveća konkurentna prednost u svijetu poslovanja.

Sve ove metode/tehnike ili vještine prodaje koje sam izložio u ovom radu predstavljaju samo mali dio od ukupnog opusa ove plemenite vještine. Želja mi je da motivišem sve mlade ljude, buduće lidere, koji pročitaju ovaj rad, da se ozbiljnije pozabave ovom vještinom kako bi znali šta treba da urade na putu do uspjeha. Istina, desetak strana je isuviše malo da na njima smjestimo sve vještine prodaje koje su neophodne na putu do uspjeha, ali opet dovoljne da motivišu i podstaknu da potražite neku od knjiga navedenih u literaturi na poslednjoj strani ovog rada.

VI Literatura

- Tom Hopkins, *Kako ovladati veštinom prodaje*, Global Book, Novi Sad, 1982.
- Mark H. MakKormak, *Čemu vas ne uče u harvardskoj školi biznisa*, poslovni sistem „Grmeč“, Beograd, 1993.
- Slobodan B. Dželebdžić, *Psihologija svakodnevice*, IP „Velarta“, Beograd, 2007.
- Džek i Suzi Velč, *Vještina pobjeđivanja: odgovori*, Asee, Novi Sad, 2006.
- Joans Riderstrale i Kjel Nordstrom, *Funky business*, Plato, Beograc, 2004.

Lucija Filipović*

CeFTA: centralnoevropski sporazum o slobodnoj trgovini

Abstract: *Montenegro signed Free Trade Agreement; become member of Partnership for Peace and signed The EU Association and Stabilization Agreement. CEFTA Agreement represents regional cooperation. It is Central European Agreement on market liberalization that aims to make trade easier. In political sense it represent an important step towards EU membership and in economic sense, CEFTA Agreement is stimulus for regional development, duty-free trade and trade under equal terms. The New CEFTA represents a challenge for Montenegrin producers. However, it is a good opportunity for economy, entrepreneurs. Wide assortment, and greater competitiveness, greater investment inflow, flow of information, goods and ideas are the general characteristics of CEFTA Agreement.*

Key words: *free trade; investments; free flow of goods, capital, ideas and people; competition.*

Uvod:

„Nema opravdanja za to da ne budemo veliki!“

Tom Peters

Poznato je da brojne nekarinske barijere ograničavaju trgovinu. Eliminisanje velikog broja barijera je od neprocjenjivog značaja. U ovom radu ja sam obradila CEFTA sporazum-Centralnoevropski sporazum o slobodnoj trgovini. Trgovina bez diskriminacije. Ovo znači da se članovi Svjetske trgovinske organizacije obavezuju da daju jednak trgovinski tretman drugim zemljama članicama kao i domaćim firmama.¹Fer konkurencija.

Sporazum je zasnovan na principima Memoranduma o liberalizaciji i olakšavanju trgovine i vodi daljem uključivanju svih učesnika u savremene međunarodne integrativne procese.

CEFTA sporazum je moderan i sveobuhvatan sporazum o slobodnoj trgovini u regionu jugoistočne Evrope (JIE). Njime je unaprijeđen proces liberalizacije trgovinskog režima, koji uključuje uvođenje savremenih standarda, proširuje i modernizuje domen slobodne trgovine proširuje tržišta za sve proizvode, ali i trgovanje pod istim uslovima za sve proizvođače. Sporazum stvara uslove za veću konkurentnost, doprinosi jačanju trgovinskih veza u regionu kao i na privlačenje stranih investicija.

* Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj

¹ -„Ekonomske reforme danas“ -

Očekuje se da će poslovanje u regionu na osnovu jednog sporazuma značajno doprinijeti povećanju obima trgovine u regionu, privlačenju stranih investicija što će uticati na povećanje zaposlenosti i opšti ekonomski razvoj.

1. Od bilateralnih do CEFTA sporazuma

Uspostavljanje zone slobodne trgovine u regionu jugoistočne Evrope zasnovano je na Memorandumu o liberalizaciji i olakšicama u trgovini, potpisanom u Briselu u okviru Pakta stabilnosti za JIE. Zemlje potpisnice Memoranduma su: Bugarska, Hrvatska, Albanija, Bosna i Hercegovina, Makedonija, Moldavija, Crna Gora, Srbija i Privremena administrativna misija Ujedinjenih nacija na Kosovu u ime Kosova.

Potpisivanjem Memoranduma postavljena je osnova za sklapanje bilateralnih sporazuma između zemalja JIE i uspostavljena je mreža od 32 sporazuma, zasnovanih na principima Opšteg sporazuma o trgovini i carinama i sporazuma o osnivanju Svjetske trgovinske organizacije.

Ideja o jedinstvenom multilateralnom sporazumu o slobodnoj trgovini je da se raniji bilateralni sporazumi pretoče u jedan jedinstveni sporazum. Umjesto 32 bilateralna sporazuma, zemlje CEFTA-e poslovaće na osnovu jednog sporazuma, što predstavlja ukidanje carina, kao i bolju regionalnu saradnju privrednika.

Osnovni ciljevi zamjene mreže bilateralnih sporazuma o slobodnoj trgovini jedinstvenim sporazumom su:

- Povećanje obima međunarodne trgovine i direktnih investicija u JIE;
- Dalja liberalizacija i olakšavanje trgovine;
- Jačanje regionalne saradnje;
- Povaćavanje harmonizacije i transparentnosti;
- Doprinos daljem razvoju odnosa sa svake potpisnice sa EU i punoj integraciji u sistem međunarodne trgovine.

Osnovne karakteristike ranijeg sporazuma bile su nepostojanje institucija koja bi nadgledala njegovu primjenu, relativno slaba kontrola realizacije dogovorenih mjera liberalizacije trgovine i potpuni suverenitet članica. Novim CEFTA sporazumom predviđa se osnivanje Sekreterijata. Prednosti CEFTA sporazuma:

- Slobodan protok ljudi, robe, ideja, višestruko povećanje razmjene, usklađivanje privrednog razvoja, stvaranje znatno većeg tržišta i poboljšavanje privredne saradnje;
- Povećanje priliva stranih investicija u regionu, na koji će značajno uticati stvaranje jedinstvenog tržišta;
- Podizanje tehnološkog nivoa proizvodnje, produktivnosti, efikasnosti i primjene savremenog menadžmenta, kao efekti savremenog uslova poslovanja.

- Obezbeđivanje potrošačima većeg standarda kroz raznovrsniju ponudu kvalitetnije i jeftinije robe;
- Ubrzavanje procesa pristupanja STO i EU.

2. Zona slobodne trgovine

2.1. Poljoprivreda

U pregovorima za zaključivanje novog regionalnog sporazuma CEFTA poljoprivreda je imala veoma važno mjesto. Značaj poljoprivrede, prije svega, proističe iz brojnih specifičnosti koje je izdvajaju od drugih grana privrede. Gotovo bez izuzetka, trgovina poljoprivrednim proizvodima je znatno manje liberalna.

Sa partnerima sa kojima Državna zajednica Srbija i Crna Gora nije imala potpuno liberalizovanu trgovinu (Albanija, Bugarska, Hrvatska, Moldavija i Rumunija), nakon dobijanja njihove saglasnosti, postignuta je dodatna liberalizacija u trgovini sa našim susjedima. Potpuna liberalizacija je postignuta uglavnom za proizvode za koje je ranije postojao strog sistem zaštite (žitarice i veći dio mlinskih proizvoda, šećerna repa i šećer, uljarice i ulje). Sa Rumunijom i Bugarskom nije bilo potrebe za pregovorima o dodatnim koncesijama, jer su ove zemlje članice EU od januara 2007.godine, a Moldavija, sa kojom trgovina svega nekoliko proizvoda nije liberalizovana, nije iskazala želju za dodatnom liberalizacijom.

Sa ostalim potpisnicama CEFTA sporazuma, Bosnom i Hercegovinom, Srbijom, Makedonijom, i UNMIK Kosovom već je ranije bila postignuta liberalizacija trgovine.

Za razliku od industrijskih proizvoda, sporazumom nije utvrđen rok za potpunu liberalizaciju trgovine poljoprivrednim proizvodima. U svakom slučaju, uspostavljanje zone slobodne trgovine biće postignut do kraja 2010.godine ukoliko najmanje 90% ukupne trgovine budu potpuno liberalizovano.

2.2. Šta CEFTA sporazum nudi poljoprivrednom sektoru Crne Gore?

CEFTA nudi znatno povoljniji pristup tržištu od oko 30 miliona potrošača. Uz dodatne koncesije, dogovorene sa Hrvatskom i Albanijom, otvara se mogućnost za crnogorske proizvođače, posebno na tržištu Hrvatske, gdje su se ranije neki crnogorski proizvodi izvozili u većim količinama (rano povrće, voće, jagnjetina).

Tržište Albanije može biti veoma interesantno za mnoge proizvode, kao što su vino, pivo, mlijeko i mliječni proizvodi, mesne preradevine i drugi proizvodi.

Jedno od važnih dostignuća nove CEFTA-e jeste zabrana bilo kakvih izvoznih subvencija između partnera. Izvozne subvencije, koje su primjenjivale i neke od CEFTA potpisnica, predstavljaju mjeru sa najvećim negativnim efektom na principe slobodne trgovine.

CEFTA sadrži i mjere zaštite od prekomjernog uvoza kao i antidamping mjere, koje može primjenjivati svaka od strana ukoliko nastanu poramećaji na tržištu. Takođe, CEFTA ne ograničava zemlje potpisnice u primjeni mjera agrarne politike kojima će podržavati domaću proizvodnju, jer za sve članice važe pravila i principi Svjetske trgovinske organizacije.

Na Crnoj Gori je, dakle, da iskoristi ovu šansu na regionalnom tržištu za izvoz proizvoda koji su već konkurentni i koji mogu imati znatno veće učešće u ukupnom izvozu (vino, pivo, mineralna voda, neke vrste mesa i mesnih prerađevina, mliječni proizvodi i drugo.)

2.3. Dogovorene koncesije sa Hrvatskom

Sa Hrvatskom su dogovorene simetrične koncesije koje su veoma važne za Crnu Goru, imajući u vidu da su hrvatske carine na poljoprivredne proizvode na mnogo većem nivou od naših. Takođe, dogovorena je potpuna liberalizacija trgovine za značajan broj proizvoda za koji Crna Gora primjenjuje nultu stopu, a Hrvatska ima veoma visoke važeće carinske stope.(pšenica, kukuruz, brašno, ulje)

Za jedan broj proizvoda dogovorene su veće kvote sa stopama nižim od MFN, čime je stvorena mogućnost za plasman naših proizvoda na hrvatsko tržište koje je zbog visokih carina uglavnom bilo „nepristupačno“.

2.3.1. Dogovorene koncesije sa Albanijom

Albanija, za razliku od Hrvatske, ima mnogo niže carinske stope od naših, (najviša stopa je do 15%) što ukazuje da je tržište Albanije otvoreno za naše proizvode od, na primjer, hrvatskog. Pored toga, za jedan broj proizvoda dogovorene su obostrane koncesije sa nultom stopom (jedina je razlika u tome da je Crna Gora odobrila koncesije na uvoz šargarepe, a Albanija na uvoz mahunastog povrća iz Crne Gore).

2.3.2. Dogovorena koncesija sa Moldavijom

Zbog zanemarljivo male razlike, bilateralni sporazum između Crne Gore i Moldavije nije se mijenjao, tako da su postojeće koncesije zadržane na dogovorenom nivou.

2.4. Pravila o porijeklu i metode administrativne saradnje

CEFTA, članom 14 definiše pravila porijekla i administrativnu carinsku saradnju između carinskih službi potpisnica CEFTA, kroz Aneксе 4 i 5 ovog sporazuma.

Protokolom, koji se odnosi na definiciju pojma „proizvodi sa porijeklom“ i metodi administrativne saradnje, propisani su uslovi koji moraju biti ispunjeni da bi određena roba dobila status robe sa porijeklom.

CEFTA kumulacija je u suštini uprošćen način sticanja porijekla, pri čemu će se smatrati da su proizvodi sa porijeklom iz jedne zemlje ugovornice ukoliko su dobijeni u toj strani ugovornici i ukoliko takvi proizvodi uključuju materijale sa porijeklom iz zemalja EU. Dakle, u situaciji kada se u Crnu Goru uvoze sirovine, poluproizvodi i drugo iz zemalja potpisnica CEFTA, ukoliko takvu robu prati dokaz o porijeklu izdat u skladu sa sporazumom, dovoljno je na takvim materijalima obaviti obradu i doradu iznad minimalnih postupaka da bi stekli status proizvoda sa porijeklom u Crnoj Gori.

Administrativna saradnja u carinskim pitanjima odnosi se na postupke i procedure koji se odnose na uzajamnu pomoć carinskih organa zemalja potpisnica CEFTA u svim pitanjima vezano za carinske procedure, a naročito prevenciju, istragu i sprečavanje postupanja koji se odnose na kršenje carinskih zakona.

3. Robna razmjena zemalja JIE

Tržište jugoistočne Evrope je alternativno tržište za proizvode koji se mogu plasirati na tržištu EU. Kod većine zemalja regiona u periodu 2005-2006. godine prisutan je blagi rast izvoza. Visok nivo izvoza u regionu ostvarile su: Bosna i Hercegovina, Makedonija, Srbija i Crna Gora, koje su oko trećinu izvezene robe plasirale na ovom tržištu. Bugarska i Rumunija su imale izuzetno nizak nivo razmjene sa ostalim zemljama jugoistočne Evrope. Najniži stepen integrisanosti u regionalnoj trgovini postigla je Albanija, čiji izvoz u regionu nije prelazio 4%.

Naredna tabela pokazuje procentualne vrijednosti izvoza zemalja JIE u regionalnoj trgovini za period 2004-2006. godine.

Zemlja Godina	ALB	BiH	BG	HR	MAK	MO	RO	SiCG
2004	4	12,6	19,5	32,6	7,2	3,1	30,7	10,1
2005	3,6	31,2	20,1	43,6	10,4	3,6	31,7	32,4
2006	3,6	39,8	24,8	38,6	19,3	4,9	34,6	35,2

Izvor: Institut za međunarodne ekonomske studije (WIIW) iz Beča

Pozitivan trend zabilježen je i kod uvoza, ali sa nivoom osjetno manjim nego kod izvoza. Bosna i Hercegovina jedina je zemlja jugoistočne Evrope koja preko trećinu ukupnog uvoza ostvaruje iz regiona. Najmanji uvoz zabilježile su Albanija i Bugarska.

Potpisivanje CEFTA sporazuma za Crnu Goru je od velikog značaja. Njegovom primjenom predviđaju se brojni pozitivni efekti, ne samo na spoljnotrgovinsku razmjenu, već i na poboljšanje strukture izvoza i uvoza. Sa jedne strane, očekuje se da će povećanje konkurencije uticati na proizvođače da povećaju produktivnost i iskoriste prednosti ekonomije obima i optimalnog korišćenja proizvodnih faktora, pa samim tim povećaju i efikasnost svog poslovanja. Sa druge strane Crna Gora, nakon potpisivanja sporazuma, postaje mnogo privlačnija za strane investitore. Predviđa se da će strane direktne investicije doprinijeti modernizaciji proizvodnje, ubrzati privredni rast, povećati produktivnost, efikasnost i konkurentnost, uz povećanje ulaganja u istraživanje i razvoj.

Naredna tabela pokazuje procentualne vrijednosti uvoza zemalja JIE iz regiona.

Godina	Zemlja							
	ALB	BiH	BG	HR	MAK	MO	RO	SiCG
2004	6,7	32,5	3	3,9	20,8	9,1	13,7	18,2
2005	6,7	34,9	3,2	5,2	24,2	7,9	15,4	19,8
2006	6,1	35,4	4,3	6,5	26,8	9,3	18,8	20,7

Izvor: Institut za međunarodne ekonomske studije (WIIW) iz Beča

3.1. Robna razmjena Crne Gore sa zemljama jugoistočne Evrope

Prema preliminarnim podacima Monstat-a, Crna Gora je u periodu januar – decembar 2007. godine ostvarila ukupnu robnu razmjenu sa inostranstvom u iznosu od **2.733,39 miliona €**, od čega je izvoz iznosio **599,02 miliona €**, dok je uvoz iznosio **2.134,37 miliona €**. To je prikazano u narednoj tabeli.

Period	Januar -Septembar 2006	Januar -Septembar 2007	Index Januar-Septembar 2007/2006
Izvoz	627,46	599,02	95,47
Uvoz	1.482,69	2.134,37	143,95
Trgovinski bilans	-855,20	-1.535,39	-680,19

Izvor: Monstat

U ovoj tabeli je prikazana grupa zemalja sa kojima Crna Gora ima intezivnu trgovinsku saradnju: (000 €)

ZEMLJA	IZVOZ	% učešća	UVOZ	% učešća
UKUPNO	599.020,72	100,00	2.134.377,91	100,00
UKUPNO EU	353.682,54	59,04	930.794,03	43,61
Italija	164.253,42	27,42	208.266,28	9,76
Mađarska	66.253,26	11,06	20.789,39	0,97
Grčka	73.661,47	12,30	74.809,20	3,50
Slovenija	26.353,92	4,40	72.272,07	3,39
Njemačka	9.310,61	1,55	213.327,57	9,99
Velika Britanija	2.864,60	0,48	26.487,49	1,24
Češka Republika	2.895,66	0,48	28.544,28	1,34
Holandija	2.480,87	0,41	16.486,60	0,77
Austrija	2.025,95	0,34	51.717,76	2,42
Francuska	204,47	0,03	56.247,53	2,64
ZEMLJE JIE	230.225,82	38,43	847.583,59	39,71
Srbija	169.585,87	28,31	638.171,15	29,90
B i H	30.268,95	5,05	71.989,41	3,37
Albanija	16.263,37	2,71	10.451,88	0,49
Hrvatska	12.478,15	2,08	83.409,23	3,91
Makedonija	1.041,84	0,17	22.318,00	1,05
Rumunija	140,52	0,02	13.996,03	0,66
Bugarska	447,12	0,07	7.247,89	0,34
OSTALE ZEMLJE	15.112,36	2,52	356.000,29	16,68

Na osnovu konačnih podataka za 2006. godinu ukupno ostvarena robna razmjena iznosila je **2.110,1 miliona €** pa je tako ukupan rast robnog prometa Crne Gore sa inostranstvom tokom 2007. godine bio na nivou od **29,53%**. Pri tome izvozna aktivnost je smanjena za **4,53%**, dok je snadbjevenost domaćeg tržišta robama iz uvoza povećana za **43,95%** u odnosu na isti period 2006.godine. Spoljnotrgovinski promet Crne Gore po geografskim zonama pokazuje da je najveći promet ostvaren sa zemljama Evrope, sa zemljama EU-27, Crna Gora ostvaruje izvoz u iznosu od **353,68 miliona €** ili **59,04%**, dok je uvoz iznosio **930,79 miliona €** ili **43,61%**. U narednoj tabeli su prikazane grupe zemalja EU sa kojima Crna Gora ima intezivnu trgovinsku saradnju, kao i prikaz trgovinske saradnja sa zemljama Jugoistočne Evrope (JIE).

Aluminijum se, u posmatranom periodu 2007. godine najviše izvezio u Italiju – **134,63 miliona €**, tako da je ova zemlja sa učešćem od **27,42%** u ukupno ostvarenom izvozu Crne Gore, postala prvo izvozno tržište. Na drugom mjestu nalazi se Grčka gdje izvozna aktivnost ka ovoj zemlji čini **73,46 miliona €**. Na trećem mjestu je, Mađarska koja učestvuje sa **11,06%** u ukupno ostvarenom izvozu Crne Gore, a vrijednost od **59,56 miliona €** ovu zemlju svrstava na treće mjesto.

Na strukturu uvoznih proizvoda Crne Gore u 2007. godini uticao je uvoz putničkih automobila, mineralnih goriva, mineralnih ulja i proizvodi njihove destilacije, bitumenozne materije, mineralni voskovi, zatim reaktori, kotlovi, mašine i mehanički uređaji i njihovi djelovi.

U posmatranom periodu iz Njemačke je najviše uvezeno putničkih automobila, zatim iz Francuske, Japana itd. Mineralnih goriva, mineralnih ulja i proizvodi njihove destilacije, bitumenozne materije, mineralni voskovi iz Grčke, Italije i Švajcarske, dok su se reaktori, kotlovi, mašine i mehanički uređaji i njihovi djelovi najviše uvozili iz Njemačke, Kine i Italije.

Sa većinom zemalja jugoistočne Evrope, Crna Gora ima razvijenu spoljnotrgovinsku saradnju. Međutim, njen istorijski i ekonomski razvoj je uticao da ostvarena saradnja bude mnogo veća sa zemljama sa kojima je nekada činila jedinstven privredni sistem.

Zaključak:

„Trgovačka globalizacija i slobodna razmjena su skoro sinonimi. Ovi termini se odnose na davanje mogućnosti pojedincima ili preduzećima da kupe ono što žele birajući između najvećeg broja proizviđača-prodavaca koji su konkurencija jedan drugome. Svako ograničavanje tih sloboda predstavlja ograničenje za potrošače koji moraju da se odreknu zadovoljavanja svojih želja; i za proizvođače, koji su navedeni da ih ignorišu, barem djelimično, potrebe druge strane.“

Enrico Colombatto

U cilju ostvarivanja povoljnog trgovinskog bilansa, Crnoj Gori se pruža mogućnost da ostvari pozitivne efekte potpisivanjem CEFTA sporazuma. Priliv stranih direktnih investicija treba da dovede, na duži rok, do ubrzanja privrednog rasta, restrukturiranja i tehnološke modernizacije privrede, a zemlje u koje se investira imaju korist jer dobijaju najnoviju tehnologiju, stimuliše se trgovina i promoviše rast.² S obzirom da STO zabranjuje direktne subvencije izvoza, mogućnost povećanja izvozne konkurentnosti treba tražiti u indirektnim podsticajima za poboljšanje kvaliteta proizvoda, unapređenju marketinga, dizajna, metoda plasmana. U krajnjoj liniji, sve bi to uticalo na porast produktivnosti i efikasnosti, čime bi se povećala konkurentna snaga privrede, a samim tim postigli povoljniji rezultati spoljnotrgovinske razmjene.

CEFTA sporazum je dobra prilika za privredu i privrednike, otvarajući im više milionsko tržište, a blagotvorne efekte u pogledu bogatije ponude i nižih cijena roba i usluga trebalo bi da osjeti običan građanin. Ovaj sporazum otvara novu eru u našim međusobnim odnosima, sa međunarodnom zajednicom, a Crna Gora dobija značajnu regionalnu poziciju.

² „Miločerski ekonomski forum 2007“

Sporazum stvara jednake šanse svima, na nama je da ih što bolje iskoristimo.

Literatura:

1. Ljiljana Filipović, „CEFTA 2006: Sporazum o izmjeni i pristupanju centralnoevropskom sporazumu o slobodnoj trgovini“
2. Enrico Colombatto, „Nemoralnost“, Postdiplomske studije „Preduzetnička ekonomija“, 2003.
3. Prof. dr Veselin Vukotić Interesi državnog menadžmenta ekonomijom, Zbornik Miločerski ekonomski forum, 2007.
4. Ed. Dr Petar Ivanović, „Ekonomске reforme danas“, prevod, CIPE i CEED, Podgorica
5. www.minekom.vlada.cg.yu
6. www.monstat.cg.yu
7. www.cb-mn.org
8. www.wto.org

Andrijana Drobnjak*

Značaj primjene istraživanja poslovnog tržišta za razvoj preduzeća

Abstract

When it comes to planning a winning business strategy many business organization fail to consider market research. This is critical mistake. Done correctly, market research can provide real value by acting as the radar that will alert business to market threats and opportunities. Excellent marketing insight and insight into market dynamics are the edge that differentiates business winners from losers. This papers provides insights into market research from a business perspective. The author pictures step by step how the research function can best serve business's needs for relevant and critical information.

Key words: *business environment, market research, future, qualitative method research, focus group, depth interview*

1. Uloga i značaj sprovođenja istraživanja poslovnog tržišta

“Ukoliko nemate istraživanje tržišta kao pomoć da shvatite šta se mijenja i šta će biti u budućnosti, bićete u zaostatku.”

Direktor kompanije Fuji za menadžment i trgovinski marketing

Današnja situacija na tržištu koju karakteriše žestoka konkurencija i mnogobrojne promjene u okruženju, razlog su pojave sve većeg broja preduzeća koja se susrijeću sa problemom stagnacije i nazadovanja u poslovanju. Ono što je danas sigurno je da će uspjeti samo ona preduzeća koja su naučila da se brzo i uspješno prilagodjavaju novonastalim situacijama koje diktira tržište. Ne smije se priuštiti ponašanje koje nije u skladu sa okruženjem, neulaganjem u sopstveni razvoj i nerazlikovanjem od konkurenata. Upravo zbog navedenog potrebno je tražiti pristup koji bi mogao pomoći ne samo da se preduzeća orijentišu ka tržištu, već da taj pristup iskoriste kao način za kreiranje adekvatne poslovne strategije i ostvarenje konkurentske prednosti.

