

UDK: 33



FIMEK

FAKULTET ZA EKONOMIJU I INŽENJERSKI MENADŽMENT U NOVOM SADU

ISSN 2217–5458

Ekonomija

teorija i praksa

Economics

Theory and Practice

GODINA X • BROJ III • NOVI SAD, 2017.

Economics – Theory and Practice
Ekonomija
teorija i praksa

IZDAJE:

UNIVERZITET PRIVREDNA AKADEMIJA U NOVOM SADU
FAKULTET ZA EKONOMIJU I INŽENJERSKI MENADŽMENT U NOVOM SADU
Cvečarska 2, 21000 Novi Sad
tel./faks: 021/400–484, 469–513
redakcija@fimek.edu.rs

Glavni urednik
Dragan Soleša

Odgovorni urednik
Marko Ivaniš

Sekretar redakcije
Katarina Soleša

Lektor i korektor za srpski jezik
Mara Despotov

Lektor i korektor za engleski jezik
Kristina Marić

Tehnička realizacija
Penpro, Novi Sad

Štampa
Alfa-graf NS, Novi Sad

Tiraž
100

CIP – Каталогизација у публикацији
Библиотека Матице српске, Нови Сад

33

EKONOMIJA : teorija i praksa = Economics : theory and practice / glavni urednik Dragan Soleša. – God. 4, br. 1 (2011)– . – Novi Sad : Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, 2011–. – 23 cm

Nastavak publikacije: Zbornik radova = ISSN 1820–9165. – Tromesečno.
ISSN 2217–5458 = Ekonomija

COBISS.SR-ID 262822663

Ekonomija

teorija i praksa

Economics – Theory and Practice

Izdavački savet:

- Prof. dr **Marko Carić**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe u Novom Sadu, Novi Sad
- Prof. dr **Marijana Carić**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
- Prof. dr **Dragan Soleša**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
- Prof. dr **Nikola Gradojević**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
- Prof. dr **Tomislav Brzaković**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije u Beogradu, Beograd
- Prof. dr **Marko Ivaniš**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
- Doc. dr **Radivoj Prodanović**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad

Redakcijski odbor:

1. Prof. dr **Dragan Soleša**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
2. Prof. dr **Marko Ivaniš**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
3. Assist. Prof. **Daniele Cavicchioli**, Ph.D., State University of Milan, Department of Environmental Science, Milano, Italy.
4. Doc. dr **Radovan Vladislavljević**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
5. Dr sc **Goran Buturac**, znanstveni savjetnik, Ekonomski institut, Zagreb, Hrvatska
6. Prof. dr **Maja Ćirić**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
7. Prof. dr **Radmilo Pešić**