Svakodnevno se preduzeća suočavaju sa promjenama na tržištu i sa svim izazovima (nedostatak informacija, neizvjesnost, visok rizik ulaganja, visok nivo investiranja) bore se na različite načine. Zahtjevi tržišta iz dana u dan postaju sve kompleksniji, a trend razvoja i jačanje konkurencije utiče na preduzeća da svoju ponudu maksimalno usklade sa potrebama organizacionih kupaca. U takvoj situaciji, istraživanje tržišta postaje veoma bitan instrument i funkcija razvoja uspješnih firmi. Ono predstavlja pouzdanu osnovu za

* Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj (CEED)

analizu problema u prethodnom periodu, procjenu sadašnje konkurentske pozicije i pravce promjena preduzeća u budućem periodu.

Donosioci odluka u preduzeću, zahvaljujući istraživanju tržišta, nastoje da objektivnije procijene određene situacije i da poboljšaju izgleda da će donijeti pravu odluku. Postavlja se i pitanje: koja je uloga istraživanja tržišta u donošenju poslovnih odluka? Ostvariti sposobnost kontinuiranog predviđanja kako na postojećim, tako i na potencijalnim tržištima, i zahvaljujući dobijenim informacijama iskoristiti šanse i preboditi probleme uzrokovane novim tržišnim zahtjevima. Evidentno je da donošenje odluka donosi određenu dozu neizvjesnosti koja se ne može eliminisati, ali se zahvaljujući korišćenju metode istraživanja može minimizovati.

Djelatnost istraživanja tržišta ima velike razmjere, i procjenjuje se da je njena ukupna vrijednost preko 19 milijardi dolara u cijelom svijetu, a 7058 miliona u Evropi.¹ Bitno je naglasiti da nije moguće precizno definisati granicu istraživanja tržišta jer se informacije o zahtjevima i očekivanjima kupaca, aktivnostima konkurencije, te budućim dešavanjima u ovoj djelatnosti moguće dobiti i tokom razgovara na izložbama/sajmovima ili prilikom ugovorenih prodajnih posjeta.

Pokazalo se da je jedna od najvećih oblasti istraživanja u marketingu, u prethodnih 15 godina, bila orijentacija ka tržištu. Preduzeća su ta koja uvidjaju potrebu da budu upoznata sa onim što se dešava u okruženju i sprovede istraživanja kako bi tržištu pristupile na izvjestan i siguran način. Oni posjeduju izvjesnu istraživačku kulturu da realizuju istraživanja kako bi "opipali" tržište i sagledali potrebe organizacionih kupaca, ocijeni slične proizvode koji se nude na tržištu, procijeni potencijalnu tražnju i došli do podataka o svojim konkurentima.

2. Definisanje pojma istraživanja tržišta

Istraživanje poslovnog tržišta predstavlja esencijalnu aktivnost koja je neophodna savremenom preduzeću kako bi se redovno prikupljali i obradjivali podaci sa tržišta. Na ovaj način se obezbjeđuju relevantne informacije (o klijentima, konkurenciji i trendovima na tržištu) koje se koriste za poboljšanje procesa odlučivanja i kreiranje adekvatne poslovne strategije. Pojam istraživanja tržišta se definiše na različite načine, i sa opravdanjem se može reći da ne postoji jedinstvena definicija jer se gotovo iz dana u dan dopunjava i usložnjava. U nastavku slijede neke od definicija koje odražavaju suštinu ove korisne tehnike u savremenom poslovanju preduzeća.

Prema jednoj od često navodjenih definicija, koja je razvijena od strane Američkog udruženja za marketing, istraživanje tržišta predstavlja "funkciju koja povezuje

¹ www.esomar.org

organizaciju sa tržištem zahvaljujući informacijama koje se koriste za identifikovanje i definisanje marketinških mogućnosti, usavršavanje i ocenjivanje marketinških akcija, praćenje performansi marketinga, kao i bolje razumijevanje marketinga kao procesa. "Američko udruženje za razvoj definiše istraživanje tržišta "kao sistematsko prikupljanje, evidentiranje i analiziranje podataka o problemima koji se odnose na marketing proizvoda i usluga."

Istraživanje na tržištu ima za cilj prikupljanje tačnih i pouzdanih informacija koje pomažu preduzeću prilikom planiranja aktivnosti, rešavanja konkretnih poteškoća i kontrole uspešnosti poslovanja. Sa potpunim opravdanjem se kaže da istraživanje predstavlja "temeljnu marketinšku aktivnost bez koje firma ne može poslovati na adekvatan način, a sve ostalo je lutanje u mraku." Iz dana u dan se istraživanje tržišta i specifičnosti ponašanja organizacionih kupaca shvataju kao važan korak u procesu donošenja poslovnih odluka. Uspjeh mnogih preduzeća postiže se zahvaljujući shvatanju da se za kupce treba boriti tako što će im se ponuda prilagoditi. U ovom procesu sve ozbiljnije se prihvata i značaj istraživanja jer se dobijene informacije koriste kako bi usmjeravale marketinške i korporativne strategije preduzeća.

Nedoumica koja je vezana za istraživanje poslovnog tržišta odnosi se na tumačenje ovog pojma. Često se kaže da sprovođenje istraživanja znači i rešavanje svih problema i izbjegavanje mogućih opasnosti, zanemarujući činjenicu da je uloga istraživanja pružanje informacija na bazi kojih se osmišljavaju određene marketinške aktivnosti. Istraživanje tržišta je zapravo informativna podrška u procesu donošenja bitnih poslovnih odluka.

3. Potreba preduzeća za informacijama

Dobro upravljati poslovanjem znači upravljati njegovom budućnošću, a upravljati budućnošću znači upravljati informacijama.

Marion Harper

Sva preduzeća se suočavaju sa promjenama na tržištu, u vidu svakodnevnih poslovnih problema, ili u vidu šansi na postojećim tržištima. Na donosiocima odluka je da se svim promjenama i izazovima bore na različite načine. Istraživanje, kao osnov tržišnog poslovanja, pomaže da se donesu odluke koje će usmjeriti razvoj preduzeća u budućnosti. Kako su promjene u okruženju sve izraženije i jačeg inteziteta potreba za kvalitetnim, racionalnim i pravovremenim istraživanjem još je značajnija. Dodatni motiv predstavlja i to što organizacioni kupci postaju sve manje predvidivi u svom ponašanju, pa preduzeće "mora" brzo da reaguje na njihove zahtjeve. Istraživanjem dobijene informacije postaju sastavni dio procesa tržišnog planiranja i pokretač razvoja proizvoda na duže staze. U svijetu postoje organizacije (npr. Procter&Gamble) koje daju apsolutni primat istraživanju tržišta u procesu donošenja strateški značajnih odluka. Proces donošenja odluka, na osnovu kojih se formira poslovna strategija, zavisi od dobijenih rezultata istraživanja.

Istraživanjem tržišta prikupljaju se informacije koje pomažu prilikom odlučivanja u tržišnom poslovanju, planiranju aktivnosti i rešavanju konkretnih poteškoća. Bez obzira na količinu informacija, uvijek treba biti svjestan postojanja rizika da će se okolnosti u budućnosti promijeniti i da se neće sve odvijati kao što smo predvidjeli. Tako npr. u Kanadi tokom jedne godine sa tržišta nestane oko 20.000 proizvoda, dok se lansira čak nešto više od 26.000 proizvoda. Uzimajući u obzir ovu dinamiku nestanka i lansiranja proizvoda, šanse novog proizvoda da preživi prvu fiskalnu godinu su 1:5, odnosno 20%. Ovaj primer svakako ukazuje na značaj i potrebu raspolaganja preduzeća sa informacijama, jer su one osnov opstanka i ostvarivanja poslovnog uspjeha preduzeća.

Pri donošenju poslovnih odluka, i kreiranju mehanizma strateškog upravljanja, najčešće se koriste dobijeni rezultati istraživanja. Ove pravovremene i pouzdane informacije omogućavaju da se ukaže šta je trenutno postignuto na tržištu, istakne mehanizam "ranog upozoravanja" i što je najvažnije da se kontinuirane informacije iskoriste kao mehanizam predviđanja dugoročne profitabilnosti preduzeća.

Goodyear je procijenio da će doći do povećanja tražnje za rezervnim gumama. Ovakav zaključak bio je zasnovan na osnovu sledećih informacija: intenzivnije korišćenje vozila koja troše malo goriva i povećanje broja porodica sa dva zaposlena člana, na bazi čega je zaključeno da će se povećati tražnja za automobilima. To je podstaklo *Goodyear* na dodatna ulaganja, od nekoliko stotina miliona dolara, u nove fabrike automobilskih guma. Firma *Firestone* je isto okruženje potpuno drugačije protumačila. Menadžment je ocenio da će doći do pada tražnje za automobilskim gumama, pa je uništio planove za izgradnju novih kapaciteta i zatvorio nekoliko postojećih, smanjivši svoje kapacitete za trećinu. Ovakav zaključak inicirale su sledeće informacije: zbog visokih cijena benzina povećaće se troškovi vožnje, porašće grupne vožnje privatnim automobilima i preorijentacija na javni saobraćaj, doći će do uvođenja novih vazdušnih linija u međjugradskom saobraćaju i ljudi će znatno manje voziti automobile. Prodaja automobila tokom 80 - tih (na koje se primer odnosi) na američkom tržištu je, uz manja kolebanja, išla dobro. Nije teško zaključiti da je istraživačka služba *Firestone* podbacila i pogrešno protumačila okruženje.

Preduzeća sve više shvataju da je poslovni uspjeh moguć ukoliko ostvaruju uvid u poslovanje na tržištu, kupci kreiraju pozitivno mišljenje o proizvodu, ostvaruju uspješne propagandne kampanje, itd. Oni postaju svjesni važnosti koje za njih ima sprovođenje istraživanja tržišta, bez obzira da li istraživanja sprovode samostalno ili preko neke od agencija. Ukoliko preduzeće ima zastupljeno marketing odeljenje ili menadžera koji obavlja istraživanje, a istraživanje koje sprovodi nije obimno i intervjuiše se manji broj odabranih industrijskih kupaca, onda se preduzeće može odlučiti da *samostalno* obavi istraživanje. Ova preduzeća u planiranju svojih aktivnosti koriste podatke iz interne baze, dok se poslovna politika kreira na osnovu prikupljanja informacija iz medija, posmatranjem konkurencije i vodećih firmi iz njihove branše. Istraživanja se u ovim

preduzećima vrše kao dio poslovne politike i informacije dobijene samostalnim istraživanjima doprinose poboljšanju njihovog poslovanja i kreiranju ponude, prepoznavanju dotadašnjih propusta, kristalisanju pozicije u odnosu na konkurenciju, ocjeni zastupljenosti proizvoda na tržištu i identifikovanju potencijalnog broja kupaca. Kako je početkom XX vijeka zabilježen porast tražnje za istraživanjem tržišta nastao je veliki broj agencija i specijalističkih preduzeća koje se bave istraživanjem. *Agencije za istraživanje* su u mogućnosti da za svoje klijente obavljaju cjelokupan proces istraživanja koji se zasniva na utvrđenoj metodologiji, adekvatnoj bazi podataka i anketara, obradi putem moderne kompjuterske tehnologije, pripremi izvještaja, te prezentaciji dobijenih rezultata. Dosadašnja praksa je pokazala da su preduzeća koja redovno realizuju istraživanja najčešće fleksibilnija, kada su u pitanju planiranje aktivnosti i vođenje poslovne politike, i da prate aktuelne trendove na tržištu.

Veoma često se ističe da se za istraživanje poslovnog tržišta najčešće odlučuju velika preduzeća, ali da to nije slučaj i sa manjim. Kao razlog se navodi to da manja preduzeća nijesu u mogućnosti da organizuju istraživanje tržišta i svoje marketing aktivnosti i odluke donose na bazi sopstvenih istraživanja. Situacija na tržištu ipak pokazuje da je sve više preduzeća, bez obzira na veličinu, koja shvataju važnost i značaj istraživanja tržišta. Ova preduzeća na istraživanje gledaju kao na nužnu investiciju u buduću napredak, investiciju koja će rezultirati većim prihodima i u krajnjem većim profitom. Jedno je sasvim sigurno: ukoliko je preduzeće dugoročno orjentisano i ukoliko donosi dugoročne razvojne odluke mora se "osloniti" na kontinuirane informacije o tržišnim promjenama. Takođe, mora se uzdići na nivo sa kojeg se jasno uočava da istraživanje tržišta nije luksuz već potreba.

Bez dobrog poznavanja međunarodnog okruženja i adekvatnih tržišnih informacija nerealno je očekivati da strategijski donesene odluke preduzeća budu racionalne i pouzdane. Upravo ove dvije navedene specifičnosti predstavljaju osnov, ne samo domaćeg, već i međunarodnog istraživanja tržišta. Međunarodno istraživanje tržišta² zasniva se na istraživanju poslovanja različitih zemalja, tržišta i kultura. Stoga se pri realizaciji istraživanja tržišta mora voditi računa o nizu osobenosti i razlika, kao što su: kulturne, rasne, ekonomske, razlike u životnim stilovima, navikama, običajima i tradicijama, razlike u sistemu potrošnje, te one razlike koje se ogledaju u isplativosti identifikovanih i potencijalnih tržišnih segmenata. Preduzeća koja nastupaju na međunarodnom tržištu, iako se susrijeću sa nizom ograničavajućih faktora, moraju se prilagoditi uslovima poslovanja i raspolagati sa nizom potrebnih informacija. One ukazuju na trenutnu situaciju i tendencije razvoja na tržištu, te omogućavaju da se smanji rizik poslovanja, olakša donošenje odluka, sagledaju mogućnosti plasmana proizvoda i obavlja planiranje poslovanja sa inostranstvom.

² Rakita B, „Medjunarodni marketing“, Centar za izdavačku djelatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd, 2005., str. 75.

4. Značaj primjene kvalitativnog metoda istraživanja

„Odličan uvid u procese i poznavanje dinamike tržišta je granica koja razdvaja uspješne od neuspješnih.”

U radu je akcenat stavljen na poslovno (industrijsko) istraživanje tržišta koje, u odnosu na tržište finalne potrošnje, ima niz specifičnosti (manji broj kupaca, redje frekvencije nabavake, veći obimi kupovine itd). Upravo ove specifičnosti i osobnosti poslovnog tržišta uslovljavaju da preduzeće sprovodi i realizuje kvalitativan metod istraživanja. Kvalitativan metod prikupljanja objektivnih podataka zasniva se na procjeni tržišne situacije i primjeni sistematičnog postupka, u cilju kreiranja adekvatne poslovne strategije i efikasnog poslovnog odlučivanja. Ovaj vid istraživanja je dizajniran tako da se sagledavanjem mišljenja, stavova, činjenica i motiva dobija mnoštvo korisnih i pouzdanih informacija. Koristi se u situacijama kada je potrebno razumjeti ideje, testirati pretpostavke i steći uvid u trenutnu situaciju na tržištu.

Kvalitativan metod istraživanja omogućava da se ostvari bolji uvid u predmet istraživanja, kao i da se sagleda konkretna problematika zacrtanih ciljeva. Njegova primjena omogućava da se „pomogne“ preduzeću prilikom tržišnog pozicioniranja, donošenja strateških odluka i preduzimanja adekvatnih poslovnih aktivnosti. Za prikupljanje kvalitativnih podataka najčešće se primjenjuju tradicionalne i online metode istraživanja: fokus grupe i dubinski intervjui. Oni se koriste za identifikaciju kvalitativnih obilježja ispoljavanje tražnje, kako bi se minimizovali elementi neizvjesnosti usled nedostatka informacija.

Dubinski intervjui se najčešće koristi kao metod prikupljanja primarnih opisnih podataka. On omogućava da se preduzeća upoznaju sa mišljenjem, stavovima, preferencijama, te navikama svojih kupaca. Intervju se sprovodi kada su ispitivač i ispitanik u direktnom (neposrednom) kontaktu i kada se razgovor obavlja licem u lice. Ispitanik je u mogućnosti da navede “sve što zna o temi” uz isticanje komentara, kritika i mišljenja; dok je zadatak ispitivača da usmjerava tok razgovora ka zadatoj temi. Tehnika dubinskog intervjua ima široku primjenu jer se korišćenjem drugih metoda (npr. postavljanjem direktnih pitanja) ne mogu otkriti istinski motivi ispitanika u odredjenom procesu (npr. šta ih motiviše da osjete potrebu za kupovinom, šta ih opredjeljuje da donesu konačnu odluku o kupovini, itd). Ukoliko ispitanika direktno upitamo o odredjenoj pojavi on će nastojati da sebe prikaže u “lijepom svijetlu”, odnosno da pokaže da je racionalan, skroman, “pаметan” pri donošenju odredjene odluke...³ Npr. teško je priznati da je neko kupio personalni računar zato što ga svi imaju, već će sigurno tvrditi da ima potrebu za njim iako ga možda ne zna ni koristiti. Ovaj metod ima niz prednosti: tokom razgovora moguće je dobiti više podataka nego što se očekivalo (elastičnost), adekvatnim vodjenjem razgovora ispitaniku je pružena mogućnost da iznese svoje mišljenje, ispitivač je u mogućnosti da ispitaniku

³ Vasiljev S., *Marketing principi*, Ekonomski fakultet, Subotica, 2001., str. 104 – 105.

detaljnije objasni i „približi” pojedina pitanja. Pored prednosti ističe se i niz nedostataka: teže se planira i organizuje intervju, vrijeme sprovođenja je prilično dugo i iziskuje visoke troškove, i fizičko prisustvo ispitivača smanjuje objektivnost sprovedenog intervjua.

*Metod fokus grupe*⁴ je metod prikupljanja podataka koji ima karakteristike i intervjua i ankete. Naime, na fokus grupi najčešće 8 do 12 učesnika zajednički diskutuju o određenom problemu i iznose svoje mišljenje.⁵ Metod fokus grupa se najčešće koristi da bi se sakupili istorijski podaci o istraživanom problemu, generisale hipoteze ili ideje u raznim fazama istraživačkog projekta, kao i da se dodje do motiva kupovine (u slučaju motivacionih istraživanja). Fokus grupe vodi lice koje se naziva moderator. Moderator mora biti objektivan, dobro upoznat sa ciljem istraživanja, kao i spretan u grupnoj dinamici i ponašanju članova grupe. U toku izvođenja fokus grupe moderator može pokazati grupi različite proizvode, pakovanja ili reklame i postaviti im određena pitanja kako bi se stimulisala razmišljanja i dobila neposredna interakciju između članova grupe.

U istraživanju American Airlinesa⁶ moderator fokus grupu započinje uopštenim pitanjima, da bi se zatim set pitanja odnosio na stavove učesnika o različitim avio kompanijama, uslugama koje nude, kao i usluzi telefoniranja tokom leta. Moderator počinje slobodnu i laganu diskusiju, nadajući se da će dinamika grupe otkriti duboke misli i osjećanja. Razgovor koji je sniman detaljno se preslušava i analizira kako bi razumjela vjerovanja potrošača, njihovi stavovi i ponašanje. Nedostaci ovog metoda su: visoka cijena, teško i dugo vrijeme organizovanja, kao i rizik od nedolaska klijenata na fokus grupu. Jako je bitno da se dobijeni rezultati fokus grupe ne generalizuju na cijelo tržište, a razlog tome je što je uzorak obuhvaćen ovim metodom “premalen” i uz to nije slučajno odabran.⁷

Sve veća primjena Interneta u savremenom marketingu uticala je i na promjenu načina informisanja o potencijalnim tržištima. Stvorene su nove tehnike i načini dolaska do pravovremenih i kvalitetnih informacija koje imaju presudan uticaj na usmjeravanje budućeg poslovanja. Primjena savremenih tehnologija, a naročito Interneta, značajno olakšava ove aktivnosti koje su se obavljale na tradicionalan način.

Internet predstavlja idealan medij za prenošenje informacija u okruženje, kao i za prikupljanje informacija iz okruženja. U posljednje vrijeme primjetni su pozitivni trendovi koji se tiču sve veće upotrebe Interneta u cilju prikupljanja primarnih podataka. Sve više istraživači koriste prednosti Interneta prilikom sprovođenja online fokus grupa i online

⁴ Metod fokus grupe se naziva jer je potrebno diskusiju učesnika “fokusirati” ka cilju istraživanja.

⁵ Bryman A., Bell E., *Business research methods*, Oxford University Press, 2003., str. 368 – 374.

⁶ Kotler Ph., *Upravljenje marketingom, Analiza, Planiranje, Primjena i Kontrola*, Mate, Zagreb, 2001., str.119

⁷ Kotler Ph., *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control*, Ninth Edition, Prentice – Hall, Inc. A Simon & Schuster Company, 1997., str.119

dubinskih intervjua. Zadaci koji su uključeni u vođenje online ličnih intervjua i online fokus grupa su u suštini isti, s tim što istraživač treba da odluči da li će koristiti sinhronizovan ili nesinhronizovan način. Faktori koji su uključeni u proces odlučivanja o modelu koji će se koristiti su takodje uglavnom isti, iako se problemi kao što je vještina kucanja ili znanje vezano za korišćenje računara ovdje ne pojavljuju.

Online intervjui nose rizik u odnosu na licem u lice intervju, zbog veće vjerovatnoće da će ispitanik izaći ili napustiti komunikaciju (naročito prilikom korišćenja nesinhronizovanog načina, obzirom na to da intervjui vrlo često mogu da se značajno oduže). Upravo zbog toga ovdje je veoma bitno izgraditi odnose zajedničkog povjerenja.

Kvalitativan metod istraživanja najčešće prethodi istraživanju većeg obima jer se nalazi kvalitativnih istraživanja pozitivno odražavaju na dizajn kvantitativne studije u smislu kreiranja upitnika, odabira najpogodnije tehnike za prikupljanje podataka itd. Kvalitativno istraživanje dizajnirano je tako da obezbijedi podatke vezane za predmet istraživanja i zaključke sa mjerama koje treba preduzeti. Nasuprot kvalitativnom, kvantitativno istraživanje kreirano je da bude analitičko i više rigidno. Često, kompanije prvo sprovede kvalitativno istraživanje kada razvijaju neki koncept ili traže ideje, pa tek kasnije sprovede kvantitativno istraživanje za fini izbor i optimizaciju. Medjutim, preduzeće može da riješi određeni problem koristeći samo kvalitativni metod, ili strukturu tržišta može sagledati opredijelivši se samo za kvantitativni metoda istraživanja. Ukoliko je opravdano sa stanovišta efekata i troškova opravdano je prikupljanje i jednih i drugih podataka.

Zaključak

“Loša proizvodnja nigde nije uspela, ali ni dobra proizvodnja nije dovoljna. Treba proučiti tržište, odnosno konkurenciju, distributivne i komunikacione kanale i samog kupca.” U uslovima kada je konkurencija sve jača, teže je približiti se kupcu. Postojanje dobrog proizvoda ili kvalitetne usluge nije dovoljna garancija uspjeha preduzeća.

Predmet ovog rada je sagledavanje relevantnosti primjene istraživanja tržišta u procesu donošenja značajnih odluka, prilagodjavanja i kreiranja adekvatne poslovne strategije preduzeća. Težnja je i da se ukaže na mjesto, ulogu i značaj kvalitativnog metoda tokom prikupljanja podataka i donošenja odluka od krucijalnog značaja za poslovanje preduzeća.

U radu se ukazuje na potrebu sagledavanja i razumijevanja uloge istraživanja tržišta u savremenom poslovanju preduzeća. Istraživanjem se dolazi do informacija koje predstavljaju osnov tržišne strategije preduzeća koje determinišu način i pravac razvoja preduzeća. Činjenica je da problemi tržišta postaju iz dana u dan sve kompleksniji. U takvoj situaciji istraživanje tržišta postaje veoma važna funkcija, bez koje mnoga preduzeća neće moći opstati. Takodje, istraživanje tržišta je od velikog značaja za ona preduzeća koja žele da budu nosioci razvoja i napretka u svojoj oblasti privredjivanja.

Ako se preduzeće "okrene" istraživanju tržišta moguće je doći do pravovremenih informacija putem kojih se sagledava trenutno stanje na tržištu, prate promjene i koriste se kao mehanizam za predviđanje dugoročnog poslovanja. Istraživanje predstavlja pouzdanu osnovu za analizu problema u prethodnom periodu, procjenu sadašnje konkurentske pozicije i pravce promjena preduzeća u budućem periodu.

Literatura:

- Aaker D., Kumar V., Day G., *Marketing Research*, John Wiley&Sons, New York, 2004.
- Bryman A., Bell E., *Business research methods*, Oxford University Press, 2003.
- Chisnall P., *Marketing Research*, Mc Graw Hill, UK, 2005.
- Kotler Ph., *Marketing Managment, Analysis, Planning, Implementation and Control*, Ninth Edition, Prentice – Hall, Inc. A Simon & Schuster Company, 1997.
- Kotler Ph., Keller K.L., *Marketing menadžment*, Data Status, Beograd, 2006.
- Kotler Ph., Upravljenje marketingom, Analiza, Planiranje, Primjena i Kontrola, Mate, Zagreb, 2001.
- Malhotra M., *Marketing Research*, Simon&Schuster Company, New York, 1996.
- Mihailović B., *Marketing menadžment*, Obod AD, Cetinje, 2003.
- Marušić M., *Istraživanje tržišta*, Informator, Zagreb, 1989.
- Rakita B., „Medjunarodni marketing“, Centar za izdavačku djelatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd, 2005.
- Vasiljev S., *Marketing principi*, Ekonomski fakultet, Subotica, 2001.

Časopisi:

- Journal of Marketing management
- Journal of International marketing
- Industrial marketing

Web sajt:

- www.forum.researchinfo.com
- www.emagazin.co.yu
- www.marketing.about.com
- www.marketingteacher.com
- www.esomar.org

Agron Ibrahimović*

Budućnost kretanja kapitala

Abstract

Should it be farther liberalisation of world trade and capital flow? How will EU realize its economic dream until 2010? Who will be the leader in the development, which country will be the most development until 2050 year. Who will win and who will resist farther liberalisation of trade and capital flow. Which are unavoidable consequences of cyber business? How should countries in development attract the the biggest part of FDI investment.

Key words: *World trade, FDI, export, import, EU, USA, Kina, Japan, globalisation, liberalization trade and capital flow.*

1. Svjetska trgovina u XXI vijeku, privredni razvoj i geografija međunarodnog kretanja kapitala

Čuvena je opaska Adama Smita u „Bogatstvu naroda“ kako su „otkrića Amerike i prolaza ka Istočnoj Indiji oko Rta dobre nade dva najveća i najvažnija događaja zabeležena u istoriji čovečanstva“. Mislio je da se spajanjem najudaljenijih delova svijeta, omogućava da oni pomognu jedni drugima u ispunjenju potreba onoga drugog, da jedni drugima povećaju uživanja i da podstiču jedni drugima industriju, pa se čini da je njihova opšta tendencija korisna. Smit je priznao da imperijalna pljačka lišava stanovništva Novog svijeta i Istočne Indije najvećeg dijela koristi od globalizacije njegovog doba. U najvećem dijelu razvijenog svijeta ponovo je izigrala Smitovu viziju uzajamne koristi od trgovine.

Rast obima međunarodne trgovine je osnov procesa globalizacije. U XXI vijeku SAD nastavlja da bude najveća svjetska ekonomska velesila, poslije nje dolazi, Evropska Unija, Japan i Kina. Glavnu ulogu u međunarodnoj trgovini igraju industrijske zemlje zapada. Na njih je 2000. godine dolazilo preko 70% svjetskog eksporta. Pritom oko 70% eksporta razvijenih zemalja Zapada otpada na uzajamni robni promet. Oko 60% međunarodnog trgovinskog prometa čini unutra regionalni izvoz. Na tom nivou vodeća je regionalna trgovina unutar EU (oko 26% svjetskog izvoza). Od međukontinentalnih tokova izdvaja se trgovina Severne i Južne Amerike s Azijom i Okeanijom (bez bliskog istoka i ZND), koje čine oko 12% svjetskog izvoza, i Evrope i Centralne Evrope sa obe Američkim kontinentima, koje čine preko 9% svjetskog izvoza. Smanjuje se udeo trgovinskih transatlanskih odnosa SAD sa Zapadnom Evropom a raste uloga tihookeanske trgovine između SAD, Japana, zemlja istočne i jugoistočne Azije, a takođe i evropsko-tihookeanske veze. Tihookeanski bazen postaje centar svjetske ekonomije XXI vijeka.

* Opština Ulcinj, Sekretarijat za finansije

Tržište EU je svjetski najveći trgovac, računa na 20 % globalnog uvoza i izvoza. Otvorena trgovina između svojih članica uključuje početak EU od pre skoro 50 godina i donela je rastuću prosperitetnost svim zemljama članicama. Unija zato preuzima vodeće napore da otvori svjetsku trgovinu za dobrobit i bogatih i siromašnih zemlja. Evropski ekonomski cilj je da do 2010. godini biti najkonkurentna i najrazvijenija svjetska ekonomija. Međutim, to je teško postići uprkos velikim nesuglasicama između zemalja članica. Da li slediti Francusku ideju o socijalnoj državi ili Englesku liberalnu ekonomiju? Trenutno Evropska ekonomija je stabilnija i čeka ga sigurna ekspanzija sledećih godina od oko 3-3.5% (Izveštaj MMF). Evropi je potrebno ekonomski bum od 8%. Kako to postići? Da li treba ići na dalju liberalizaciju trgovinskih odnosa sa SAD, Kinom i Rusijom? Kako izbjeći Evropsku zavisnost od Ruskog gasa? To su neki od glavnih ekonomskih pitanja koje evropski ekonomisti trebaju da daju tačan odgovor.

Nakon napada na SAD, 2001. godine, svjetska ekonomija je doživjela dodatno usporavanje. SAD čine 25% od ukupne svjetske proizvodne. U 2002. godini svjetska ekonomija je počela oporaviti od recesije i imala rast od 2.5%. Svjetske berze i u 2002. godini ponovo su izgubili na vrijednost poslije 2000 i 2001. godine, to je bila treća godina zaredom. Vodeći biznismeni smatraju da se tu radi o prenapumpanim vrijednostima akcije iz razdoblja tehnološkog i telekomunikacijskog investicijskog buma devedesetih godina. Na početku XXI vijeka ekonomija SAD sporo raste ali je još u značajnoj prednosti nad pratećim državama Japanom, Njemačkom i Kinom.

Kraj 2002. godine Japan je dočekaao zaglibljen u deflaciju, bilježeći pad cijena već treću godinu za redom. Japanske banke su bile nesolventne, a ekonomija je bila u padu sa slabim izgledima za oporavak u sledećim godinama osim ukoliko ne uzme neke radikalnije promjene na dalji razvoj. Jedan američki stručnjak za Japan ekonomista Clyde Prestovitz kaže da japanski model rasta, kojim je zapravo upravljala država, je istrošen u osamdesetim godinama i više ne funkcioniše: „Japan je posjedovao pobjedničku formulu između 1950-1980 godine. To je bila dobra formula da se jednostavno nisu mogli riješiti, te je od osamdesetih pokušavaju zakrpati, premda ta formula više nefunkcionalna u XXI vijeku da bi držao primat razvoja i sve češće jednostavno ne funkcioniše.

Kina je zamijenila Japan na mjesto vodećeg azijskog izvoznika u SAD, te privlači velike količine SDI, po nekim čak preko 50% sveukupnih stranih investicija u Aziji (Izveštaj UNCTAD).

Rizici na finansijskim i tržištima nekretnina, kao i veliki trgovinski debalansi na sektorima robe i usluga, uvećavaju izgleda za slabiju ekonomsku i ekspanziju trgovine u godini pred nama, ocenjuju ekonomisti Svetske trgovinske organizacije (STO). Analitičari se uglavnom slažu da će u 2008. godini, uz očekivani globalni ekonomski rast od oko tri odsto, svetska trgovina porasti za oko šest odsto, nakon prošlogodišnjih osam odsto koji

su predstavljali drugu po veličini stopu rasta od 2000. godine (Izveštaj STO). Ali, u 2007. godini je obim trgovine najmanje razvijenih zemalja sveta porastao za čak 30 odsto uz podršku visokih cena nafte i drugih primarnih sirovina. One i zemlje u razvoju u globalu su povećale udeo u svetskoj trgovini i to do rekordnog procenta. U prognozama Svjetske trgovinske organizacije (STO) za 2007. godinu navodi da su korekcije cijena akcija na globalnim berzama krajem februara pojačale neizvesnost među investitorima kada je reč o kratkoročnim perspektivama svetske ekonomije. Ipak, očekuje se samo umjereno usporavanje svjetskog ekonomskog rasta jer su fundamenti u vodećim ekonomijama dovoljno snažni da zadrže globalni privredni rast na oko tri odsto. Domaća tražnja u SAD, najvećoj svetskoj privredi, usporila je još u drugoj polovini 2007. godine i očekuje se da dalje oslabi u prvoj polovini 2008. godine (Izveštaj STO). U Evropi se pak očekuje manje usporavanje rasta bruto domaćeg proizvoda (BDP) nego u SAD, a Japan će najverovatnije proći bez usporavanja, tako da će ekonomski rast u razvijenim zemljama biti oko 2,5 odsto (Izveštaj STO). Usporavanje u industrijski najrazvijenijim zemljama odraziće se na rast u zemljama u razvoju ali će njihov rast ipak biti najmanje dvostruko veći od rasta u razvijenim zemljama. Uz pomenute rizike, mogu se ubrojati i rizik od rasta inflacije koji bi vodio daljem rastu kamata. Povećanje kamata povuklo bi korekcije na tržištima akcija i obveznica i smanjenje očekivanih investicija i privatne potrošnje. U 2006. godine vrednost svetske trgovine porasla je za 15 odsto, na 11,76 hiljada milijardi dolara pri čemu se oko 40 odsto promene vrednosti pripisuje inflaciji (Izveštaj STO). Na sektoru usluga vrednost izvoza je uvećana za 11 odsto, na 2,71 hiljadu milijardi dolara (Izveštaj STO). Rast na tom sektoru bio je na nivou iz 2005. godine i četvrtu uzastopnu godinu manji od rasta na sektoru trgovine robom. Promjene cijena robe delovale su na stope rasta trgovine zemalja iz svih regiona sveta. Prosečna godišnja cena goriva i metala znatno je porasla u periodu od 2001-2006 godine i donela veću zaradu izvoznicima tih proizvoda. Četiri regiona sa najvećim udelom energenata i rudničkih proizvoda u izvozu – Bliski istok, Afrika, Zajednica Nezavisnih Država (ZND) i Južna/Centralna Amerika, ponovo su zabeležili najjače stope godišnjeg rasta izvoza.

Istovremeno rast kineske trgovine i dalje premašuje stope rasta u zemljama koje su joj najveći trgovinski partneri. Kineski izvoz robe povećan je za 27 odsto u drugoj polovini 2006. godine i njen izvoz je počeo da nadmašuje američki, međutim, gledano za celu godinu, američki izvoz još premašuje kineski. Udeo zemalja u razvoju u svetskoj trgovini istovremeno je zahvaljujući izvozu sirovina dostigao rekord svih vremena od 36 odsto a udeo najmanje razvijenih od 0,9 odsto bio je najveći od 1980. Usklađeno sa promjenama cijena proizvoda, američki izvoz od 2000-2006 godine je porastao po većoj stopi od svetske trgovine i brže od američkog uvoza (Izveštaj STO). U severnoameričkom regionu, koji čine dva neto izvoznika goriva i SAD, najveći neto uvoznik goriva, američki izvoz porastao je za 10,5 odsto, što je bila najviša stopa rasta od 1997. i gotovo dva puta veća stopa od rasta uvoza. Pri tom je uvoz petrolejskih proizvoda smanjen za 2,5 odsto. Slabija domaća tražnja u SAD, niži kurs dolara i snažan rast globalne tražnje doprinijeli su tako povoljnom razvoju događaja.

Kanadski izvoz je usporio, zbog manje američke tražnje i aprecijacije kanadskog dolara počele još 2002. godine. Meksička trgovina u 2006. godine je znatno porasla, i uvoz i izvoz po dvocifrenoj stopi, jer je ekonomija beležila najveći rast od 2000. godine (Izvještaj MMF).

Azijski izvoz bio je najbrži u svijetu. Uvoz je u 2006. godini porastao u većoj mjeri nego u 2005. godine i u većoj mjeri od svjetske trgovine ali je nastavio da zaostaje za rastom izvoza. Visokom rastu izvoza najviše su doprineli Kina i Japan. Ekspanzija kineskog izvoza 2006. godine bila je nešto manje dinamična nego 2005. godine ali su Japan, Koreja i Tajpej beležili brzi rast, između 10 i 15 odsto. Istovremeno je japanski uvoz porastao za samo dva odsto a uvoz Tajpeja tri odsto.

Evropa je 2006. godine zabiležila najsnažniji rast izvoza za više godina koji je premašio rast uvoza ali je i dalje bio manji od stope globalne trgovinske ekspanzije. Performanse trgovine evropskih zemalja znatno su se razlikovale od zemlje do zemlje – dvocifreni rast imale su zemlje na istoku, od Finske i baltičkih zemalja na severu kontinenta do Turske na jugu. Te zemlje iskoristile su prednosti dalje integracije sa EU i jačanje domaće tražnje u ZND. Nemačka i Britanija su zabiležila veće stope rasta uvoza i izvoza od evropskog prosjeka, u Italiji i Španiji je rast bio usporen dok je u Francuskoj i Irskoj stagnirao.

Regioni izvoznici energenata su imali samo mali rast obima izvoza u 2006. dok im je uvoz porastao u većoj meri od rasta svjetske trgovine. Najveći rast uvoza među njima imao je ZND, procenjuje se za 20 odsto, dok je izvoz bio usporen. U Južnoj i Centralnoj Americi opale su stope rasta i uvoza i izvoza u poređenju sa 2005. godini. Venecuela je čak zabiležila pad izvoza dok je brazilski porastao za manje od četiri odsto.

Među vodećim svjetskim izvoznicima, najdinamičnijii rast vrednosti izvoza, za više od 20 odsto u 2006. godine, imalo je pet izvoznika nafte, jedan izvoznik metala (Čile) i Kina i Indija. Umjeren ili usporen rast vrednosti izvoza, manji od deset odsto, imali su Japan (9 odsto), Francuska (6 odsto), Španija (7 odsto) i Irska (3 odsto). I njihov uvoz je rastao sporije od svetskog prosjeka (Izvještaj STO). Listu deset vodećih izvoznika čine zemlje koje su i u grupi najvećih uvoznika i njihov se poredak na listama gotovo da i nije promenio u poređenju sa 2005. godini. Na vrijednost svjetskog izvoza proizvoda u 2006. godini u velikoj mjeri su djelovale cijene proizvoda – izvozne cijene ruda i obojenih metala porasle su za 56 odsto, energenata za 20 odsto a hrane i poljoprivrednih sirovina za deset odsto (Izvještaj STO). Istovremeno cijene proizvoda prerađivačke industrije nisu povećane za više od tri odsto. Rast cijena na tom sektoru bio je manje snažan od rasta cijena sirovina treću uzastopnu godinu. Tome je u velikoj mjeri doprineo kontinuirani pad cena elektronike, koja je donosila više od jednog na svakih šest dolara u svjetskom izvozu prerađivačke industrije u 2005. godini. Uticaj deviznih kurseva je u 2006. godine, bio samo umeren, za razliku od perioda 2002-2004. godine. Naime, prosječne promjene kursa

dolara, evra i britanske funte lane su bile umerenije i uravnoteženije. I na rast izvoza gledano prema vrednosti u dolarima delovale su promjene cijena proizvoda. 2006. godine četiri regiona sa najvećim udjelom energenata i ruda u izvozu ponovo su zabeležili najveće godišnje stope rasta. Evropa je, iako je vrednost njenog izvoza porasla najmanje među regionima, za 13 odsto, zadržala najveći udeo u svetskom izvozu od 42 odsto. Evropski uvoz 2006. godine porastao je za 14 odsto, na 5,22 hiljade milijardi dolara (Izveštaj STO). Trgovina unutar EU (25-člane) porasla je 13 odsto, izvoz u treće zemlje za 11 odsto a uvoz iz trećih zemalja za 15 odsto. Baltičke i balkanske zemlje nastavile su da beleže rekordne stope rasta izvoza i uvoza veće od 20 odsto. Kombinovani izvoz/uvoz balkanskih zemalja premašio je turski, čiji su izvoz i uvoz takođe rasli brže od onog u ostalim zemljama Evrope. Izvoz SAD porastao je 14 odsto a uvoz 11 odsto ali je i deficit u trgovini te zemlje sa svetom bio ogroman i nastavio je da raste. U Aziji, 2006. godine Kina je nastavila da beleži rekordne stope rasta uvoza i izvoza. Dolarska vrednost japanskog izvoza porasla je za gotovo devet odsto dok su brzo rastuće ekonomije Indije i Vijetnama imale snažnu ekspanziju izvoza i uvoza od između 20 i 35 odsto. Od 1995. trgovina te dve zemlje (Indija i Vijetnam) raste brže od ostalih azijskih zemalja i njihov udeo u svetskom izvozu se povećava. Među manjim azijskim zemljama, Bangladeš, Kambodža i Mongolija su nastavile da uživaju u dvocifrenoj ekspanziji izvoza od između 20 i 44 odsto. Trgovina Novog Zelanda 2006. godine je stagnirala u odnosu na 2005. godine dok je filipinska porasla po manjoj stopi od svetske.

Afrički izvoz, 2006. godine povećan je za 21 odsto a uvoz za gotovo 16 odsto (Izveštaj MMF). Iako se najveći deo rasta afričkog izvoza pripisuje izvoznima nafte, primetno je da su i afričke zemlje koje ne izvoze naftu povećale isporuke u inostranstvo za 16 odsto. Procenjuje se da je svaka deseta afrička zemlja ubeležila pad izvoza dok je polovina imala ekspanziju veću od svetskog proseka. Južnoafrička Republika, vodeći trgovac na kontinentu, 2005. godine je povećala uvoz za 24 a izvoz za 13 odsto. Na trgovinu bliskoistočnih zemalja u velikoj su mjeri delovali politički činiooci i stanje na tržištu nafte. Izvoz tog regiona, 2006. godine je povećan za 19 odsto, koliko i cijene nafte. Uvoz je porastao za 14 odsto što se smatra samo umerenom stopom s obzirom na rast izvoznog prihoda regiona i deviznih rezervi u poslednjih nekoliko godina.

U Južnoj Americi rast izvoza 2006. godine je oslabio u poređenju sa 2005. godine, najviše zbog performansi najvećih izvoznika nafte u regionu i Brazila. Znatno veće cijene metala doprinele su pak značajnom rastu vrednosti izvoza Čilea, Jamajke, Perua i Surinama. U 2006. godini vrijednost čileanskog i peruanskog izvoza skočila je za više od 40 odsto i to su bile najviše stope rasta u regionu.

2006. godina može se ocijeniti kao izuzetno povoljna za zemlje u razvoju. Njihov ukupan izvoz porastao je za 20 odsto, na 4,27 hiljada milijardi dolara dok je uvoz povećan za 17 odsto (Izveštaj MMF). Udeo zemalja u razvoju u svetskom izvozu je dostigao rekordnih 36 odsto dok je učešće u uvozu bilo 31 odsto, najveće za više od četvrt veka. Kada je riječ

o najmanje razvijenim zemljama, ekspanzija njihove trgovine bila je čak snažnija od ekspanzije zemalja u razvoju uopšte. Vrednost njihovog izvoza dostigla je, nakon rasta za 30 odsto, 108 milijardi dolara (Izvještaj MMF). Uvoz je istovremeno porastao za 17 odsto tako da su najmanje razvijene zemlje kao grupa prvi put registrovale spoljnotrgovinski suficit.

2. Svjetske ekonomske velesile XXI vijeka

Početak XXI vijeka pokazuje u kom smjeru ide razvoj cijele svjetske ekonomije. Ko će biti lider u razvoju, koja država će biti najrazvijenija do 2050 godini, ko će pobijediti veliku konkurenciju i ko će odoliti daljoj liberalizaciji trgovine i kapitalnih tokova?

Evropa želi postati vodeća svjetska ekonomija bazirana na znanju do 2010? Realnost ili utopija?

Iako se prva evropske škole zaživjele prije no što su Amerika i Australija zacrtane na svjetskim mapama, i bitno prije no što su prve kolonije u Africi i Aziji stvorene iako je u Evropu stvoren model naučnog istraživanja, brojke govore da je brzina i odlučna akcija nužna:

1. Zemlje Evrope troše oko 1.1% budžeta na visoko obrazovanje –za razliku od 2.7% koliko troše u SAD,
2. Američke škole troše 2-5 puta više novca po studentu u odnosu na Evropu,
3. Po glavi stanovnika, Amerika stvori 4 puta više patenata nego Evropa,
4. Među 20 najboljih univerziteta na svijetu, 17 ih je iz SAD, 1 iz Japana i samo dvoje ih je iz Evrope,
5. Australija, često zanemariva zbog relativno male populacije ima bitno bolji prosjek kvaliteta univerziteta nego Evropa,
6. Azijski tigrovi polako sustižu Evropu. Kina sa 19, Koreja sa 10 i Japan sa 34 učestvuju u Top 500 najboljih univerziteta u svijetu. Dok Francuska učestvuje sa 22, Velika Britanija sa 43 i Njemačka sa 41 najboljih univerziteta u Top 500, dok SAD od 500 najboljih univerziteta učestvuje sa 178 univerziteta.

Ukoliko sve te podatke izbrojimo, Evropsko obrazovanje je na trećem mjestu, daleko iza SAD i Australije. Azija nam je za petama.

Za preuzimanje vodeće pozicije u svjetskoj ekonomiji Evropi je potrebno godišnji ekonomski rast od oko 8% u sledećih 15 godina.

Kako to postići?

To se može postići sa daljem liberalizacijom trgovine i kapitalnih tokova sa ostalim vodećim ekonomskim silama, povećati evropsku ulogu preko SDI u Kini, Afriku, Rusiji, zaobići zavisnost od Ruskog gasa i povećati konkurentnost unutar zemlja Evrope.

Kina u 2007. godini preskače Njemačku i postaje treća svjetska ekonomija. U 2006. godini BDP Kine bio je 2800 milijardi, a Njemački 2900 milijardi \$. Iako ne iznenađuje da zemlja od 1,3 milijardi ljudi u godinu dana proizvodi više nego 82 miliona stanovnika Njemačke, nagli uspon Kine mogao bi povećati zabrinutost u bogatim državama. Ispred Kine i Njemačke su samo SAD čiji je GDP za 2006 godini iznosio 13200 milijardi \$, Japan 4400 \$. U 1999. godini Kina je bila 7 svjetska ekonomska sila. Od tada premašila Italiju, Francusku i Veliku Britaniju. Ukoliko zadrži ovu stopu ekonomskog rasta u sledećim 10 godinama, Kina bi mogla nadmašiti i Japan. U Kini 2/3 ljudske populacije živi van urbanih zona. 8-10 miliona stanovnika Kine se preseli svake godine iz sela u gradove. Gradovi će, opet svake godine, morati da obezbede dodatnih šest miliona radnih mjesta, zbog prirodnog rasta populacije. Zatim svake godine bez posla u državnim firmama ostaje još 4-7 miliona. To znači da Kina morati godišnje da obezbede nekih 18 miliona novih radnih mjesta.

Države s velikom populacijom, poput Kine i Indije, postaju vodeće ekonomske sile, dok one stare vođe, poput Evrope, Japana i SAD-a, istovremeno relativno gube na važnosti. Mnogi ekonomisti se složili da ekonomski rast postaje manje zavisian za američko ekonomiju koji je prošlih godina biležio sporiji rast, a pritom nije snažno uticao na druge zemlje. Dvanaest ekonomskih sila svijeta prema kupovnoj moći su: SAD, Japan, Kina, Njemačka, Indija, Velika Britanija, Francuska, Rusija, Italija, Španija, Brazil i Meksiko. Trenutno američka ekonomija obuhvata oko 23% globalnog GDP-a, kineska 9,7%. Pet vodećih privrednih sila stvaraju oko polovine globalnog GDP-a. Da li će biti isti redosled svjetskih ekonomskih sila u 2050. godini, šta je sa ekonomskom stagnacijom amerike, zašto nema velikog rasta GDP-a u zemljama Evrope, da li dolazi vrijeme azijskih država? Rusija preko svojih energetskih resursa hoće da zavlada svijetom. Interesi su joj daleko veći od dominacije u Evropi i Centralnoj Aziji. Rusija hoće da izgradi novi gasovod do Kine, ostalih tržišta Istočne Azije, Indije, Japana pa sve do SAD, gdje hoće da savlada 10% energetskog tržišta. Koliko su šanse da ovaj plan Rusije za postizanjem statusa supersile kontroliranjem izvora energije istinito i ostvariti. Glavni ekonomski potencijali budućnosti su Kina i Indija.

3. Globalizacija, trenutne dileme....

Globalizacija je danas sinonim za svjetsko tržište i svjetsku privredu. Globalizacija dovodi do promjena u moći na svjetskoj i nacionalnoj pozornici (Veselin Vukotić, Unutrašnja globalizacija Zapadnog Balkana). Pojam "globalizacija" se odnosi na povećanu međuzavisnost nacionalnih ekonomija, finansijskih tržišta, trgovine, korporacija, proizvodnje, distribucije i potrošačkog marketinga (Hazel Henderson, Beyond Globalization). Globalizacija se uvukla u sve pore naših života. Kristalizacijsko jezgro globalne privredne moći (svjetskog tržišta) ne čini imperijalizam (osvajanje) već i ne-

imperijalizam (Veselin Vukotić, Unutrašnja globalizacija Zapadnog Balkana). Takođe, ona je postala nezaustavljiv proces.

S raspadom SSSR-a i planske ekonomije na scenu je stupila nova „zapadna paradigma“ poznata pod nazivom "Washingtonski konsenzus" koja je promovirala deregulaciju svjetskog tržišta i koju su podupirale SAD, Svjetska banka, Međunarodni monetarni fond (IMF). Stvarno ili nestvarno današnja globalizacija finansijskih tokova u virtualnom svijetu je uzrok da su gradovi poput Londona, New Yorka, Tokia, Singapura, Hong Konga, Frankfurta i Sao Paula postali slika i prilika novog globalnog i umrežene ekonomije koje se temelji na informacijama. Današnja globalna ekonomija dovela je do šesnaesterostruke povećanja svjetske trgovine u periodu od Drugog svjetskog rata, a ukupna vrijednost te trgovine iznosi više od 4 biliona američkih dolara godišnje (što iznosi od 15 do 20% svjetskog BDP-a). Više od 40 hiljada multinacionalnih kompanija sa 25 hiljada filijala u inostranstvu upravlja s dvije trećine ukupne svjetske trgovine.

Danas su mnoga pitanja i problemi postali "globalni", što znači da su izašli iz područja uticaja nacionalnih vlada. To se prije svega odnosi na klimatske promjene, zagađenje van državnih granica, stvaranje novih pustinjskih područja, gubitak biorazličitost i svemirski otpad (Beyond Globalization, Hazel Henderson). Zbrinjavanje izbjeglica, migracije stanovništva te stalan rast metropola zahtijevaju ogromne javne investicije. Paralelno s navedenim javlja se problem erozije poreznih prihoda koji se sele u "porekne oaze" ili švajcarske banke. Poreski prihodi opština i lokalnih uprava takođe erodiraju jer e-trgovina sve više uništava male lokalne trgovine. Nova pitanja i novi problemi traže od nacionalnih vlada da se udruže i da prepuste dio svog suvereniteta nadnacionalnim institucijama koje će se brinuti za donošenje zakona i globalnih standarda. Evropska unija je odličan primjer takvog suvereniteta. Pristup informacijama pozitivno je uticalo na prava građana, kupaca, zaposlenih i društveno odgovornih investitora. Informatičko društvo je stvorilo novog pobjednike. Građanske kampanje danas se mogu podići na globalnom nivou kao što je bio slučaj s kampanjom *Jubilee 2000* - koja se danas provodi u četrdeset zemalja - i kojom se uticalo na vlade, banke i uticajne ekonomiste kako bi se najsiromašnijim zemljama otpisali dugove prema razvijenim zemljama. Novi identitet izlazi na vidjelo, identitet globalnog građanina koji se pojavljuje prije nego što su uspostavljene globalne upravljačke strukture (Beyond Globalization, Hazel Henderson). Nikada do sada nije bilo tako jednostavno uključiti se u zajedničku viziju transformacije društva i svjetske privrede. To znači da su investicije u ljude i društvenu infrastrukturu ključni uspjeh za razvoj jedne zemlje. Znanje, ljudski kapital, povjerenje, kohezivne vrijednosti i kvalitetno upravljanje prirodnim biorazličitosti resursima danas su postali ključna stvar proizvodnje. Pa ipak, paradoksalno je da trenutna struktura globalne informatičke ekonomije i e-trgovine "otima" vladama (nacionalnim i lokalnim) poreze koji su potrebni za investiranje u ljudske resurse i novu infrastrukturu. Današnje globalno-digitalno tržište ukazuje nam na budućnost kakvu možemo očekivati.

Budući da sve više svoje poslovanje firme sele u cyber prostor, postavlja se logično pitanje: koje su neizbježne posljedice takvog procesa? Razmotrimo najprije elektronsku trgovinu. Većina kompanija svoje poslovanje temelji na pretpostavci da će novčane transakcije monopolizirati cyber prostor unapređenjem sigurnosti, uvođenjem sastava enkripcije, kreditnih kartica i elektronske gotovine. Međutim, elektronska trgovina ne zahtijeva novčane transakcije, nego vrše se transakcije temeljene samo na informacijama (npr. visoko-tehnološka razmjena). Posljedice su sledeće: novac i informacije su danas postali ekvivalenti - već smo prihvatili "informacijski standard" i napustili onaj zlatni i novčani. Ovo novo podrazumijevanje najava je široke demistifikacije samog novca kao i kreditnog zaduženja i financija. Banke se bogate na nedostatku novca, s toga pokušavaju kontrolisati transakcije preko Interneta, što je i razumljivo. U SAD-u svake godine korporacije i pojedinci razmijenjuju milijarde dolara usluga i dobara putem elektronske mreže. Daljnji pomaci prema sigurnom utočištu, npr. transakcije visoko-tehnološke razmjene, poslužice u stvaranju punog zapošljavanja i "čišćenju" lokalnih tržišta. Lokalne valute i ostala trgovanja preko računara doživljavaju procvat u SAD, Kanadi, Evropi, Australiji i Novom Zelandu. Danas se takođe koriste u velikoj ruskoj ekonomiji razmjene. Što se tiče negativnih posljedica, one koji izbjegavaju plaćanje poreza lakše se posluži u poreskim utočištima, osmišljeno im se nudi anonimnost, izmišljene korporacije i pranje novca. Trgovanje putem interneta sve ovo čini još jednostavnijim. Veliki globalni maloprodajni lanci, lanci usluga i gradnje trgovačkih centara uklanjaju male trgovce te nesmetano posluju uz infrastrukturu s poresnim olakšicama i cijenama energenata određenim ispod stvarne cijene koštanja. To im omogućuje ulazak na lokalna tržišta s cijenama postavljenim ispod realnih cijena. Nakon što izbace iz posla lokalne trgovce, mogu podići cijene s obzirom da više nema konkurencije u blizini. Možda se najveća promjena paradigme odnosi upravo na ova nova elektronska tržišta temeljena na informacijama - a što je osnovni razlog za podizanje cijena internetskih dionica i IPO-a (prva javna ponuda dionica). Na primjer, uspjeh e-Bay.com-a, koja je pokrenuta u San Franciscu, temelji se na LETS mrežama razmjene roba, nudeći aukcije polovne robe preko Interneta. Mogućnosti za berze i banke su ogromne. Ako stvaranje novca i menadžment, kao i novčane transakcije i kreditna sposobnost ne budu drastično reorganizovani kako bi služili novim potrebama klijenata, zaposlenih i investitora 21. vijeka, oni će jednostavno zaobići banke i novčane transakcije. Banke su zauzete kupovinom računara i informacijske tehnologije kako bi ponovo stvorile nestašicu novca i novčanih transakcija - posebno kod e-trgovine putem e-gotovine, kreditnih i debitnih kartica, virtualnog bankarstva itd. Banke i posredovanje na berzi su vrlo korisne, no sada su u internetu dobili konkurenciju za svoju osnovnu ulogu posrednika. Na primjer, četvrtina prometa na Wall Streetu obavlja se elektronskim putem i zaobilazi brokere, dok se klasične berze zamjenjuju na gore pomenutoj osnovi.

4. Kako zemlje u razvoju da privlače SDI?

Strane direktne investicije (SDI) u savremenoj razvojnoj etapi, preuzimaju funkciju ključnog razvojnog faktora svetske privrede i uz trgovinu postaju osnovni mehanizam globalizacije svetske privrede, odnosno globalizacije poslovanja preduzeća. Putem direktnih investicija u inostranstvu, preduzeća razmeštaju svoje proizvodne sisteme i ostale poslovne funkcije u globalnim razmerama, nastojeći da obezbede najpovoljnije snabdevanje sa jedne strane (sirovinama, energijom i radnom snagom), a sa druge strane najprofitabilniji plasman svojih proizvoda/usluga uz prisustvo na svim važnijim tržištima. Da bi država povećala SDI, ona mora da bude otvorena ekonomija, da vodi što liberalniju ekonomiju, da ima najniže stope poreza na regionu, da ima političku i makroekonomsku stabilnost, vladavinu prava i da ima najbolju klimu za investiciju u regionu. Najviše SDI danas ulažu velike multinacionalne i transnacionalne kompanije i investicioni fondovi. Najviše se ulaže u nekretnine, berze, turizmu, informacionoj tehnologiji, u bankarstvo i ostalim finansijskim institucijama. Oštar rast SDI podvlači ogromnu i sve veću ulogu multinacionalnih korporacija u globalnoj trgovini, a naročito u globalnoj proizvodnji.

Zemlje u razvoju, razvijenije zemlje, jugoistočna Evropa i Zajednica nezavisnih država zabeležili su povećanje ulaganja kao rezultat izrazitog rasta poslovanja transnacionalnih korporacija te snažnih ekonomskih rezultata u brojnim dijelovima svijeta. Strane direktne investicije (SDI) u 2007 su porasle 18% u odnosu na 2006. godinu i dostigle novu rekordnu vrijednost od 1500 milijardi \$(izvještaj UNCTAD). Pad vrijednosti američkog dolara je potpomogao povećanje stranih ulaganja u SAD posebno iz zemalja u kojima se valute zabilježile rast vrijednosti nad američkim dolarom. EU je ostala zemlja koja je privukla najviše SDI, dok SAD su najveći svjetski strani ulagači. Zemlje jugoistočne Evrope bileže rast SDI već 7 godina zaredom. One su porasle za 41%, na rekordnu sumu 98 milijardi \$, dok zemlje u razvoju bileže rast od 16%. I kontinent Afrike je biležio snažan rast SDI zahvaljujući uvelike i procvjet na globalnim tržištima roba. Južna Amerika i Karibi, zabilježili su rast SDI od 50%. Ulaganje u toj regiji je dostiglo 126 milijardi \$ povećanje se zabeležilo u Brazil, Čile i Meksiko. Južna i jugoistočna Azija u 2007. godini je povećala SDI 12% u odnosu na 2006. godini, i dosegla sumu od 224 milijardi \$, s time da se ponovo najviše ulagalo u Kinu, Hong Kong.

5. Zaključak

SAD u XXI vijeku nastavlja da bude najveća svjetska ekonomska velesila. Tržište Evropske Unije je svjetski najveći trgovac, računa na 20% globalnog uvoza i izvoza. Evropski ekonomski cilj je da do 2010. godini biti najkonkurentna i najrazvijenija svjetska ekonomija. Da bi Evropska Unija postigla svoj ekonomski san mora ići na dalju liberalizaciju trgovine i kapitalnih tokova sa ostalim najrazvijenijim zemljama kao što su: SAD, Kina, Rusija, Japan.... Japanski model ekonomskog razvoja u XXI vijeku nije konkurentan. Zato, Kina je zamijenila Japan na mjesto vodećeg azijskog izvoznika u

SAD, te privlači preko 50% sveukupnih SDI Azije. Evropska Unija da bi preuzela vodeće pozicije u svjetskoj ekonomiji, potrebno je joj rast od oko 8% u sledećim 15 godinama. Današnja globalna ekonomija dovela je do šesnaestostruke povećanja svjetske trgovine u periodu od Drugog svjetskog rata, a ukupna vrijednost te trgovine iznosi više od 4 biliona američkih dolara godišnje. Danas su mnoga pitanja i problemi postali „globalni“, što znači da su izašli iz područja uticaja nacionalnih vlada.

6. Literatura

1. Džefri Saks, Misterija Globalizacije, Biblioteka Alexandrija, 2003
2. Veselin Vukotić, Unutrašnja globalizacija Zapadnog Balkana, Evropski prioriteti i regionalna saradnja, Miločer, 2006
3. Hazel Henderson, Beyond Globalization, Kumarian press, 1999
4. www.wto.org; Izvještaji STO 2000-2007. godine
5. www.imf.org; Izvještaji MMF 2000-2007. godine
6. www.unctad.org; Izvještaji UNCTAD 2000-2007. godine

Božanović Ivana*

Finansijski indikatori u cilju donošenja poslovnih odluka

Abstract

As a successful entrepreneur you have a good “feel” for your business. You know your products and markets, and you can manage people. However, like most entrepreneurs, perhaps you view the financial side as necessary but tedious and uninteresting aspects of your business that someone else, like your accountant, ought to deal with. Yet, your investors and lenders use those accounting numbers - your financial statements- as their primary scorecard to evaluate your performance, and they expect you to explain your company’s story to them using your financial statements.

In the following text, some of the basic areas from company operating analysis have been covered for the purpose of making correct business decisions. First of all, it is most important understanding of the notion of balance sheet and income statement. By understanding these reports, both long-term and short-term financial position of the companies could be analyzed through financial balance analysis. On the occasion of interpreting financial reports, different types of restriction could occur. All these phases analyst must understand when analyzing the financial position of the company.

Key words: *Financial statements; Financial indicators; Financial Ratios; Balance Sheet; Income Statement; Cash flow statement; Financial position; Revenue; Book Value of shears; Common Shears Ratios; Total debt; Long turn debt; Dividends.*

1. Pojam, shvatanje i sadržina bilansa

Riječ bilans potiče od latinske riječi *bilanx* libra (vaga sa dva tasa). Riječ bilans upućuje na više zaključaka:

- da se bilansom mjeri i iskazuje rezultat;
- da se to što se mjeri posmatra sa dva aspekta;
- da se ta dva aspekta posmatranja onog što se mjeri dovodi u ravnotežu, formira jednakost među njima.

U formalnom smislu bilans se uvijek iskazuje u obliku pregleda stanja neke pojave posmatrane sa *dva različita aspekta*, obilježja. Bilans zahtijeva iskazivanje stanja i rezultata pojave u određenom trenutku, na određeni dan, što ne znači da je ta pojava prekinuta već da se nakon tog trenutka nastavlja. U računovodstvu bilans se koristi da se iskaže stanje i rezultat, posmatrano preko *novčanih jedinica* kao opšteg mjerila iskazivanja poslovnih događaja, stanja i rezultata preduzeća. Računovodstvo tredicionalno koristi – *bilans stanja* i *bilans uspjeha*. U osnovi bilans uspjeha vuče korijene iz bilansa stanja,

* Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica

dakle on je samo izvod iz bilansa stanja. Bilans uspjeha je osnovni analitički račun sopstvenog kapitala preduzeća u kome se iskazuje povećanje (prihodi) i smanjenje (rashodi) sopstvenog kapitala za određeni vremenski period, najčešće za period od godine dana.

Mada bilans stanja iskazuje imovinu, kapital i obaveze na određeni dan, na dan bilansiranja, bilansna imovina ne može se uvijek izjednačiti sa imovinom preduzeća niti se bilansni kapital i obaveze mogu izjednačiti sa sopstvenim i pozajmljenim kapitalom. Zato treba razlikovati: bruto imovinu, čistu imovinu, bilansnu imovinu i imovinu preduzeća.

Bruto imovina- Imovina koja se nalazi na strani AKTIVE bilansa stanja ali od ovog prostog zbira stavki na strani aktive oduzimaju se novčane vrijednosti na računima korekcije pasive (ispravka vrijednosti osnovnih sredstava, gubitak ili dobitak preduzeća).

Čista imovina- Često se naziva i neto imovina jer predstavlja bruto imovinu umanjenu za obaveze preduzeća.

Bilansna imovina- Bilansna imovina jednaka je bruto imovini.

Imovinu preduzeća- Imovina preduzeća jednaka je bruto imovini umanjenoj za latentne reserve¹ i skrivene gubitke.

2. Finansijski položaj preduzeća

U Crnoj Gori postoje sledeći oblici osnivanja preduzeća i to: Ortačka društva (*Partnerships*); Komanditna društva (*Limited partnership*); Akcionarska društva (*Joint-stock companies*); Jednočlana akcionarska društva (*One-member stock companies*); Društva sa ograničenom odgovornošću (*Companies with limited liability*); Jednočlana društva sa ograničenom odg.

Finansijski položaj preduzeća primarno determiniše njegove mogućnosti finansiranja. Često se u teoriji i praksi umjesto termina finansijski položaj koriste termini *finansijska pozicija* ili *finansijska situacija preduzeća*.² Finansijska situacija je uža pojam od finansijskog položaja i njime se uglavnom označava novčano stanje preduzeća. Ocjena finansijskog položaja preduzeća zasniva se na analizi finansijske ravnoteže, analizi pasive sa aspekta vlasništva tj. analizi zaduženosti, analizi mogućnosti održavanja realne vrijednosti sopstvenog kapitala u uslovima inflacije i analizi reproduktivne sposobnosti.

U narednom izlaganju komentarisati ćemo finansijski položaj akcionarskog društva, posmatran sa aspekta predmetnih analiza kvalifikuje se kao: dobar, prihvatljiv i loš.

¹ Izvor : Latentne reserve nastaju potcjenjivanjem aktive ili precjenjivanjem pasive

² Izvor: Prof. dr Jovan Rodić, „Poslovne finansije i procjena vrijednosti preduzeća“ Beograd 1993.

Dobar je onaj finansijski položaj preduzeća, ako njegova finansijska ravnoteža obezbeđuje likvidnost na dugi rok, ako je njegova finansijska struktura takva da obezbeđuje nezavisnost društva u vođenju vlastite poslovne politike i istovremeno pruža sigurnost povjeriocima i ako društvo može obezbijediti finansiranje dijela proširene reprodukcije iz sopstvenih izvora finansiranja.

Loš finansijski položaj preduzeća proističe iz narušene finansijske ravnoteže koja ne obezbeđuje održavanje likvidnosti na dugi rok, loše finansijske strukture i nemogućnosti da društvo finansira prostu reprodukciju iz vlastitih izvora finansiranja.

3. Analiza finansijskog položaja preduzeća

Analiza finansijskog položaja preduzeća, predstavlja sastavni dio finansijske analize koja osim ovog segmenta uključuje:

- analizu prinostnog položaja
- analizu imovinskog položaja

Analiza finansijske ravnoteže³

Finansijska ravnoteža akcionarskog društva u praksi se utvrđuje kroz postavljanje dvije osnovne jednakosti:

1. Dugoročnu finansijsku ravnotežu.
2. Kratkoročnu finansijsku ravnotežu.

Analiza dugoročne ravnoteže može se vršiti na bazi koeficijenta dugoročne finansijske ravnoteže. U slučaju akcionarskog društva dugoročna ravnoteža analizira se na bazi neto obrtnog fonda :

Neto obrtni fond = (kvalitetni izvori) – (osnovna sredstva + dugoročni plasmani + gubitak).

Ocjena kratkoročne finansijske ravnoteže vrši se upoređivanjem obrtnih sredstava bez stalnih zaliha na strani aktive i kratkoročnih izvora na strani pasive bilansa stanja, odnosno stavljanjem u odnos likvidnih i kratkoročnih sredstava sa jedne strane i kratkoročnih obaveza sa druge strane. Ovaj racio je u teoriji poznata kao rigorozni racio racio likvidnosti (acid ratio). Kratkoročna finansijska ravnoteža postoji ako je rigorozni racio likvidnosti jednak jedinici.

³ Izvor: Prof. dr Jovan Rodić, „Poslovne finansije i procjena vrijednosti preduzeća“ Beograd 1993.

Analiza zaduženosti

Zaduženost akcionarskog društva ispituje se analizom pasive bilansa stanja, sa aspekta vlasništva nad izvorima finansiranja. Izvori finansiranja (pasiva) akcionarskog društva sa vlasničkog aspekta dijele se na sopstvene i pozajmljene izvore.

Neto sopstveni kapital preduzeća jednak je razlici između vrijednosti poslovne imovine iskazane u aktivi njegovog bilansa stanja i ukupnih obaveza društva (pasiva bilansa stanja). On je formalno posmatrano garantna supstanca akcionarskog društva. Odnosno sve dok je neto sopstveni kapital društva pozitivan, preduzeće je solventno.

Solventnost preduzeća može se posmatrati kao njegova likvidnost na dugi rok i očitava se sposobnošću društva da plati sve obaveze, bilo kada (ne o roku njihovog dospjeća), pa makar i iz likvidacione mase..

Pozajmljeni izvori preduzeća predstavljaju tuđe vlasništvo i rokovi raspoloživosti ovih izvora nijesu trajni. Po svom karakteru, tj raspoloživosti ovi izvori mogu biti:

- Dugoročno raspoloživi izvori. Ove izvore najčešće označavamo kao dugoročne dugove.
- Kratkoročno raspoloživi izvori ili kratkoročne obaveze.

Finansijska struktura akcionarskog društva (odnos između sopstvenih i pozajmljenih izvora) najčešće se posmatra preko tri osnovna pokazatelja: samostalnosti, sigurnosti i zaduženosti.

- *Pokazatelj samostalnosti* = sopstveni kapital/ukupni izvori finansiranja
- *Pokazatelj zaduženosti* = tuđi izvori/ ukupni izvori finansiranja
- *Pokazatelj sigurnosti* = sopstveni kapital/tuđi izvori.

U teoriji i praksi se nameće pitanje, šta je dominantno u određivanju strukture pasive? Praksa je pokazala da strukturu pasive sa stanovišta vlasništva primarno opredjeljuje organski sastav sredstava i stopa inflacije, a sekundarno visina rentabilnosti i likvidnosti.

Analiza finansijskih izvještaja

Finansijski poslovi/aspekti preduzeća mogu se sagledati putem pažljivog ispitivanja njegovih finansijskih izvještaja. Međutim, neke od važnijih činjenica i značajnijih odnosa mogu se previdjeti, ako se izvještaji ne tumače i analiziraju na pravi način. Analiza izvještaja nije isključivo pretraživanje da bi se pronašlo više detalja u pozadini klasifikacije računa; nego jednostavan proces sinteze i sažimanja te studije, tj. proučavanja odnosa. Na primer, veliki iznosi novca mogu se izraziti u procentima i nekoliko stavki mogu se kombinovati u jednoj klasifikaciji.⁴ Podaci iz izvještaja o prihodima i bilansa

⁴ Izvor: Jovan Rodić: " Poslovne finansije i procjena vrijednosti preduzeća", Beograd 1991

(završnog računa) biće objedinjeni u vidu racia (proporcija), koje će otkriti neke važnije odnose.⁵

Važnost analize izveštaja

Svako ko ima interesa u određenom preduzeću željeće odgovore na sledeća pitanja:

- Da li preduzeće ostvaruje adekvatnu zaradu?
- Može li preduzeće da ispuni svoje obaveze na vrijeme? Drugim riječima, da li je dovoljno likvidno?
- Da li je ulaganje u preduzeće sigurno ulaganje?

Na ova pitanja ne mogu se dati precizni odgovori; odgovori zavise od onoga što će se desiti u neizvjesnoj budućnosti. Ali analiza izveštaja može da otkrije ono što se desilo u prošlosti (do sada) i dati određene naznake onoga što se može očekivati.

Deoničari, kreditori, zaposleni, budući ulagači i javnost najvećim dijelom poznaju preduzeće, ili u najmanju ruku djelimično, putem finansijskih dimenzija koje se otkrivaju kroz analizu izveštaja. Uprava preduzeća, shvatajući da su izveštaji pregled rada preduzeća i njihove vlastite upravljačke sposobnosti, u analizi izveštaja će vidjeti sredstvo za procjenu vlastitih sposobnosti. Znanje izvedeno iz analize može se kombinovati sa drugim podacima u planiranju i kontrolisanju raznih aspekata preduzeća.

Ograničenja u tumačenju finansijskih izveštaja

Prije nego što počnemo sa analizom i tumačenjem finansijskih izveštaja, potrebno je da shvatimo da su dobijeni podaci podložni raznim ograničenjima:

- Većina finansijskih izveštaja se priprema na osnovu stvarne ili realne cijene. Stoga inflacija nije uzeta u obzir.
- U neke oblasti računovodstva ipak mogu ući i lične procjene, kao što su izbor metoda za određivanje pada vrijednosti, vrijednosti zaliha/inventara i neispunjenih ugovora.
- Jedan od koncepata računovodstva je mjerenje novca. Većina analiza koja se bazira na ovom konceptu ne može reflektovati faktore koji su nemjerljivi u obliku novca, kao što su čvrstoća/jačina uprave preduzeća ili kvalitet njegovih radnih odnosa.
- Kad god postoji sumnja ili nedoumica u pogledu metode procjene koja će se koristiti u računanju, usvaja se oprezniji/konzervativni pristup, ali on može da oteža viđenje stvarnog stanja.

⁵ Izvor: Prof. dr Jovan Rodić, Prof. dr Gordana Vukelić, „Teorija i analiza bilansa“, Beograd 2003

U racio-analizi, memorisanje formula nije rešenje. Jednako je važno biti u mogućnosti da se protumače izračunati racio pokazatelji, a ovo zahtijeva više od samo osnovnog matematičkog znanja.

Analiza priliva gotovine

Najvažniji pokazatelj je iznos priliva gotovine od ključnih poslova preduzeća. Ukupni prihodi moraju biti dovoljni da bar pokriju sve troškove povezane sa proizvodnjom i prodajom proizvoda.

Analiza priliva gotovine daje odgovore na sledeća pitanja:

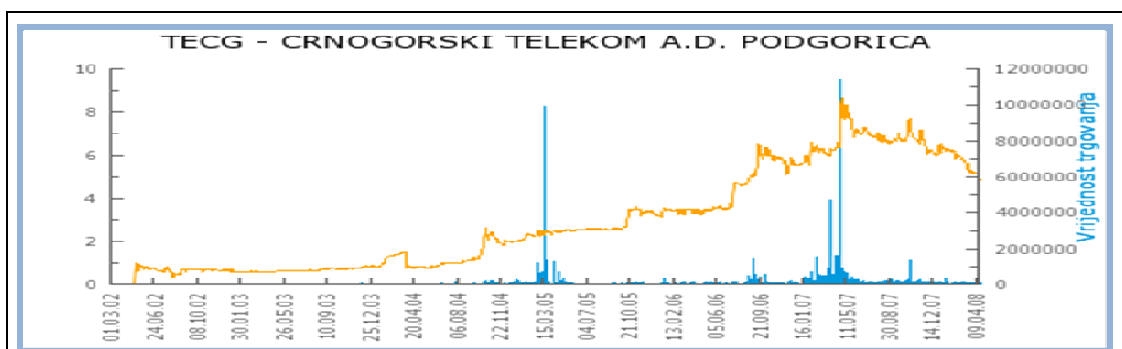
- Kakva je razlika između zarade i raspoložive gotovine?
- Koji su izvori gotovine i za šta se oni koriste?
- Da li su gotovinski fondovi dovoljni da pokriju tekuće aktivnosti?
- Postoje li dovoljna sredstva za ulaganje?
- Da li je preduzeće u mogućnosti da pokrije svoje kratkoročne obaveze?

4. Analiza finansijskog položaja firme Telekom Crne Gore a.d. Podgorica

U nastavku je prikazana analiza firme Telekom Crne Gore a.d. Podgorica. U narednoj tabeli date su neke osnovne informacije o kompaniji. Djelatnost poslovanja ove kompanije su telekomunikacije (usluge fiksne i mobilne telefonije). Kompanija je posjedovala monopol u proizvodnji telekomunikacionih usluga sve do dolaska novog operatera 2007. godine (M:tel). U tabeli 1. je izvršena analiza za 2004,2005,2006. godinu.

Tabela 1. Analiza finansijskog položaja firme Telekom a.d za period 2002-2006.godine

Telekom Crne Gore a.d.	2002	2003	2004	2005	2006
Najveća prosječna cijena akcije	0,59	0,60	1,24	4,66	4,38
Najniža prosječna cijena akcije	0,56	0,60	1,18	3,06	4,26
Najveća cijena akcije	1,00	0,90	0,76	3,70	6,90
Najniža cijena akcije	0,45	0,60	0,75	2,00	3,10



Osnovni podaci o preduzeću		Vrijednost akcije (za 2007 i prva 4 mjeseca 2008. godine)		2007	2008
Privredna grana	Telekomunikacije	Najveća prosječna cijena akcije		6,80	5,79
Djelatnost	Telekom usluge fiksne i mobilne	Najniža prosječna cijena akcije		6,60	5,68
Datum osnivanja	31.12.1998	Najveća cijena akcije		9,20	6,55
Broj zaposlenih	1348 (2002); 946 (2006)	Najniža cijena akcije		5,25	4,50
Vlasnički kapital	2002	2003	2004	2005	2006
Broj akcija	34.004.280	47.273.940	47.273.940	47.273.940	47.273.940
Nominalna vrijednost po akciji	5,651	2,9825	2,9826	2,9825	2,9825
Dobit	4.159.000	18.004.000	9.060.000	1.832.000	12.808.000
Početak trgovanja na tržištu	25. april 2002. godine				
Segment trgovanja	Berzansko tržište- "A" lista od 14. aprila 2003. godine				
Tržisna kapitalizacija dionica (31.12.2002)	20.742.610	28.941.043	94.547.880	151.276.608	265.410.081
Broj akcionara	17.435	14.400	/	15.912	2.868
Procenat akcija u vlasnistu izvr.dir. I Odbora dir.	0,0134%	0,0126%	0,0126%	0,0126%	/
Ukupna sredstva za isplatu dividende	3.522.648,18	5.042.088	5.042.088	/	8.300.000
Dividenda po akciji	0,08805	0,0905	0,1067	/	0,1755
Neto dobitak po akciji	0,1094	0,38316	0,2043	0,1077	0,1901
Prinos dividende po akciji	12,65%	13,01%	5,34%	/	3,13%

Likvidnost akcije					
Promet (EUR)	215.417	431.177	5.846.008	25.287.630	25.287.630
Trgovana količina	909.570	620.000	3.426,90	10.135.420	10.135.425
Broj poslova	614	999	4.872	7.837	7.837
Struktura vlasništva	2002	2003	2004	Promjena vlasništva	2005
Vlada Crne Gore	51,12%	50,66%	50,67%	Magyar telekom	76,53%
HLT Fond	6,33%	6,33%	6,33%	QVT Fond	13,60%
Euro Fond	3,81%	3,34%	3,34%	Monte Adria Broker	0,20%
Atlas Mont Fond	2,87%	3,29%	3,30%	Ostala pravna lica	4,11%
Trend Fond	2,67%	2,73%	2,85%	Fizička lica	5,56%
Moneta Fond	2,14%	2,45%	2,45%		2006
MIG Fond	1,52%	1,53%	1,85%	Magyar telekom	76,53%
Ostali	29,54%	29,22%	28,76%	QVT Fond	11,22%
Zavod za zapošljavanje	/	0,45%	0,45%	Monte Adria Broker	0,01%
Komentar: Važno je napomenuti da je 2005.godine došlo do promjene vlasništva u firmi. U ovoj godini došlo je do privatizacije firme Telekom Crna Gora. Ukupno 76,53% firme je prešlo iz vlasništva domaćih akcionara (prije svega većinskog akcionara (Vlade Crne Gore) kao i manjinskih akcionara) u vlasništvo firme Magyar telekom iz Mađarske.				Privarizacioni fondovi	0,22%
				Ostala pravna lica	5,42%
				Fizička lica	6,60%
Analiza dugorocne ravnoteze		2004	2005	2006	
Koeficijent obrta sredstava		1,60	1,38	1,76	
Brzi pokazatelj		1,49	1,35	1,74	
Prosječna potraživanja		21.430.000	17.476.000	14.899.500	
Prosječno vrijeme naplate potraživanja		107,89	87,90	63,11	
Organski sastav sredstava		4,98	5,05	2,53	
Ucesce osnovnih u ukupnim sredstvima		0,83	0,83	0,72	
Ucesce obrtnih u ukupnim sredstvima		0,17	0,17	0,28	
Stepen pokriva dugoroc. sredstava dugoroc. izvorima		21,16	31,43	44,43	
Stepen zaduzenosti (%)		4,60	3,11	1,96	
Stepen samostalnosti (%)		101,26	99,95	93,95	
Stepen sigurnosti (%)		601,65	582,80	437,01	
Analiza kratkorocne ravnoteze		2004	2005	2006	
Koeficijent ukupne likvidnosti (L1)		1,60	1,38	1,76	
Koeficijent likvidnosti na rok (L2)		1,36	1,15	1,73	
Koeficijent momentalne likvidnosti (L3)		0,13	0,20	1,25	

Leveridz- Zaduzenost	2004	2005	2006
Stepen zaduzenosti (%)	16,62	17,16	22,88
Odnos duga prema ukupnim sredstvima (%)	14,41	14,64	17,69
Analiza profitabilnosti	2004	2005	2006
Profitna marza (operativna)%	13,99	2,91	15,99
Profitna marza (BRUTO)%	12,38	2,91	15,99
Profitna marza (neto)%	12,50	2,52	14,86
Povrat na akcionarski kapital (%)	6,43	1,30	9,08
Povrat na uloženi kapital (%)	6,15	1,26	8,90
Povrat na ukupna sredstva (%)	5,57	1,11	7,02
Pokazatelji koje koristimo pri poredjenju HOV	2004	2005	2006
Ukupan prihod po akciji	1,53	1,54	1,82
Zarada po akciji	0,19	0,04	0,27
Knjigovodstvena vrijednost po akciji	3,44	3,50	3,86
Pokazatelj cijena/prodaja (P/E)	0,79	2,51	2,37
Pokazatelj cijena/zarada	6,32	99,52	15,94
Pokazatelj cijena/knjigovodstvena vrijednost	0,35	0,87	1,00
Mjere vrijednosti	2004	2005	2006
Prinos dividende (%)	8,81	/	4,06
Prinos zarada (%)	15,82	1,00	6,27
Rast ukupnog prihoda	0,99	1,00	0,84
Rast zarada	1,99	4,95	0,14

* Grafički prikaz vrijednosti trgovanja i cijena akcija kompanije Telekom Crna Gora a.d. za period 2001-2008.godine

Analiza finansijskog položaja kompanije Telekom Crna Gora a.d. za period 2004-2006. godine

Poslovanje kompanije iz godine u godinu pokazuje pozitivan trend u globalu, međutim primjećujemo da je dobit iz 2003. god. u iznosu od €18.004mil većim djelom izgubljena zbog povećanog opterećenja bruto dobitka sa finansijskim troškovima u narednim godinama. Dobit u 2006.godini u visini od €12.808 nil pokazuje oporavljanje firme uz smanjenje finansijskih troškova, međutim uz rast poreskog opterećenja. Prihod pokazuje pozitivan trend od 2002 do 2006.god. uz stalan rast međutim po niskim stopama rasta.

* Izvor: www.nex.cg.yu

Analiza dugoročne ravnoteže (poželjan odnos 2:1) ukazuje na brzo reagovanje preduzeća na otplatu kratkoročnih dugovanja čime je u 2006.god. jedinica duga pokrivena sa 1,76 jedinica kratkoročnih sredstava. Brzi pokazatelj pokazuje brzinu konvertovanja obrtnih sredstava u novac sa kojim bi se pokrile kratkoročne obaveze, on se kreće u željenom rasponu od (veći od 1) u svim posmatranim godinama. Prosječna potraživanja pokazuju broj dana koji prođe prije nego što dođe do naplate istih. Poželjna visina je od 30 do 60 dana. Vidimo da se vremenom broj dana smanjuje sa 107,8 u 2004. g. do 63 dana u 2006.godini.

Poželjan organski sastav sredstava (1 ili više) je zadovoljen u sve tri posmatrane godine, dakle jedna jedinica obrtnih sredstava pokrivena je sa 4,5; 5,0; 2,5 jedinica osnovnih sredstava respektivno od 2004-2006.g. U istom periodu primjećeno je veliko učešće osnovnih u ukupnim sredstvima sto je i logično posmatrajući djelatnost kojom se kompanija bavi (proizvodnja telekomunikacionih usluga). Stepenn zaduženosti je izuzetno nizak što ovu kompaniju svrstava u nisko zadužene kompanije (srednje zadužene 30-40%). Još jedan pozitivan pokazatelj je stepenn sigurnosti kompanije koji pokazuje da je jedinica tuđeg kapitala pokrivena sa 501,6% u 2004.godini , 482,8% u 2005.godini i 337,01% sopstvenog kapitala u 2006.godini.

Koeficijenti kratkoročne ravnoteže se takoođe kreću u željenim granicama. Jedinicom kratkoročnih obaveza u 2004.godini pokriveno je 1,6 jedinica obrtnih sredstava, u 2006.godini sa vrijednošću ovog koeficijenta od 1,76 iznos je bliže željenoj vrijednosti koeficijenta (≥ 2). Pozitivan je i koeficijent trenutne likvidnosti gdje je u 2006. godini jedinica kratkoročnih obaveza pokrivena sa 1,25 jedinica gotovine.

Analiza profitabilnosti je od izuzetne važnosti za investitore i finansijskog menadžera firme. Profitne marže pokazuju koliko firma ostvaruje profita (operativnog, bruto, neto) na jedinicu ukupnog prihoda. Pozitivan pokazatelj pokazuje kretanje od 13-22%. Primjećujemo da ovaj koeficijent varira i da je u porastu u 2006. godini. Granice u kojima je poželjno držati povrat na akcionarski kapital (18-22%) i povrat na uloženi kapital (13-16%) su postavljene visoko u odnosu na vrijednost koju imaju u ovoj firmi, međutim važno je napomenuti da se snaga zarada i povrat na uloženi kapital kod ove kompanije popravlja iz godine u godinu.

Pokazatelji koje koristimo pri poređenju akcija nemaju granice u kojima se mogu kretati, važno je da se ostvaruje sto veća zarada po akciji, prihod po akciji. U ovom slučaju ovi koeficijenti su zaista u porastu iz godine u godinu. Karakteristično je napomenuti da je kod brzorastućih i velikih kompanija (P/E) ratio dostiže vrijednost od 20 i više. Odnos cijene akcije na tržištu i knjigovodstvene vrijednosti pokazuje da je tržišna cijena veća od knjigovodstvene pa su akcije precijenjene.

Šta nam pokazuje finansijska analiza kompanije Telekom a.d?

Prinosi su na izuzetno niskom nivou što znači da kompanija mora poboljšati svoje poslovanje u pravcu smanjenja kratkoročnih obaveza i mogućeg povećanja dugoročnih obaveza u cilju većeg priliva kapitala. Do većeg priliva kapitala moguće je doći emitovanjem novih akcija ili prodajom postojećih akcija. Međutim poznat je trend pada svih akcija na crnogorskoj berzi još od polovine 2007. godine tako da bi nove investicije svakako pomogle poboljšanju poslovanja kompanije.

Ova akcija je stabilna akcija imajući u vidu predvidivu promjenu cijene u zavisnosti od poboljšanja u poslovanju iz godine u godinu. Primjetan je i rast dividende koju ova kompanija isplaćuje iz godine u godinu.

Nakon svega važno je istaći problem koji se javlja pri pokušaju finansijske analize neke kompanije. Prije svega to su neprecizni podaci u bilansima, zatim nepodudaranje aktive i pasive u bilansima preduzeća. Tu su i propusti o tome da li su vrijednosti u bilansima dati u milionima ili hiljadama aktuelnih novčanih jedinica. Teško je doći do pravilno ažuriranih podataka, bilansi preduzeća nisu u potpunosti dostupni javnosti, procjenjuju se prihodi i potcjenjuju obaveze i td. Jedini način prevazilaženja ovih problema jeste poštovanje računovodstvenih načela i pravila bilansiranja.

5. Literatura

1. Prof. dr Jovan Rodić: "*Poslovne finansije i procjena vrijednosti preduzeća*", Beograd 1991.
2. The US Russia Center for Entrepreneurship; "*The Power of Numbers*", 2004.
3. Graham Fiend and Stefan Zehle: "*Guide to business planing*", Septembr 2003.
4. Prof. Dr Jovan Rodić, Prof. Dr Gordana Vukelić: "*Teorija i naliza bilansa*", Beograd 2002.
5. Komisija za hartije od vrijednosti, *Materijal: Škola za brokere, dilere i investicione menadžere*
6. www.nex.cg.yu
7. www.ekonomija.cg.yu
8. www.businessdictionary.com

Tamara Jović*

Cash Flow (Novčani tokovi)

Abstract

„Cash flow“ writing comprises concept and meaning of cash flow in the company, its standard classification and appliance, also forecasting, pointing out on potential threats of isolating categories and describing advantages of cash flow forecasting. After giving classification, this work shows difference between positive and negative cash flow, operating cash flow and free cash flow, with examples, mathematic formulas, cash flow cycles, cash flow rules and methods for overbidding lack of cash flow. The main goal is to comprehend importance of cash flow management and its controlling in the company, which is vital for successful business. Correct cash flow management will enable successful and swimming business operating, also possibility for growth and expansion, while wrong management will lead the company to debacle. It is important to carefully monitor and watch for cash flow in every period of time, as inflows would be higher than outflows.

Key words: *cash flow, operating cash flow, free cash flow, flow, outflow, sale.*

UVOD

Cash flow je pojam koji prikazuje iznos gotovine, odnosno novčanih sredstava, bilo da su primljena ili utrošena u toku poslovanja za određeni vremenski period, a u nekim slučajevima je povezan sa određenim projektom.

Cash flow kao osnovni pojam može se koristiti u različite svrhe, i određene definicije cash flowa mogu biti prilagodjene određenim ličnim potrebama analitičara. Opšti pojmovi (sa relativno standardizovanim definicijama) uključuju **operativni gotovinski tok** ili **slobodan novčani tok**. Mjerenje cash flowa se koristi:

- za ocjenu stanja i poslovanja preduzeća ili određenog projekta;
- za ocjenjivanje likvidnosti. Biti profitabilan ne podrazumijeva neophodno i biti likvidan. Kompanija može biti neuspješna u poslovanju zbog nedostatka gotovine, iako je profitabilna.
- za generisanje projektovane stope povraćaja. Vrijeme generisanja gotovine unutar i izvan projekata koristi se kao input za finansijske modele, kao što su interna stopa povrata, i neto sadašnja vrijednost.
- za određivanje dohotka ili stope rasta poslovanja, kada se smatra da koncept računanja stope prirasta ne prikazuje ekonomsku realnost. Alternativno, cash flow

* Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica

se koristi za potvrđivanje neto dobiti generisane sistemom računanja stope prirasta.

KLASIFIKACIJA

Cash flow se može posmatrati kao:

1. **Novčani tok iz operativnih aktivnosti:** Gotovina primljena ili utrošena kao rezultat glavne djelatnosti kojom se bavi preduzeće.
2. **Novčani tok iz aktivnosti investiranja:** Gotovina primljena ili utrošena u procesu kapitalnih ulaganja, investiranja ili akvizicije.
3. **Novčani tok iz aktivnosti finansiranja:** Gotovina primljena ili utrošena kao rezultat aktivnosti finansiranja, kao što su primanje ili plaćanja zajmova (kredita), emitovnje ili otkup akcija, ili isplate dividendi.

Sve tri aktivnosti su neophodne za uskladjivanje ravnoteže u tokovima gotovine na početku i na kraju perioda.

KORIST OD CASH FLOWA

Iskaz o novčanim tokovima je jedan od četiri glavna finansijska izvještaja kompanije. Iskaz o novčanim tokovima može se koristiti za utvrđivanje održivosti kompanije na kratak rok. Ako je iznos gotovine u porastu (tok gotovine iz operativnih aktivnosti je pozitivan), kompanija se može smatrati **zdravom kompanijom na kratak rok**. Povećanje ili stabilan nivo gotovine (rezerve likvidnosti) upućuje na činjenicu da je kompanija u stanju da zadovolji potrebe za gotovinom, i solventna je. Ova informacija nije uvijek prikazana u bilansu uspjeha kompanije. Na primjer, kompanija može da generiše profit, ali još uvijek da ima poteškoće sa likvidnošću.

Iskaz o novčanim tokovima predstavlja presjek izvora finansiranja u tri sekcije: operativni tok gotovine, tok gotovine iz aktivnosti investiranja i tok gotovine iz aktivnosti finansiranja. Ovaj presjek omogućava korisniku finansijskih iskaza da sazna odakle kompanija vuče novac za određene operacije. Na primjer, kompanija može biti fiktivno profitabilna a da pri tome generiše malo gotovine iz operativnih aktivnosti (kao što može biti slučaj kod firme koja obavlja razmjenu, a ne naplaćuje). U nekim slučajevima, kompanija može vući dodatni iznos gotovine emitovanjem hartija od vrijednosti, ili dodatnim zaduživanjima.

Kompanija koja ima značajan iznos imovine, pogotovo „goodwilla“, može da ima veći iznos gotovine nego što je prikazano u primanjima koje kompanija ostvaruje. Na primjer, firme iz oblasti telekomunikacija koje plaćaju određenu sumu za „3G licencu“, ili za akvizicije, treba naknadno da otpišu goodwill, što indicira da ovakve investicije sada mnogo manje vrijede. Ovakvi izvještaji su rezultirali u visokim godišnjim gubicima, kao

što je izvještaj „Vodafone“ u maju 2006¹, koji je imao gubitak od 21,9 biliona funti, s obzirom na izvještaj njegovog partnera u akviziciji, njemačkog Mannesmann-a, što predstavlja jedan od najvećih gubitaka u istoriji Evrope. Uprkos ovako visokom iznosu gubitka, Vodafone-ov tok gotovine iz operativnih aktivnosti je bio **solidan**. „Snažan cash flow je jedan od najatraktivnijih aspekata u poslovanju u industriji mobilnim telefonima, koji omoćuva operaterima kao što je Vodafone, da povrate novac akcionarima, iako imaju veliki gubitak na papiru“.

U odredjenim slučajevima, iskazi o novčanim tokovima mogu omogućiti zainteresovanim analitičarima da „pronadju“ probleme koji ne bi bili uočljivi u ostalim finansijskim izvještajima. Kao primjer služi, WorldCom koji je priznao zloupotrebu koja je otkrivena 2002². Zloupotreba se sastojala, primarno, od tretiranja tekućih troškova kao kapitalnih ulaganja, prema tome „naduvavanjem“ profita. Korišćenjem jednog jedinog pokazatelja cash flowa (**slobodan cash flow**), potencijalno bi bilo moguće utvrditi da nije bilo promjene u ukupnom iznosu gotovine (uključujući kapitalna ulaganja).

Opasnost od izolovanog posmatranja toka gotovine iz operativnih aktivnosti

Kada analitičari prikazuju cash flow, većinom se prikazuje „Operativni cash flow“. Ovo je ipak samo jedan od tri tipa cash flowa. Postoje problemi svojstveni izolovanom posmatranju samo ovog tipa novčanih tokova, zato što se u toku poslovanja lako može manipulirati prilikom klasifikovanja transakcionog novca i novčanog kapitala.

Opšte metode „iskrivljivanja“ rezultata su:

- **Prodaja**. Prikazati potraživanja kao tekuću gotovinu;
- **Zalihe**. Ne plaćati dobavljačima još par nedelja na kraju perioda (usporavati);
- **Provizija od prodaje**. Rukovodstvo može napraviti poseban (ali nevezan) dokument u kom se tretira kao sopstveni izvršilac. Knjigovodstvo može prikazivati kategoriju - kvartalno ulaganje (za agenciju koja navodno vodi poslovne knjige, iako se knjige vode unutar firme);
- **Zarade**. Nagradjivati sa hartijama od vrijednosti i opcijama;
- **Održavanje**. Ugovor sa prethodnim partnerom, kom smo platili pet godina unaprijed da nastavi sa poslovanjem;
- **Oprema na lizing**. Prikazati opremu kao da je kupljena;
- **Izdavanje**. Kupiti nepokretnost (prodati je i izdavati, na primjer);
- **Troškovi goriva i maziva**. Zamijeniti rezerve kupovinom rezervi neke druge kompanije;

¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Cash_flow (Vodafone's £21.9 billion loss overshadows sales – International Herald Tribune)

² http://en.wikipedia.org/wiki/Cash_flow (BW Online/July 8, 2002 - How to hide \$3.8 billion in Expenses)

- **Istraživanje i razvoj (R&D)**. Čekati da proizvod bude priznat od strane start-up laboratorije, potom kupiti laboratoriju;
- **Provizije za usluge konsaltinga**. Plaćati akcijama;
- **Rate**. Emitovati konvertibilne obveznice, što čemu se konverzijska cijena mijenja u skladu sa neplaćenom kamatom;

Primjer pozitivnog cash flowa od 40€

Transakcija	Uplata	Odliv
Kredit	+ €50.00	
Prodaja (u gotovini)	+ €30	
Materijal		- €10
Radna snaga		- €10
Utrošen kapital		- €10
Otplata kredita		- €10
Porezi		- €10
Ukupno -----		+ €40

U ovom primjeru uključene su sljedeće vrste novčanih tokova:

Tok gotovine iz operativnih aktivnosti

U finansijskim analizama, operativni cash flow (Operating cash flow OCF), je tok gotovine iz operativnih aktivnosti, koji se odnosi na iznos gotovine (transakcionog novca) koji kompanija generiše od prihoda koje ostvaruje, isključujući troškove dugoročnog investiranja (kapital) ili investiranje u HOV.

Operativni cash flow =(Gotovina generisana iz operativnih aktivnosti – porezi i plaćene kamate, prihod od investicija i plaćene dividende)

Za izračunavanje gotovine iz aktivnosti poslovanja, potrebno je izračunati gotovinu generisanu od potrošača i gotovinu plaćenu dobavljačima. Razlika između ove dvije stavke predstavlja **novčani tok iz operativnih aktivnosti**.

Gotovina generisana od **kupaca**:

- Povećanje (smanjenje) potraživanja od prodaje;
- Prihodi od investiranja (objavljeni posebno);
- Ostali negotovinski prihodi, koji nijesu od prodaje;

Gotovina plaćena **dobavljačima**:

Troškovi prodaje

+ ostali troškovi

- Povećanje (smanjenje) u plaćanjima iz poslovnih aktivnosti;
- Nenovčane kategorije kao što su amortizacija, rezerve, nenaplativi dugovi;
- Finasijski izdaci;

Primanja prije kamate, poreza, depresijacije i amortizacije (**EBITDA**)³ je non-GAAP mjera, koje se koristi za ocjenu **profitabilnosti kompanije bazirane na neto obrtnom fondu**.

Razlika između EBITDA i OCF⁴ bi potom pokazala kako kompanija finansira svoj neto obrtni fond na kratak rok. OCF nije mjera slobodnog cash flowa i efekti od aktivnosti investiranja bi trebalo da budu prikazani i razmotreni u Slobodnom novčanom toku.

Slobodan novčani tok

U korporativnim finansijama, Slobodan novčani tok (Free Cash Flow FCF) je novac koji služi za raspodjelu svim stejkholderima u kompaniji. Tu spadaju vlasnici običnih i preferencijalnih akcija, obveznica, konvertibilnih obveznica itd.

Opšta matematička formula

Odredjivanje **maksimalnog iznosa likvidnog novca**, koji može biti generisan iz poslovanja u određenom vremenskom periodu, tako da je rezultat postojećih produktivnih resursa, je jedan od mnogih ciljeva koji se želi dostići u praksi finasijskih analiza. **Neto profit** je grub prikaz ove mjere. Slobodan novčani tok ima sličan cilj, ali predstavlja malo precizniju mjeru. Slobodan novčani tok može biti posmatran kao „ostatak“ gotovine, koja preostaje preduzeću, i osigurava dovoljan iznos rezervi, da bi se održao (ili poboljšao) postojeći nivo proizvodnje.

Element	Izvor podataka
Neto profit	Tekući Bilans uspjeha
+ Amortizacija	Tekući bilans uspjeha
-Promjene u obrtnom kapitalu	Prethodni i tekući Bilans uspjeha: Tekuća aktiva i obaveze
-Kapitalni izdaci	Prethodni i tekući Bilans uspjeha: Imovina, Oprema i postrojenja
= Slobodni novčani tok	

Prva tri reda se kalkulišu u standardnom Iskazu o novčanim tokovima.

³ EBITDA - Earnings before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization

⁴ OCF – Tok gotovine iz operativnih aktivnosti (Operating Cash Flow)

Element	Izvor podataka
Neto profit	Tekući Bilans uspjeha
+ Amortizacija	Tekući bilans uspjeha
-Promjene u obrtnom kapitalu	Prethodni i tekući Bilans uspjeha: Tekuća aktiva i obaveze
= Cash flow – operativne aktivnosti	Isto kao Iskaz o novčanim tokovima

Mada,

Element	Izvor podataka
Cash flow – operativne aktivnosti	Iskaz o novčanim tokovima: dio 1. Operativne akt.
-kapitalni izdaci	Iskaz o novčanim tokovima: dio 2. Aktivnosti investir.
= Slobodan novčani tok	

Postoje dvije razlike između Neto profita i Slobodnog novčanog toka, na koje treba obratiti pažnju. Prva je obračunavanje potrošnje kapitalnih dobara. Za mjerenje neto profita koristi se **amortizacija**, dok se za mjerenje Slobodnog novčanog toka koristi vrijednost **neto kapitala** u posljednjem obračunskom periodu.

Vrsta mjerenja	Komponenta	Prednost	Nedostatak
Slobodan novčani tok	Trošak neto investiranja u prethodnom periodu	Potrošnja je u tekućoj valuti	Kapitalna ulaganja se prikazuju prema slobodnoj procjeni menadžmenta, tako da troškovi mogu biti nesredjeni
Neto profit	Cijena amortizacije	Cijene su izglednije, prilagodjene kumulativnim prethodnim nabavkama	Dozvoljavajući tipičnu inflaciju od 2% godišnje, oprema kupljena prije 10 godina za npr. 100€, sada bi koštala oko 122€. Sa ravnomjernom amortizacijom za 10 god, stara mašina bi imala godišnju amortizaciju od 10€, a nova, identična mašina imala bi amortizaciju od 12€, što znači 22% više!

U tipično rastućoj kompaniji, sa periodom naplate potraživanja od 30 dana, rokom otplate od 30 dana, i nedeljnim obračunom, biće potrebno sve više i više **obrotnog fonda** za finansiranje radnika i ostale kategorije profita. Neto profit, kao instrument mjerenja esencijalno saopštava: „**Možete sa novcem kući**“, jer ćete još uvijek imati isti stepen produktivnog kapaciteta kao na početku. Slobodni novčani tok kao instrument mjerenja,

medjutim, saopštio bi: „ **Ne možete sa tim novcem kući**“ zato što biste spriječili preduzeće da i dalje posluje od tog novca.

UPRAVLJANJE CASH FLOWOM

Cash flow generalno predstavlja najveću brigu malih i srednjih preduzeća. Najjednostavnije rečeno cash flow predstavlja tokove novca unutar i izvan poslovanja. Cash flow je **krvotok** svih rastućih preduzeća i **primarni indikator zdravog poslovanja**. Efekat cash flow-a je **stvaran, trenutan** i, ako se sa njim loše upravlja, može biti nemilosrdan. **Keš zahtijeva da bude praćen, zaštićen, kontrolisan i stavljen u funkciju!**

Postoje **4 glavna principa**, po pitanju upravljanja cash flowom:

Prvi, keš se ne dobija na dar. To nije pasivan, neminovan rezultat naših poslovnih napora. On ne pristiže na račun po nečijoj želji. Češće je potrebno ići za njim, privlačiti ga i sakupiti. Ovaj proces treba da bude kontrolisan i uvijek postoji mogućnost za poboljšanjem.

Drugi, upravljanje novcem i novčanim tokovima je mnogo više sastavni dio poslovnog ciklusa.

Treći, potrebne su nam informacije. Na primjer, momentalno su nam potrebne informacije o:

- Iznosu odobrenih kredita potrošačima;
- Potraživanjima od kupaca;
- Plaćanjima dobavljačima;
- Potrebama za likvidnim novcem na kratak rok;
- Kratkoročnim viškovima,
- Tekućoj zaduženosti;
- Dugoročnim projekcijama;

Četvrti, budite majstor u svom poslu;

Profesionalno upravljanje gotovinom u poslovanju, nažalost, nije uvijek pravilo.

Cash-flow ciklus

Cash flow može biti opisan kao **ciklus**: vašem biznisu je potrebna gotovina da bi nabavio resurse. Resursi se koriste u proizvodnji dobara i usluga. Proizvodi i usluge se potom prodaju kupcima, sakupljaju se i ulažu finansijska sredstva i u tom trenutku **ciklus počinje**. Ali, ono što je krucijalno važno je aktivno upravljati i kontrolisati prilive i odlive gotovine. Mjerenje tokova gotovine je **vitalno za uspjeh**, i uopšte za poslovanje, da ne bi tražili dopunska obrtna sredstva – da se ne bi zaduživali.

Nophodno je naglasiti da profit nije isto što i cash flow. Moguće je projektovati zdrav profit u toku godine, a ipak imati značajna finansijska opterećenja u različitim segmentima

u toku godine, tako da se zapitamo da li naša kompanija uopšte može da preživi, odnosno treba li joj dopunska novčana infuzija.

Upravljanje cash flowom je vitalno za zdravlje biznisa. Naša težnja je da se pri svakom novom ciklusu više novca vraća u preduzeće. Ali to nije uvijek slučaj, i ako pažljivo ne nadgledamo tokove novca i preduzimamo mjere korekcije kada je neophodno, naš biznis može početi da tone u probleme.

Prilivi i odlivi gotovine rijetko se odvijaju paralelno. Češće prilivi kasne za odlivima gotovine, ne ostavljajući dovoljno sredstava za poslovanje. Ovaj manjak gotovine se naziva **cash flow-gap⁵ (jaz)**. Upravljanje cash flowom omogućava da korigujemo ili potpuno otklonimo cash flow-gap.

Prednosti upravljanja cash flowom

Prednosti su očigledne:

- Potrebno je prepoznati gdje je gotovina vezana (imobilisana);
- Pronaći potencijalno usko grlo i pokušati smanjiti njegov uticaj;
- Planirati unaprijed;
- Smanjiti zavisnost od banke – ili je izbjeći;
- Moguće je identifikovati viškove u cilju ostvarivanja kamate.

Višak i manjak gotovine

U slučaju da naša kompanija generiše višak gotovine, na nama je izbor da:

Prvo, možemo uposliti višak gotovine, polaganjem na kratkoročne depozite, bilo depozit po vidjenju ili oročeni depozit kod banke, ili osiguravajućeg fonda, u cilju ostvarivanja kamate dok nijesmo spremni da uposlimo novac na drugi način.

Drugo, možemo uložiti višak gotovine u kratkoročne hartije od vrijednosti.

Treće, ako su sredstva stvaran višak u odnosu na tekuće i buduće potrebe, možemo isplatiti stejkholdere.

Konačno, možemo povećati otplatu kreditnih zaduženja, i time poboljšati kreditni kredibilitet. Jednostavno, možemo platiti dugove da bi poboljšali bilans stanja, odnosno racio između tudjeg i ukupnog kapitala i napraviti profil plaćanja glavnice i kamata malo jednostavnijim.

⁵ Jaz u novčanim tokovima - odlivi novca veći od priliva novca

10 KRITIČNIH PRAVILA KOD CASH FLOWA

Problemi sa cash flowom mogu poljuljati rejting i imidž kompanije ili je uništiti. Prema U.S. Bank Study (Američkom istraživanju banaka), 82% poslovnih neuspjeha, su povezani sa lošim upravljanjem cash flowom u kompanijama. Da bi se ovo spriječilo, evo 10 pravila koja je potrebno zapamtiti.

1. **Profit nije keš; to je računovodstvena kategorija.** Računovodstvo je mnogo kreativnije nego što mislimo. Možemo platiti račune uz profit. Zapravo profit nas može uljuljkati. Ako mi plaćamo račune, a naši kupci ne, to je odjednom pakao.
2. **Cash flow nije intuitivan.** Ne treba se zavaravati. Prodaja ne znači da imamo novac. Izložiti se troškovima, ne znači neophodno da smo već platili. Zalihe su obično kupljene i plaćene, i potom skladištene, dok ne postanu trošak prodaje.
3. **Rast 'crpi' gotovinu.** Ovdje može biti prisutna paradoksalna situacija. Najbolji period u poslovanju može da prikriva najgori period poslovanja. Treba biti oprezan, jer rast košta keš. Ovdje se misli na obrtni fond. Što brže rastemo i razvijamo se, potrebno nam je više finansijskih sredstava.
4. **Prodaja preduzeće - preduzeću 'crpi' gotovinu;**
5. **Zalihe 'crpe' gotovinu;**
6. **Obrtni fond je najbolja tehnika za preživljavanje;**
7. **Potraživanja su riječ od 7 slova (gubitak).** Novac koji nam potrošači duguju, naziva se „potraživanje“. Svaki euro na računu potraživanja je euro manje na računu gotovine.
8. **Bankari ne vole iznenadjenja.** Treba da mislimo unaprijed. Nećemo dobiti poen više za našu spontanost. Ako predvidimo rast naše firme, šansu za novi proizvod ili problem sa naplatom potraživanja, što brže se obratimo banci naoružani sa idejom i realnim planom, bolje ćemo proći.
9. **Potrebno je posmatrati tri glavne kategorije:** „Period naplate“ je mjera koliko dugo čekamo da naplatimo potraživanja. „Obrt zaliha“ je mjera koliko dugo naše zalihe opterećuju obrtni fond i guše cash flow. „Rok otplate“ je mjera koliko dugo čekamo da platimo dobavljačima. Uvijek treba motriti na ova tri glavna znaka cash flowa. Treba ih projektovati 12 mjeseci unaprijed i uporediti sa stvarnim stanjem.
10. **Ako ste izuzetak, prije nego pravilo, ura za vas.** Ako vam svi vaši potrošači odmah plaćaju prilikom kupovine, i ako ne kupujete stvari prije nego ih prodate, opustite se. Ali ako, prodajete drugim preduzećima, imajte na umu da oni u većini slučajeva ne plaćaju odmah, već nastoje da budu kreditirana.

Predstavljanje cash flowa:

Pozitivan cash flow odlikava da je iznos finansijskih sredstava koja se ulivaju u preduzeće veći od iznosa koji se odliva. Ovaj stok postaje veći što više novca ulazi, u odnosu na novac koji izlazi. Kompanije u ovoj poziciji imaju zdravu perspektivu za budućnost.

Stabilan cash flow odlikava da su novčana sredstva koja prispijevaju u kompaniju na istom nivou kao i sredstava koja se odlivaju. Stok gotovine u ovom slučaju ostaje nepromijenjen. Kompanije u ovoj poziciji mogu takodje biti optimistične u pogledu budućnosti, što podrazumijeva da je stok gotovine na dovoljan.

Negativan cash flow. U ovom scenariju, keš koji dolazi u kompaniju je manji u odnosu na keš koji se odliva. Ztreba imati u vidu da, ako se ovaj trend nastavi, stok gotovine će biti sve manji i manji, i tokom vremena dovesti do ozbiljnih poremećaja u kompaniji.

Kako bolje upravljati Cash flowom

Keš je kralj kada dolazi do finansijskog menadžmenta u rastućoj kompaniji. Jaz između vremena u kom treba platiti dobavljačima i zaposlenima i vremena dok ne naplatimo potraživanja od kupaca je problem, a rješenje ovog problema je upravljanje cash flowom. Najjednostavnije, upravljanje keš flowom podrazumijeva upravljanje izdacima gotovine, odnosno prolongiranje plaćanja koliko je moguće, i podsticanje dužnika da vrše isplatu dugovanja u najkraćem mogućem roku.

Mjerenje cash flowa

Pravilna projekcija cash flowa upozoriće nas na probleme prije nego se dogode. Potrebno je shvatiti da planiranje cash flowa ne znači trenutni pogled unaprijed. To su profesionalne pretpostavke koje balansiraju mnogo faktora, uključujući istoriju plaćanja klijenata, ličnu istrajnost u identifikovanju budućih troškova, i na kraju strpljenje dobavljača. Treba se čuvati pretpostavki koje nisu potvrđene, kao npr da će se potraživanja nastaviti u obimu kao do sada, da će rok otplate biti kao do sada, da smo računali na izdatke kao što su povećanje kapitala, kamatna stopa i osnovna plaćanja, koji su obračunati kao sezonske fluktuacije.

Prevazilaženje manjka sredstava

Prije ili kasnije, naći ćemo se u situaciji da nemamo dovoljno novca da odgovorimo na novčane obaveze. Ovo ne znači da smo neuspješni, već da smo normalni preduzetnici koji ne mogu perfektno da predvide budućnost.

Ključ u prevazilaženju nedostatka sredstava je biti svjestan neizvjesnosti što ranije. Banke su oprezne kada su u pitanju zajmoprincipi kojima je novac potreban momentalno. Više im odgovara pozajmljivanje sredstva prije nego nastupi potreba za novcem, recimo mjesec dana ranije. Ako pretpostavimo da ćemo imati manjak sredstava, možemo ugovoriti kreditnu liniju kod banke. Ovo nam omogućava da pozajmljujemo novac do ugovorenog limita kad god nam je potreban.

Možemo se obratiti i dobavljačima. Dobavljači nam mogu produžiti rok otplate i sniziti troškove. Ovo je pogotovo slučaj kada imamo dobru reputaciju i kada dobavljače redovno informišemo o našem finansijskom položaju.

Literatura:

1. Cyllid Cymru Finance Wales „A practical guide to cash-flow management“
2. www.en.wikipedia.org,
3. www.entrepreneur.com,
4. www.bized.co.uk,
5. www.planware.org,
6. www.mindtools.com

Veljko Jovančević*

Privatizacija bankarskog sektora - efekti na visinu kamatne stope Privatizacija bankarskog sektora kao jedna od najuspješnijih ekonomskih reformi

Abstract:

In this work we primarily want to show the significance of the privatization in banking sector for bringing to life Montenegrin economy, as well as her influence on money price, i.e. the amount of interest rate, and all that in comparison to countries from the region, which are, like our country, in the process of transition.

On arrival of foreign reputable banks on Montenegrin market, between other, influenced the strengthening of competition, the confidence in banking system which further influenced on the fall of the active interest rates. Privatization brought further inflow of foreign capital and access to long term finance resources, which all had the positive effects on money price(interest rate). However, the privatization positive effects and strengthening the competition, on the other side: unfavorable term consolidation between credit resources and credits is still high and inflexible credit demand, with really repressive measures of CBCG, brought interest rate in Montenegro on very high level comparing to other developed EU countries.

Key words: *Privatisation, economy, banking sector, competition, active interest rate, pasive interest rate, credit demand.*

UVOD

Kada se u diskusijama spomene bankarski sektor, za značaj ovog sektora obično se kaže „da predstavlja krvotok jedne privrede“. Ovom konstatacijom se želi naglasiti uloga i značaj banakarskog sektora u jednoj ekonomiji. Ovim radom se prvenstveno želi pokazati značaj privatizacije za oživljavanje ovog krvotoka privrede, kao i njen uticaj na cijenu novca, tj. na visinu kamatne stope, a sve to u poredjenju sa zemljama iz okruženja koje se kao i naša nalaze u procesu tranzicije.

Bankarski sektor u Crnoj Gori prije izvršene privatizacije se ukratko može opisati sljedećim tvrdnjama:

- Neefikasnost, neracionalnost i devastacija bankarskog sektora,
- Odsustvo kredibiliteta i povjerenja u bankarski sistem,
- Nelikvidne i nesolidne banke, rasprostranjena loša aktiva,
- Odsustvo štednje uz istorijske pozicije koje zamagljuju bankarsku sliku (stara štednja i predsankcioni krediti),

* Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica

- Povezanost interesa i preferencijalno kreditiranje,
- Nedostatak upravljanja rizicima i koncentracija rizika,
- Visoki operativni troškovi, niska likvidnost, rezerve i nedostatak kapitala,
- Primjena zastarjelih računovodstvenih postupaka,
- Bavljenje banaka često samo špekulativnim transakcijama,
- Nemogućnost pristupa dugoročnim izvorima sredstava,
- Bankarska supervizija nije postojala ili je svojim djelovanjem doprinosila destabilizaciji bankarskog sektora,
- Postojanje 340 offshore banaka što je prijetilo da se zbog njihovog korišćenja za pranje novca u svijetu crnogorskim bankama zabrani poslovanje u međunarodnim transakcijama.

Iz socijalističkog perioda naslijedili smo monopolisan, zastarjeo i skup sistem platnog prometa koji je bio opterećenje i usko grlo razvoja kako finansijskog tako i realnog sektora. Ukupno sistem je imao funkcije neprimjerene razvoju ekonomskog sistema koji se stvarao. Stoga se odlučno krenulo u privatizaciju ovog sektora.

Slika bankarskog sektora nakon privatizacije izgleda potpuno drugačije, iz razloga što je obezbijedjeno da ona bude generator i ključni podržavalac razvoja kako sektora realne ekonomije, tako i ostalih segmenata finansijskog tržišta.

Osnovni rezultati, nakon sprovedene privatizacije u bankarskom sektoru, mogu se sumirati u sljedećem:

- kreditni portfolio je porastao za preko 10 puta ili sa ispod 5% u odnosu na BDP na skoro 100% BDP ili 2,25 milijardi EUR, uz danas preko 70% dugoročnih kreditiranja u odnosu na prije 8 godina ubjedljivu dominaciju kratkoročnog kreditiranja;
- kapital bankarskog sektora je povećan sa manje od 20 miliona EUR sredinom 2001. na preko 210 miliona EUR na kraju trećeg kvartala 2007. godine, što znači da je bankarski sektor dokapitalizovan za preko 190 miliona EUR odnosno više od 9 puta;
- aktiva bankarskog sektora (bez ino dugova i stare štednje) je porasla sa skromnog učešća od ispod 15% BDP na preko 100% BDP tj. na oko 2,5 milijarde EUR na kraju septembra 2007. godine;
- depozitni potencijal banaka je porastao za oko 10 puta na iznos koji je preko 90% BDP i iznosi 2,1 milijardu EUR sa mnogo povoljnijom ročnom strukturom,
- od visokog gubitaka bankarski sektor je postao izrazito profitabilan;
- od nisko konkurentnog bankarski sektor je postao izuzetno konkurentan;
- kamatne stope su od vrtoglavih iznosa preko 50% na godišnjem nivo pale na prosječan nivo niži od 10%;
- od nelikvidnog bankarski sektor je postao izuzetno likvidan sa prosječnim iznosom likvidnosti koji približno iznosi kao i godišnji Budžet RCG;
- od lošeg korporativnog upravljanje, sada je podignuto na zadovoljavajući nivo;
- kao regulator i kontrolor banaka CBCG ima potpisane Sporazume o saradnji sa 5 drugih nacionalnih supervizorskih institucija i ostvaruje intezivnu saradnju sa preko 20 drugih sa kojima još nije potpisala sporazume;

- preko 340 offshore banaka je prestalo sa djelovanjem u Crnoj Gori i 7 filijala srbijanskih banaka koje su prestale sa radom zbog stečaja njihovih centrala;
- supervizija banaka je u visokom stepenu usaglašena sa kriterijumima koji determinišu efikasnost u odnosu na početak rada CBCG kada nije bila usaglašena ni sa jednim;
- sa preko 65% učešće nekvalitetene aktive kod banaka dovedeno i održavano u posljednje dvije godine na nivou od 2,66%;

Nakon izvršenih promjena bankarski sektor je od državnog vlasništva danas u pretežnom vlasništvu kvalitetnih stranih banaka. U ovom trenutku na teritoriji Crne Gore posluje 14 banaka, i sve su izuzev Jugobanke AD Podgorica koja je u stečaju i Ekos banke AD Podgorica koja je već ušla u proces likvidacije, u privatnom vlasništvu.

Tabela 1: Spisak banaka koje posluju na teritoriji Crne Gore.

NAZIV BANKE
Crnogorska komercijalna banka AD Podgorica
Hipotekarna banka AD Podgorica
Podgorička banka Societe Generale Group AD Podgorica
Ekos banka AD Podgorica (u likvidaciji)
Invest banka Montenegro AD Podgorica
Prva banka Crne Gore AD Podgorica osnovana 1901. godine
Opportunity Bank AD Podgorica
Atlasmont banka AD Podgorica
NLB Montenegro banka AD Podgorica
Jugobanka AD Podgorica (u stečaju)
Komercijalna banka AD Budva
Hypo Alpe-Adria Bank AD Podgorica
First Financial bank AD Podgorica

Razlozi ulaska stranih banaka na crnogorsko tržište, kroz učešće u kapitalu domaćih banaka, bili su prije svega: postignuta makroekonomska stabilnost; očekivani brzi rast BDP-a; atraktivnost tržišta tj. dostupnost novih klijenata; najave članstva Crne Gore u EU, čime se praktično proširuje učešće na tržištu EU; visoka tražnja za kreditima, prije svega sektora privrede i stanovništva; slaba konkurencija; diversifikacija rizika; pretpostavka povećanja profitabilnosti; visoke kamatne marže; Pored toga, strane banke su računale na lak pristup jeftinim sredstvima, prije svega od svojih matičnih banaka, što predstavlja značajnu prednost jer se, za razliku od domaćih banaka, ne oslanjaju na domaći finansijski potencijal već, uglavnom, na finansijsku snagu izvan naše zemlje, i to prije svega dugoročnu. Osim dva slučaja, ulazak stranih banaka tj. stranog kapitala u domaće banke nije bio spontani proces u smislu da su banke tj. njeni vlasnici sami donosili odluku o prodaji kapitala stranim bankama. U slučaju Crne Gore, ulazak stranog kapitala bio je rezultat procesa privatizacije u kojem je država kao većinski vlasnik birala nove većinske vlasnike.

RAZLOZI VISOKIH KAMATA

U ovom dijelu rada objašnjeni su razlozi zbog kojih su kamatne stope visoke, iako postoji veliki broj banaka, tj. postoji konkurencija.

Značajan ekonomski rast i progres napravljen u održanju makroekonomske stabilnosti, kao i značajan pomak napravljen ka putu pridruživanja Evropskoj Uniji, Crnu Goru svrstava u red zemalja Jugoistočne Evrope koja ima odlične perspektive za dalji rast banakarskog tržišta. U tom pravcu, sagledavajući sadašnje trendove koji se ogledaju kroz rast depozita, kredita, bankarske aktive i likvidnosti bankarskog sektora, sve ukazuje da će rast ovog sektora u periodu do 2010. biti iznad 17% na godišnjem nivou, kolika je projekcija za rast bankarskog sektora za Jugoistočnu Evropu.

Prisustvo inostranih banaka stvorilo je uslove za stabilniju politiku kreditne aktivnosti, strožije i kvalitetnije upravljanje različitim vidovima rizika. U tom smislu se trenutni standardi u superviziji bankarskog sektora sve više približavaju EU standardima, a finansijska integracija sa Evropskom Unijom ide u pravcu koji je sličan procesu integracije koji je bio u slučaju zemalja novih članica EU. Generalno, prisustvo inostranih banaka poboljšava efikasnost bankarskog sektora koji se reflektuje kroz pad troškova kapitala tj. snižavanjem kamatne stope, tim više što je i slučaju Crne Gore usljed eurizacije uklonjen rizik deviznog kursa. Stoga, iako je pad efektivnih aktivnih kamatnih stopa od 2004. godine do sada značajan (oko 2 procentna poena), nivo kamatnih stopa je još uvijek visok u poređenju sa zemljama, članicama EU.

Tabela 2: Kamatne stope u posmatranom periodu

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Godišnja aktivna kamatna stopa	12,40%	15,16%	14,07%	13,50%	12,60%	11%	9,94%
Godišnja pasivna kamatna stopa	0,20%	0,50%	1,84%	3,39%	4,15%	4,68%	5,05%

Nivo aktivnih kamatnih stopa banaka određen je, između ostalog, i kretanjem kamatnih stopa po kojima se banke zadužuju, a koje su u najvećem broju slučajeva vezane za referentne kamatne stope na evropskom tržištu novca. Banke koriste pozajmice u inostranstvu po fiksnim i promjenljivim kamatnim stopama. Fiksne kamatne stope su se kretale u intervalu od 3,0 do 5,5% na godišnjem nivou, dok su promjenljive kamatne stope bile vezane za tromjesečni i šestomjesečni EURIBOR, kao i za swap stopu. Marža koja se dodavala na referentne kamatne stope kretala se u intervalu od 2 do 3,5 procentnih poena na kredite ročnosti duže od tri mjeseca, dok je marža koja se obračunavala uz swap stopu

iznosila 4,18%. Pored toga, klijent plaća jednokratno i trošak obrade kredita, koji je, u većini slučajeva, iznosio 0,5% iznosa odobrenog kredita.¹

Padu kamatnih stopa u ovom periodu, a naročito tokom 2006. godine doprinijela su sljedeća kretanja:

- povećanje depozitnog potencijala i likvidnosti banaka;
- zakonska liberalizacija tekućih i kapitalnih tokova sa inostranstvom, čime je omogućeno svim ekonomskim subjektima (uključujući i domaće banke) zaduživanje u inostranstvu po znatno nižim kamatnim stopama od onih koje nudi crnogorski bankarski sektor;
- dalje jačanje konkurencije i efikasnosti (uključujući bolje upravljanje rizicima) na finansijskom tržištu (prije svega ulaskom stranih banaka tj. poznatih svjetskih brendova iz oblasti finansijskih usluga);
- pad rizika zemlje (političkog rizika);
- stabilizacija inflacije.

Jedan od osnovnih razloga za postojanje tako visokih kamatnih stopa predstavljaju rizici koji su povezani sa izazovima koji leže u još uvijek neefikasnom sudstvu, još uvijek nedovoljnom razvoju prava svojine i poštovanja ugovora, nedovoljno razvijenih instrumenata korporativnog upravljanja i tržišta kapitala. Osim institucionalnih razloga koji kamatnu stopu čini prilično rigidnom, druga grupa razloga predstavlja grupu makroekonomskih razloga koji mogu da utiču na stabilnost finansijskog sistema i koji utiču na nivo kamatnih stopa u Crnoj Gori.

U drugu grupu (grupu makroekonomskih razloga) razloga koji i dalje djeluju na relativno visok nivo kamatnih stopa, mogu se izdvojiti:

- Veliki priliv kapitala, koji vrši pritisak na spoljnotrgovinski deficit, brza kreditna ekspanzija koja ne reflektuje samo efekat dostizanja privrednog sektora kroz investiciono finansiranje, već i finansiranje lične potrošnje koja vrši inflatorni pritisak;
- Izražena tražnja za novcem (kreditima). Dok god postoji visoka tražnja, banke će ugovarati kamatne stope na višem nivou;
- Referentne kamatne stope u zemljama Evropske monetarne unije (Evropske Unije). Bankarski sektor je dominantno u stranom vlasništvu i inostrane banke posredstvom crnogorskih banaka po većoj kamatnoj stopi plasiraju sredstva do kojih dolaze uz nižu kamatnu stopu na tržištu EU. Kako se u posljednje vrijeme dešava rast kamatnih stopa na tržištu EU, to se i kamatne stope na crnogorskom tržištu održavaju na relativno visokom nivou. Primjera radi, referentne kamatne stope Evropske centralne banke, preko kojih Eurosistem plasira sredstva za potrebe likvidnosti bankarskom sektoru, u periodu između juna 2003. godine i decembra 2005. godine, iznosile su 1%, tj. 3%. Na kraju decembra 2006. godine, ove stope iznose 2,5%, tj. 4,5%, a ovakav trend se sa blagim oscilacijama nastavio do kraja 2007. godine. Slično je bilo i kretanje EURIBOR, stope po kojoj banke sa tržišta EU pozajmljuju jedne drugima novčana sredstva. Tako je npr. 6-mjesečni

¹ Izvor: CBCG- izvještaj glavnog ekonomiste

EURIBOR² u martu 2004. godine iznosio 1,92%, a na kraju decembra 2006. godine 3,85%. Ovakvo kretanje kamatnih stopa na kredite koje banke koriste iz inostranstva (prije svega zbog slabe ročne usklađenosti domaćih izvora za kreditiranje i kredita) objašnjava i dalje visoke kamatne stope po kojima banke plasiraju kredite. Međutim, iz kretanja aktivnih kamatnih stopa domaćih banaka i referentnih kamatnih stopa uočava se da kamatne stope u Crnoj Gori nijesu rasle u proteklom periodu koji je karakterisao porast referentnih kamatnih stopa. Ovakvo kretanje se može objasniti pojačanom konkurencijom na crnogorskom bankarskom tržištu;

- postojanje izraženih individualnih rizika klijenata, posebno kada su u pitanju pravna lica, zbog visokih unutrašnjih dugova privrednih društava i nepostojanja agencije koja bi se bavila ocjenom boniteta privrednih društava.

KOMPARATIVNA ANALIZA

U ovom dijelu rada opisano je kretanje kamatnih stopa u Crnoj Gori i data je komparativna analiza sa zemljama u regionu (Hrvatska, Srbija) i članicama EU (Bugarska, Rumunija).

Kako bi se kvalitetnije sagledala dinamika kretanja kamatnih stopa na crnogorskom tržištu, smatra se da je izuzetno značajno izvršiti poredjenje sa zemljama iz regiona koje se kao i naša nalaze u procesu tranzicije, ili pak onima koje su iz ovog procesa uspješno izašle. Takodje izvršeno je i poredjenje sa novim članicama EU.

Poređenje nivoa kamatnih stopa između različitih zemalja prilično je teško i za tako nešto ne postoji međunarodna metodologija. Tu se prije svega misli na različiti nivo rizika zemlje, valute, bonitet klijenata, ročnost depozita i kredita kao faktora koji otežavaju međunarodna poređenja kamatnih stopa.

U zemljama jugoistočne Evrope, a posebno članicama Evropske unije, situacija sa kamatnim stopama je dosta drugačija u odnosu na Crnu Goru.

Hypo alpe adria banka je nedavno analizirala kretanje stopa u Jugoistočnoj Evropi i zaključila da one u njima postepeno opadaju, kao i da je zaduživanje stanovništva i privrede najnepovoljnije u Srbiji i Crnoj Gori.

Oni su objasnili visoke kamatne stope u Crnoj Gori u odnosu na zemlje regiona rizikom u vezi sa političko-ekonomskom situacijom i institucionalnim okvirom jer oni izazivaju dodatne transakcione troškove u poslovanju banaka.

Podaci sa kraja trećeg tromjesečja prošle godine pokazuju da su prosječne ponderisane kamatne stope na kredite u eurima u Rumuniji bile 8,2 odsto za stanovništvo i 6% za privre-

² 6-mjesečni EURIBOR je uzet iz razloga što pokazuje oscilacije za duži vremenski period, moguće je bilo uzeti i bilo koji drugi (EURIBOR).

du, a u Crnoj Gori 11,5% i 8,9%. U tom periodu su u Bugarskoj kamatne stope na kratkoročne kredite u eurima iznosile 6,76%, a na dugoročne 7,95%, a u Rumuniji 6,5% i 8,1%.

Prosjeak ponderisane kamatne stope na kratkoročne kredite u euraima u Hrvatskoj bio je 5,24%, a dugoročne 5,19%. U Srbiji je prosječna aktivna kamatna stopa bila 19,6% na kratkoročne kredite, a 11% na dugoročne.

Ipak se može primjetiti da su kamatne stope na crnogorskom tržištu još uvijek više nego u razvijenim zemalja, ali se ta razlika konstantno smanjuje.

Izražen trend rasta kamatnih stopa na tržištu Evropske monetarne unije, doveo je do situacije da su se razlike između kamatnih stopa dodatno smanjile. To je značajan pokazatelj, jer na nivo kamatnih stopa utiče i kretanje kamatnih stopa po kojima se banke zadužuju. One su najčešće vezane za referentne kamatne stope na evropskom tržištu novca.

ZAKLJUČAK

Uz povremena kolebanja, kamatne stope na kredite banaka stalno padaju otkad je počela privatizacija bankarskog sektora u Crnoj Gori. Kao glavni razlog tog dugotrajnog makroekonomskog trenda često se navodi povoljan uticaj stranih banaka koje su promijenile vlasničku strukturu i podstakle konkurenciju u bankarskom sektoru.

Za crnogorsko tržište dolazak stranih, renomiranih, banaka uticao je, pored ostalog i na jačanje povjerenja u bankarski sistem, što je dalje uticalo na pad aktivnih kamatnih stopa. Privatizacija je donijela i dalji priliv stranog kapitala i pristup dugoročnim izvorima finansiranja, što je sve imalo pozitivne efekte na cijenu novca (kamatnu stopu).

Medjutim uz pozitivne efekte privatizacije i jačanja konkurencije, sa druge strane: nepovoljna ročna usklađenost izvora za kreditiranje i kredita i dalje jako visoka i neelastična tražnja za kreditima. Kao i postojanje izraženih individualnih rizika klijenata, posebno kada su u pitanju pravna lica, visoki unutrašnji dugove privrednih društava i nepostojanje agencije koja bi se bavila ocjenom boniteta privrednih društava, spadaju u grupu makroekonomskih razloga koji se reflektuju prilično negativno na kretanje kamatne stope.

Ako se tome dodaju i prilično „grube“ mjere koje je CBCG preduzimala u prethodnom periodu u vidu povećanja stope obavezne rezerve, procjene su da se u narednom periodu ništa značajnije neće promijeniti u tom pogledu, i da postoji opasnost da konkurencija među bankama neće dovesti do osjetnijeg pada kamatnih stopa u naredne dvije godine.

Literatura:

1. Analiza bankarskog sektora u Crnoj Gori – CARA i ISSP, februar 2006. godine;
2. Usporedba kamatnih stopa na kredite i depozite u Hrvatskoj i Eurozoni – Hub Analize, septembar 2007. godine;
3. Izvještaj glavnog ekonomiste – CBCG, januar-septembar 2007. godine;
4. Godišnji izvještaj glavnog ekonomiste – CBCG, 2006. godine;
5. Godišnji izvještaj glavnog ekonomiste – CBCG, 2005. godine;
6. Godišnje izvješće – Narodna banka Hrvatske, 2006. godine;
7. Godišnji izvješće – Narodna banka Hrvatske, 2007. godine;
8. Godišnji izvještaj – Centralna banka Srbije, 2006. godine;
9. Godišnji izvještaj – Centralna banka Srbije, 2007. godine;
10. Godišnji izvještaj – Centralna banka Bugarske, 2006. godine;
11. Godišnji izvještaj – Centralna banka Bugarske, 2007. godine;
12. Godišnji izvještaj – Centralna banka Rumunije, 2006. godine;
13. Godišnji izvještaj – Centralna banka Rumunije, 2007. godine;
14. www.vlada.cg.yu
15. www.worldbank.org
16. www.cb-mn.org
17. www.imf.org

Vlado Bečanović*

Privatizacija u sportu

Abstract

On one side, profit and its multiplication in order to achieve sport development is one of important moments in introduction business in sport – on the way of achieving the main sportive goal. On the other side, if sport doesn't count in sufficient measure on axioms, laws, and also doesn't forget the interests of investors, who always have one standard goal based on profit and who don't plan income from their sportive activity, in further will stay on already passed positions.

In no way sport should be the result of financing supports from national and local authorities. Instead of that, sport exclusively should be the result of private initiative and individual enthusiasm. Any national regulation must be avoided. The state has to secure that rules of game are respected, and not to be involved in the game, while private investors, companies and associations are players and coaches, which compete whit each other for profit and prestige.

In order to perceive sport as successful business potential, it is necessarily to open sport completely for private initiative and private capital, as it is in accordance to the open market economy concept to be established in Montenegro.

Along with the sport development is spreading the positive image of Montenegro which our sportsmen are spreading at the European and international sport events.

Key words: *profit, private capital, privatization, open economy, do-capitalization, club selling.*

1. Uvod

Jedno od ključnih pitanja privatizacije u sportu je, kako usmjeriti već prisutna ulaganja privatnog kapitala u sport u Crnoj Gori?

Da bi se razumjela ideja ulaganja u sport potrebno je testirati da li se i u kojoj mjeri ova ideja uklapa u opšti ambijent koji se gradi u Crnoj Gori? Odnosno, da li je privatna inicijativa u sportu u saglasnosti sa privatnom inicijativom u drugim oblastima (privreda, medicina, školstvo....)? Da li se na sport gleda samo kao na zabavu i razonodu, ili je i to ipak jedno područje za dobar i uspješan biznis.

* Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica

Da bi sport bio u saglasnosti sa ambijentom koji se gradi u Crnoj Gori, potrebno ga je potpuno otvoriti za privatnu inicijativu i privatni kapital, pošto i u drugim privrednim oblastima Crna Gora teži otvorenoj tržišnoj ekonomiji.

U Crnoj Gori u ovom trenutku postoji više od sto različitih međunarodnih organizacija i institucija a takođe i veliki broj stranih konsultanata kao što su: USAID, Reiffaisen bank, Harisson Solicitors, Linklaters iz Londona, Fieldstone iz Njujorka. Sve ovo upućuje da se internacionalizacija Crne Gore dešava i brže nego što su i najveći optimisti očekivali.

Ako već imamo privredu u zemlji koja se kreće u pravcu privatizacije, onda to mora da važi i za sport, zar ne? Srećna je okolnost što su manje – više sportski radnici svjesni toga da je potrebno što prije riješiti problem privatizacije.

Zapravo, sve dok ne sagledamo sport, posebno fudbal kako biznis – i jedino kao biznis – sigurno je da ćemo teško ostvariti zacrtane ciljeve u sferi sporta.

Proces transformacije sportskih klubova kao udruženja građana (neprofitnih formi organizovanja) u preduzeća (profitnosna forma) počeo je krajem osamdesetih i početkom devedesetih godina u Zapadnoj Evropi. U tržišnim privredama klubovi su nastajali kao udruženja građana koja su se formirala radi bavljenja sportom. Članovi su unosili svoj novac, a postepeno su dolazili i prihodi koje su klubovi ostvarivali u sportu. Tada su počinjali da nastaju veliki klubovi, koji grade objekte i pozajmljuju sredstva. Pa su onda došli i na ideju, zbog nedostatka kapitala, da neki od njih pokušaju preko berze da dođu do sve većeg novca. Usred Zapadne Evrope i razvijenih tržišta kapitala, usred razvijenog privatnog sektora, klubovi se transformišu postepeno. Ali, taj proces nije završen pa jos uvijek lavovski dio i najpoznatijih fudbalskih klubova nije u privatnom vlasništvu (jednog ili više ljudi), nego u nekoj vrsti kolektivnog vlasništva (sa odlučujućim glasom glavnog finansijera, tj. predsjednika kluba). U nekim zemljama u tranziciji privatizacija klubova vršila se vrlo brzo i sasvim suprotno tržišnom modelu zapadne Evrope. I vrlo često sa sumnjivim vlasnicima ili sa kompanijama koje se pojavljuju kao profesionalni kupci klubova pa se dogodilo da su neke kompanije, napravljene da bi kupovale klubove na istoku, kupile po nekoliko klubova u ligi. FIFA je zbog toga morala da uvede poseban propis da u jednoj ligi ne može jedan vlasnik imati više od jednog kluba.

Neke zemlje su u ubrzan proces privatizacije klubova ušle pak, iz više razloga, a prije svega da bi klubovi došli do novca. Pojedini klubovi su prodavani pojedincima, uglavnom novokomponovanim bogatašima, i to se pokazalo kao loše rešenje. Novi vlasnici, čim bi rasprodali nekoliko najboljih igrača, gubili bi se u vidu „lastinog repa“, a klub ostavljali na poklon bilo kome. To se, recimo, desilo zagrebačkom Dinamu. A, da li će naši klubovi izbjeći takvu sudbinu?

Postavlja se pitanje da li će domaći fudbalski klubovi (makar oni koji se takmiče u prvoj ligi) morati da se transformišu u (privatna) preduzeća ili će ostati u nekom vidu "kolektivne" svojine?

2. Iskusva evropskih zemalja u privatizaciji sportskih klubova (Engleska, Italija, Njemačka i Francuska)

Možda je, u svijetlu polemike kako privatizovati crnogorske klubove, po kojem modelu, korisno pogledati i kako je to regulisano u u prestižnim evropskim ligama.

U Evropi ne postoji jedinstven model po kojem su organizovani fudbalski klubovi. Razlika je od države do države. Transformacija u akcionarska društva uspjela je potpuno samo u Engleskoj. Najveći broj klubova je, prije nego što su organizovani kao akcionarska društva, prošao kroz jednu među fazu. Britanska država je, naime, za njih napravila "specijalnu konstrukciju" koju su zvali kvazi-preduzeće. Klubovi su morali da se ponašaju i rade kao preduzeće, a ostali su i dalje u formi udruženja. Pitanje izlaska engleskih klubova na berzu, pak, nije generisano nikakvim formalnim razlozima, nego marketinškim, pragmatičnim. Shvatili su da će tako moći da prave više novca. Trenutno su u Engleskoj ligi (Premier league) svi klubovi sto odsto privatizovani, s tim što su neki, kao Mančester junajted, Mančester siti, Liverpool i Čelzi, u rukama stranaca. Možemo slobodno reći da je Premier league privatna fudbalska liga.

Ulaganja u englesku ligu su mnogo isplativija nego na primjer u rusku ligu. Tako, Roman Abramovič je iste igrače koje ima u Čelziju mogao dovesti na pr. u Zenit, ali u tom slučaju bi mu i profit bio manji. Jer Zenit kao prvak Rusije mora da igra utakmice predkvalifikacija da bi igrao u Ligi šampiona, a Čelzi zahvaljujući engleskoj ligi koja je visoko kotirana po kvalitetu u evropskoj kući fudbala UEFA, kao šampion engleske direktno se plasira u najelitnije evropsko klubsko prvenstvo. Ova činjenica potvrđuje da prisustvo privatnog kapital u sportu ne samo da utiče na postizanje boljih sportskih rezultata već i na profitne marže koje se u takvom sistemu (privatnog kapitala) ostvaruju.

Slična situacija je i u Italiji, prvenstveno u klubovima Milanu, Interu, Juventus, Parm, Fiorentini, dok u manjim gradovima gradske vlasti dotiraju svoje klubove.

U Francuskoj je situacija šarenolika –Lion je prvi francuski klub koji se kotira na berzi i posluje kao preduzeće. Monako je privatni klub porodice Renijeri. Marsej je, primjera radi, prodat jednom kanadskom biznismenu za 115 miliona evra, Nant drži familija Daso, dok je Sošo klub fabrike Pežo, i tako dalje.

Zanimljivo je da u Njemačkoj nema privatnih klubova: oni su i dalje u nekoj vrsti „društvenog vlasništva”. To ne znači da u klubovima nema privatnog kapitala, svakako ga

ima, ali oni koji ulažu u klub dobijaju status, reklamu i poreske olakšice. Praktično njemački klubovi su najbliži modelu korporativnog upravljanja.

Možda bi ipak našim klubovima odgovarao model kako su to učinili Španci, 1991. godine. Riječju, u Španiji je zakonskim aktom ozvaničeno da se svi ostali klubovi (što oni i jesu) mogu privatizovati osim Real Madrida, Barselone i Atletika Bilbao. Ova tri kluba i dan-danas žive kao sportska društva, iako ostvaruju i troše milione i milione evra. Zakonodavac je, naime, na opšte zadovoljstvo španskih navijača i ljubitelja fudbala smatrao da ovi klubovi zbog svog historijskog, sportskog, socijalnog, pa i političkog značaja, ne mogu biti privatizovani, odnosno ne mogu biti u vlasništvu jednog čoveka.

Ako bismo u taj kontekst smjestili naše najveće klubove kao što su Sutjeska, Zeta, Budućnost, Mogren i Rudar lako bismo došli do saznanja da su naši najveći fudbalski brendovi u sličnoj situaciji kao što su to španski velikani.

Dok su kod nas klubovi organizovana tako da sistema kako se biraju članovi skupštine, upravnog odbora ne poštuje gotovo nijedan klub, već to rade na sebi svojstven način, dotle se u Španiji tačno zna po kojoj proceduri se neko može naći u najužem upravljačkom tijelu. Naime, predsjednici Real Madrida i Barselone, kao i članovi upravnog odbora koje oni izaberu, dužni su da od svog ličnog novca, kao neku vrstu garancije, deponuju deset odsto godišnjeg budžeta kluba, što u pojedinim slučajevima ide i do nekoliko miliona evra.

Jedno od problematičnijih pitanja je i pitanje svojine nad stadionima?

Nesporna je činjenica da su stadioni na kojima naši klubovi igraju uglavnom, bez obzira kako oni na to gledaju, društvena svojina pa čak i kad su klubovi ulagali u njih Tako, na primjer Mogren je svoj stadion „Lugovi“ prodao renomiranom turističkom brendu za gradnju hotela na toj lokaciji, a za uzvrat treba da dobije novi stadion kapaciteta oko 15.000 gledalaca i uz to dodatno inkasira veliku svotu novca na svom računu. Baš iz ovog razloga postoji bojazan da klubovi koji imaju svoje stadione koji se nalaze na atraktivnim lokacijama u gradu, ne budu kupljeni od strane ljudi koji će to uraditi samo da bi prodali stadion, a potom sa profitom u džebu ostavili klub na milost i nemilost.

Bivše jugoslovenske republike (Slovenija i Hrvatska) su pitanje vlasništva nad stadionima riješile na taj način što su te objekte dali sportskim organizacijama u zadatom roku od šest mjeseci, nakon kojeg su u slučaju odustajanja od vlasništva ti objekti pripali opštinama.

Mnogi veliki zapadno evropski klubovi nijesu vlasnici stadiona na kojima igraju. Imamo primjer Italije gde su stadioni uglavnom vlasništvo komuna ili gradova u kojima igraju klubovi. Na primer u Rimu, Lacio i Roma igraju na stadionu koji je vlasništvo grad Rima. Juventus i Torino igraju na stadionu koji je vlasništvo grada Torina. Stadion u Milanu je

vlasništvo milanske opštine, a na njemu igraju Milan i Inter. Dakle, gore pomenuti klubovi namaju stadione već ih iznajmljuju od opština za svoje utakmice, ali u svom vlasništvu oni imaju kampove i terene gdje obavljaju svoje svakodnevne treninge.

Dakle po osnovu vlasništva nad stadionima opštine prihoduju određena sredstva i imaju novca za njihovo održavanja. Međutim, s obzirom na situaciju koja vlada u našem fudbalu, klubovi nemaju novca da plate opštinama za održavanje stadiona, tako da ni opštine ne održavaju stadione na adekvatan način što je i rezultiralo veoma lošem stanju sportske infrastrukture.

3. Profitabilnost klubova

Opšti reputacioni kapital zasniva se na opipljivim i neopipljivim ili materijalnim i nematerijalnim vrijednostima i imovinom sportskih organizacija. Nužno je pri tome naglasiti da opipljiva imovina tipa zaštitne robne i trgovačke marke, biznis reputacija ili ukupnog imidža ima takođe posebnu vrijednost za sportske klubove.

Ustanovljeno je da na primjer, proizvodi sa markom i garancijama, logo, advertajzing, franšizing i indosirani proizvodi imaju neprocjenjivu vrijednost i takva kompanijska investicija predstavlja signal kvaliteta za potrošača. Ulaganje u neopipljive imovinske vrijednosti (brand mark property) uvijek daje novostvorenu vrijednost i uvećanje kapitala sportskih organizacija. Na osnovu vrijednosti opipljive i neopipljive imovine, može se utvrđivati reputacioni nivo koji je jedan od elemenata mjerenja vrijednosti klubova i direktno utiče na njihovu poslovnu profitabilnost.

Tako, Madridski Real "osvojio" je titulu najbogatijeg fudbalskog kluba planete u 2007.godini. Real je na prvom mjestu na listi najbogatijih klubova, koju je objavila nezavisna revizorska kuća Deloitt. Deloitt pri pravljenu liste u obzir uzima samo prihode klubova, a ne bogatstvo vlasnika. Real, iako već dvije godine nije osvojio neko značajnije takmičenje, zaradio je 351 milion eura, što je za 20 posto više od zarade u sezoni 2005/06. Mančester je zaradio 315,2 miliona eura, a trećeplasirana Barselona 290,1 miliona eura, dok je engleski prvoligaš Čelsi zaradio 283 miliona eura. Glavna potpora Realovih prihoda nijesu utakmice, kao što je slučaj u mnogim engleskim klubovima, niti u prodaji prava za prenos, kao kod italijanskih timova, već veliki napredak u shvatanju njihovih komercijalnih potencijala. S prihodom od 351 milion eura, Real Madrid je već treću godinu zaredom najbogatiji fudbalski klub na svijetu.

Ukupna zarada Top 20 najbogatijih klubova u prošloj sezoni iznosila je 3,7 milijardi eura. U odnosu na godinu prije to je povećanje od 11% i najveći rast od sezone 2002/03.

Kao što se vidi iz priloženih podataka, vrijednost najboljih evropskih fudbalskih klubova varira od 150-351 miliona eura.

4. Kako privatizovati crnogorske klubove?

Postoji nekoliko modela za transformaciju i dokapitalizaciju sportskih klubova. Jedan od njih je da se klubovi transformišu u akcionarska društva i da se izdaju akcije članovima i zaposlenima. Poslije toga slijedi dodatna emisija akcija koje će se prodati na tržištu. Sredstva koja se ostvare tom prodajom išla bi u dokapitalizaciju klubova, posebno stadiona. Osnovno pitanje je odnos besplatne podjele i državnog paketa akcija koje će biti iznijete na tržište, odnosno koji će se procenat podijeliti članovima i zaposlenima, a koji će dio ići državi. Da li mijenjati sadašnju proporciju od 70 prema 30 odsto, i kako? Druga mogućnost je da se u slučaju da ostane isti odnos u podjeli akcija, promijeni način raspodjele sredstava, tj. da se poveća udio sredstava koji će se ponovo vratiti u klub. Dakle pitanje za klubove je hoće li veći udio u besplatnim akcijama, a da raspodjela sredstava ostvarenih privatizacijom ostane ista, ili da se kombinuju obadvije promjene ili pak pristupiti nekom potpuno novom modelu dokapitalizacije?

Mnogi ljudi će se zapitati, zašto investirati u sport? Zašto investirati u sport a ne u industriju, školstvo...? Odgovor na ova pitanja bi bio da je i u sportu kao i u drugim privrednim oblastima dominantan interes biznis, povećanje profita. Investiranje u sport nikako ne treba posmatrati kao pomoć sportu, već isključivo kao investicije u biznis. Ovakav način razmišljanja predstavlja jedan novi i savremen način posmatranja sporta.

Da bi privatni kapital bio investiran u sport potrebno je da se utvrdi jasan pravni okvir i jasna pravila igre unaprijed poznata svima, što podrazumijeva: jasnu zakonsku regulativu, definisanje minimalnih elemenata ugovora, zaštita ugovora, zaštita interesa sportista. Iz iskustva dosadašnjih privatizacija u oblasti ekonomije ozbiljan partner ulazi u biznis samo ako unaprijed zna zakonski i institucionalni okvir i ako vjeruje u zaštitu svojinskih prava.

Da bi se podstakla privatna inicijativa u sportu i država treba da da svoj doprinos tom projektu. Prije svega država bi trebala da obezbijedi infrastrukturu za razvoj sporta, jer je teško za očekivati da će privatni kapital, bar za sada biti ulagan u gradnju stadiona i hala. Pored obezbjeđivanja infrastrukture država bi trebalo da proširi bazu za finansiranje sporta kao i da obezbijedi adekvatni zakonski okvir.

Kao moguće modele privatizacije možemo navesti:

- Prodaja kluba- koja bi se vršila preko javnog oglasa ili skraćenog tendera.
- Dokapitalizacija- dodatno ulaganje kapitala u klub.
- Konverzija potraživanja u trajni ulog- povjerioci u koliko to žele mogu svoja potraživanja konvertovati u ulog. Za vrijednost konvertovanog duga povećava se vrijednost kluba.
- Zakup-Klub se može povjeriti investitoru na određeni rok. Uslovi zakupa regulišu se ugovorom o zakupu.

- Finansiranje ugovora sa igračem. Jedan od oblika ulaganja u sport jeste i direktno ulaganje u ugovor sa jednim igračem. Ugovor potpisuje upravni odbor kluba. Igrač se posmatra kao poseban projekat. U taj projekat se ulaže, i zarada dijeli u proporcijama koje se unaprijed dogovore.

Ono što se nameće kao realna budućnost je da ce dio kluba morati da se organizuje kao preduzeće i to kao društvo sa ograničenom odgovornošću. Regulativa UEFA nameće visoke standarde i u pogledu finansijske discipline, organizacije, finansijskih izvještaja, pa čak i revizorskih kontrola od strane UEFA-e.

Tako izgleda da će prije privatizacije red u crnogorske fudbalske klubove dovesti nova pravila koja uskoro zavodi evropska fudbalska organizacija. Naime, projekat licenciranja klubova za evropska takmičenja, koji je UEFA postavila još prije dvije godine, a koja bi trebalo da stupe na snagu, uvešće red u poslovanje klubova, vjerovatno efikasnije nego naši državni propisi. Iza toga posla ne stoji samo UEFA, već i jedna od najpoznatijih svjetskih konsultantskih i revizorskih kuća, Prajs Voterhaus i Kupers. Oni su pretpostavili da je za klub bitno, s obzirom na količinu prihoda koje nosi, da vodi knjigovodstvo kao preduzeće i da bude redovno podložan finansijskoj reviziji. Tako će biti spriječene mahinacije, nerealni transferi igrača i velika zaduživanja. Ovo praktično znači da će klubovi morati da imaju finansijskog direktora, računovodstvo, knjigovodstvo po potpuno istim standardima kao preduzeća. Ono što je državi bitno, to je da se finansijski sektor u klubovima i po pitanju inokosne odgovornosti organizuje kao preduzeće. Da li će cio klub formalno biti preduzeće ili samo taj njegov dio, to više ne bi trebalo da bude neki kamen spoticanja.

S jedne strane profit i njegovo umnožavanje, radi ostvarivanja sportskog razvoja je jedan od važnih momenata uvođenja biznisa u sport na putu ostvarivanja glavnog sportskog cilja: dostizanja vrhunskih sportskih rezultata a samim tim i usavršavanja odgovarajućih čovjekovih kvaliteta. S druge strane, ako sport ne računa u dovoljnoj mjeri na osnovne aksiome, paradigme, zakone i principe biznisa, a takođe zaboravi i na interese investitora, koji imaju uvijek jedan cilj, utemeljen u profitu, i ako ne razmišljaju mnogo o budućnosti, ne planiraju dohodak od svoje sportske aktivnosti, ostaće i dalje na već prevaziđenim pozicijama.

Neodlučnost nadležnih crnogorskih institucija da se pristupi privatizaciji u sportu je kao i u većini slučajeva posledica straha od promjena. Na čitavom nizu primjera mnogo puta smo imali priliku da se uvjerimo da oni koji se plaše promjena često zaplaše i one koji ih žele. Zbog toga se mnogi dobri predlozi realizuju sa zakašnjenjem.

Nesumnjivo najveću „pomoć“ internacionalizaciji života u Crnoj Gori dao je upravo sport. Jer imidž Crne Gore prenosili su i prenose mnogi naši sportisti i sportski klubovi. Dakle sport moramo tretirati kao najvažnijih izvozni proizvod Crne Gore.

Ovo je naravno samo dio, možda najinteresantnije priče koja se zove privatizacija u sportu.

Literatura:

1. Đukanović, B; Božović, R.; Bešić, M. „Svijet sporta: istraživanje sporta u Crnoj Gori“, CID, 2001
2. Tomić, dr Milan „Menadžment u sportu“, ASTIMBO, 2001
3. Tomić, dr Milan „Marketing u sportu“, ASTIMBO, 2001
4. Tomić, dr Drago „Teorija sporta“, NIP Beograd
5. Lazarević, Lj; Havelka, N., “Sport i ličnost“, Sportska knjiga, Beograd, 1981

"Preduzetnička ekonomija"

Volume XV/II

Prikazi knjiga

TITLE OF THE BOOK:
**“Law, informal rules and economic performance:
the case for common law”**

AUTHOR:
Professor Svetozar Pejovich
(with contributions from Enrico Colombatto)

PUBLISHER:
Edward Elgar Publishers, United Kingdom and USA, 2008.

ABOUT THE AUTHOR OF THE BOOK

Svetozar Pejovich is Professor Emeritus at Texas A&M University, USA, Honorary Doctorate at the University of Belgrade and Professor of Law and Economics at the Faculty for International Economics, Finance and Business, Podgorica, Montenegro; **Enrico Colombatto** is Professor of Economics in the School of Economics at the University of Turin, Italy.

DESCRIPTION OF THE BOOK

Capitalism has outperformed all other systems and maintained a positive growth rate since it began. This book makes the case that a major reason for the success of capitalism lies in the efficiency-friendly incentives of its basic institutions, which continuously adjust the rules of the game to the requirements of economic progress. The analysis throughout is consistent and is supported by evidence. Key components of the proposed theory are the rule of law, the market for institutions, the interaction thesis, entrepreneurs, and the process of changing formal and informal institutions. The incentive effects of these institutions link the key elements of the theory to observed results.

ENDORSEMENTS

Professor Pejovich has ranged expertly across such seemingly disparate areas as legal systems, culture, economics and public choice theory to give us a thoroughly convincing roadmap for a nation's economic success. The rule of law, enforcement of private contracts, private property rights and an independent judiciary are the basic building blocks. But the common law system, as compared to the civil law system emanating from the European continent, also gets a lot of the credit. This is an erudite, yet happily readable work that takes a lot of the mystery out of differential economic performance among nations.

Henry G. Manne, Dean and University Professor Emeritus, George Mason University School of Law

'There are many books on the virtues of capitalism and capitalism as a moral system. Steve Pejovich avoids that mistake. Capitalism, for him, is a system based on human behavior. It survives because it meets the needs that individuals face and provides opportunities that individuals are able to accept. Unlike the utopian visions that have competed against capitalism, it does not impose the vision of a self-selected group. It responds to the desires and wishes of real people most of whom find satisfaction in the way the system works for them. Pejovich traces the behavior of the system back to its roots in methodological individualism. In an excellent development he brings the philosophical into its relation to the economic.'

Professor Allan Meltzer, Carnegie Mellon University, USA

'This is a must-read for anyone who wants to understand why Western capitalism has outperformed all other economic systems. Professor Pejovich explains how the institutions of capitalism, especially those based on common law, make for excellence, even in comparison with Western civil law countries. He presents a compelling theory of how systems evolve through the interactions of formal and informal institutions, an analysis that has deep significance for economic reform proposals throughout the world.'

Professor John Moore, Grove City College, USA

'In *Law, Informal Rules and Economic Performance*, Svetozar Pejovich presents a unique juxtaposition of economics, political science, history and the theory of institutional change to explain the wealth of nations. The book is brilliantly convincing in arguing that individual rights rather than state control are responsible for the historical growth and prosperity of successful nations. Indeed, Pejovich goes further to argue that the only route to collective prosperity is through individual rights and freedom.'

Professor Thomas Saving, Texas A&M University, USA

'Written by one of the pioneers of modern property rights economics this book provides a most insightful, well readable and engaged discussion of the institutional foundations of the Western free enterprise system and the reason for its success, with a special emphasis on the differences between common law and civil law institutions. Readers will especially appreciate the many instructive examples and court cases that serve to illustrate the general argument.'

Professor Victor Vanberg, University of Freiburg, Freiburg, Germany

**NASLOV KNJIGE:
"Psiholofilozofija biznisa"**

**AUTOR:
Prof. dr Veselin Vukotić**

**IZDAVAČ:
CID, Podgorica, Crna Gora, 2003 (prvo izdanje); 2006 (drugo izdanje)**

Veselin Vukotić je osnivač i dekan Fakulteta za međunarodnu ekonomiju, finansije i biznis, jedne od prvoosnovanih univerzitetskih jedinica budućeg univerziteta - UDG; osnivač i Predsjednik Instituta za strateške studije i projekcije iz Podgorice i naučni savjetnik Instituta društvenih nauka u Beogradu. Inspirator je liberalne ekonomske misli u Crnoj Gori, poznate kao Crnogorska ekonomska škola. Član je Mont Pelerine Society.

O KNJIZI

"Psihofilozofija biznisa" nije knjiga koja objašnjava šta drugi treba da urade za Vas! "Psihofilozofija biznisa" je knjiga koja Vas motiviše i objašnjava šta Vi treba da uradite za sebe, za svoj uspjeh, za svoj život! Kako da se pokrenete!.....

»Veselin Vukotić je ekonomist sa karijerom univerzitetskog profesora. To već sugerise određenu specijalnost i metodološku preciznost. Ali, on je autor jedne knjige koja predstavlja rijetkost na domaćem tržištu knjiga. I to dvostruko.

Ideja koja je u središtu Vukotićeve knjige, "ideja liberalizma i otvorenosti sistema, slobode i individualizma" rijetka je na domaćem tržištu ideja. I to ne samo danas. Vukotić je sudbinu te ideje posmatrao u mentalnom omotaču vrlo otpornom na promjene i to tako što je pažljivo analizirao jedan po jedan sloj tog omotača. Zbog toga je njegova knjiga tek posredno zanimljiva za ekonomistu, a neposredno mnogo više za antropologa, psihologa, socijalnog historičara i historičara ideja.

Biznis je za autora samo instrument kojim on secira mentalitet Crnogoraca. Vukotićeva knjiga "nije razgovor o događajima, već misaono razlaganje", "komunikacija unutar doživljenog", "sa ciljem da se shvati važnost buđenja misli", jer "samo probuđena misao može da stvara, kreira, inovira"... Forma dijaloga između profesora i njegovog studenta odabrana je da bi se dosljedno izvelo sučeljavanje "dva shvatanja svijeta... dvije paradigme", unutar i izvan mentalnog omotača. To je knjizi dalo svojevrsnu mobilizatorsku ulogu: ona poziva pojedinca da postavlja pitanja i traži odgovore. To je

već samo po sebi znak da se formira mišljenje koje mentalitetu daje dualni karakter. Ono korespondira sa univerzalnim procesima, ali je suprotan načinu života i mišljenja, matrici, kako Vukotić kaže, malog mista.

Ili, kako je prije više od trideset godina dijagnostifikovao Radomir Konstantinović, koji je u suprotnosti sa filozofijom palanke.

Otpor zatvorenog društva da izađe u "svijet van ljuštore jajeta", van pomenutog mentalnog okriva, imao je različite vidove. Manifestovao se najprije kao negacija socijalnih, a potom i drugih razlika. I, naravno, kao redukcija potreba. To je imalo konsekvence, jer: "Narod koji nema razvijene potrebe, koji se zadovoljava elementarnim nivoom, teško da može da ima razvijenu državu i društvo". Vukotić s pravom vjeruje "da je i kod pojedinca i kod države nerazvijenost stanje duha", "stanje potreba", da bi zaključio: "Ko ne želi više, ko ne teži boljem, ko se ne bori za to, ostaje nerazvijen". I inferioran. Krivca će uvijek tražiti u drugom, sebe će vidjeti kao žrtvu, pozivaće na istorijski revanš. Za sve to biće mu uvijek potrebno monolitno jedinstvo, inkarnirano u vođi.

Drugi vid otpora promjenama je okrenutost prošlosti, dobu slave i veličine. "Živimo", kaže Vukotić, "u mentalnom omotaču, gdje se više slavi smrt nego život. Više se priča o junačkoj pogibiji, nego o preduzetničkom stvaranju. To je ogromna prepreka razvoju".

Ignorisanje globalnih istorijskih procesa, njihovo tretiranje kao nečeg isključivo spoljnog, Vukotić vidi kao najveću opasnost da se propuste nove razvojne mogućnosti. Tranzicija je za njega permanentno kretanje ljudske istorije od prostijih ka savršenijim formama organizacije i života društava i država, od nerazvijenosti ka razvijenosti, okretanje od prošlosti prema budućnosti. Zato ona podrazumijeva "mentalne promjene u glavi pojedinca".

Knjiga Veselina Vukotića predstavlja jednu od onih malobrojnih naprslina mentalnog omotača ovdašnjeg zatvorenog društva. On voli da citira Karla Popera, po kome je prelazak iz zatvorenog u otvoreno društvo najveća revolucija u ljudskoj istoriji. Pokušaj da se u tom ključu sagleda budućnost vlastitog naroda nije popularan, ali se neizbježno javljaju pojedinci koji ga čine i nastoje da ga umnože.

Knjiga Veselina Vukotića napisana je naizgled vedro i lijepo se čita. Ali, ona nije lišena nedoumice da li se može savladati otpornost mentalnog omotača zatvorenog društva. Namijenjena je mladim ljudima, ali im ne može poslužiti kao uputstvo kako brzo da se domognu uspjeha. Naprotiv, ona im pokazuje da se put do uspjeha ne prolazi ni brzo ni lako. I da ako na takav put nijesu spremni, moraju da se pomire sa zaostalošću i inferiornošću: "Brzina ne zavisi od želja, već od rada i njegove efikasnosti". Odnosno, od matrice koju takav rad omogućuje.

Da bi odoljelo promjenama, zatvoreno društvo je moralo formirati otporan mentalni omotač u čijim su slojevima socijalna jednakost i male potrebe; mit o prošlosti sa kultom smrti, žrtve i izdaje; stvaranje istorije kao uvijek novog početka. U takvom mentalnom omotaču mogao se formirati sistem bez snage da se iznutra mijenja, "koji nije dozvoljavao pojedinačno stvaranje, slobodu pojedinca, kreaciju, inovacije, preduzetništvo, nije poznavao individuu", u kome je "jednakost... gušila slobodu". Za takav mentalni omotač bilo je potrebno razdoblje duže od pola vijeka.«

*Dr Latinka Perović, istoričar, inspirator liberalnog poketa
u Srbiji od 70-ih godina prošlog vijeka do danas*

»S obzirom na životno i profesionalno iskustvo, ne uvek i do kraja odredjen u iskazu, autor ostavlja dovoljno mesta sagovorniku, bez obzira ko to bio, pa makar i sam Vukotić, da se poistoveti sa njim, da počne da navija, mudruje, istrčava, opire i nadgornjava, poistovećuje i/ili udaljava. Govorim iz vlastitog doživljaja – iako i sam dovoljno sedih vlasi, pretvorih se u Vukotićevog fikcionalnog studenta i počeh da se prepirem sa Veselinom, sporadično svestan da me je vešto uključio u svet njegovih misaonih cirkulacija. Jednom učenik – uvek djak, kao god i obrnuto, jednom učitelj – uvek predavač. Reč je o stilu pisanja, tako familijarnim sa naslovom ovog prikaza.

Koristeći, pojavno, jednostavni jezik, koji u funkciji mamca uvlači čitaoca u štivo, nesvesnog šta ga čeka, Vukotić od starta počinje sa pozitivnom manipulacijom čitaočeve pažnje i svesti, uz *quasi* slobodu afirmativne negacije (*sic!*), nabacuje pojmove, manje-više, poznate običnom smrtniku (po vlastitom pristupu, to znači svakom čoveku, jer, neobičnih smrtnika, *ipak*, nema, imajući u vidu konačni biološki ishod). I sad taj smrtnik, uveren da će se rasonoditi čitanjem knjige, koja doduše, iskreno u naslovu, nagoveštava *differentia specifica* – tri ključne reči: psihologija, filozofija, biznis (a u nas, opet ma šta to značilo, izobilje psihe, filozofa, biznismene da i ne pominjem, dakle, sve sami potencijalni čitači), lagano, pojavno i pojamno pitko, jer, takav je Vukotićev izraz i leksika, upada u psihofilozofski poslovni glib, i što se više kopreca, sve više tone u autorsku zamku, koju sam, ako za to uopšte ima smisla, prepoznao u nenapisanom podnaslovu ove knjige – *upoznaj sebe* (makar i u biznisu, ili štaviše, obrnuto, neovisno od fah-idiotizma).«

Prof. dr Kosta Josifidis, Univerzitet u Novom Sadu

»Za autora je shvatanje biznisa neodvojivo od razumijevanja značaja ideje slobode i slobodnog izbora, kao i lične odgovornosti za odluku koju individualac donosi. Po Vukotiću, biznis je probuđena misao stvaranja a ne imitacija koja proizvodi sinergetički efekat potrebe za slobodnom trgovinom. Za uspjeh biznisa treba prihvatiti logiku individualizma i slobode. Vukotić poručuje da je put ka uspjehu u biznisu izazovan i težak put ka upoznavanju sebe samog. Zato, po autoru, i nema demokratije u zemlji neuspješnih

ljudi.

* * *

U analizi mjesta obitavanja i običaja homo Balkanikusa, profesor Vukotić napominje da živjeti u malom mjestu u velikoj državi, možda i nije loš izbor, ali u maloj državi svakako jeste. Čovjek naprednih ideja i shvatanja u siromašnom provincijalnom i parohijskom mjestu (palanki) teško može doći do punog izražaja, a njegove sposobnosti predstavljaju tek plamičak svijeće okružen tamom. Vukotić savjetuje da ako povjerujete da Vam se zaista dive upali ste u živi pijesak. Upravo iz ovih razloga i treba prihvatiti mogućnosti koje pruža globalizacija, a koje su vidljive u mogućnosti plasiranja ideja, proizvoda i usluga na veće tržište. »

Dr Zvezdan Vukanović, Univerzitet u Torontu,

»Knjiga naslovljena kao *Psihofilozofija biznisa, dijalogom kroz naš mentalitet* obuhvata, sučeljava i u dijaloškoj formi predstavlja objedinjavanje sinergične dimenzije filozofskog i dimenzije psihološkog. Dijaloška, višeslojna potraga ne samo kroz lingvističku, i ne samo ovlašnu, spoljašnju simplifikaciju pojma/pojave/procesa biznisa, ogleđa se u težnji da se pokuša doći do odgovora: šta je biznis? Na kraju, razmatra se u kojoj meri sveukupnost oblika razmene, (razmena duhovnih dobara, emocija, kulturoloških matrica...) utemeljuje pojam biznisa. Biznis je veoma popularna reč, ali su ljudi koji se njime bave veoma nepopularni. Kod nas se pod preduzetnikom podrazumeva neko ko je u stanju da sebi prigrabi korist grleći državu, najčešće uz nacionalne pokliče, kvalifikujući se na taj način za čoveka koji je podoban za raspodelu. Autor ove knjige ne govori o toj vrsti preduzetnika, već o kreativosti i stvaralaštvu u biznisu.«

Dušan Mijić, biznismen iz Novog Sada

»"Psihofilozofija biznisa " je veoma intrigantna knjiga, čija već prva stranica najavljuje sadržajan i uzbudljiv tekst. Istovremeno nas nagoni na preispitivanje svojih stavova i mišljenja o brojnim pitanjima koja određuju naš odnos prema životu. Ova knjiga osoben, sugestivan način, ukazuje da je ono što najprije može usrećiti pojedinca i društvo kome pripada, njegova odlučnost da se "izdvoji iz gomile" i "preuzme život u svoje ruke", postajući tako slobodan, samosvjestan kreator svoje sudbine. Način na koji je knjiga koncipirana, kod nas nije baš uobičajen, kada je o ovoj vrsti literature riječ. Naime, sa njenom sadržinom se upoznajemo kroz razgovor profesora, autora knjige, i njegovog studenta. Njihov dijalog je, u stvari nenametljiva spontana "šetnja kroz naš mentalni sistem, našu kulturu, običaje, moral, vjerovanja, uvjerenja" i mi bivamo izloženi svojevrsnoj "proceduri intelektualnog skeniranja". A, sve to je "začinjeno" pominjanjem preko sto značajnih imena iz svijeta nauke, umjetnosti i sporta, čije "sentencije" stoje tako lijepo u korelaciji sa sadržinom knjige, da nam se učini kako ona, zapravo, pripada žanru lijepih umjetnosti. Knjiga prosto vrvi od lucidnih misli i zapažanja samog autora, s kojima se, naravno, ne moramo uvijek složiti, ali ni ostati na njih ravnodušni.«

Zoran Vulević, savjetnik u Montenegro Biznis Alijansi i pjesnik



www.udg.cg.yu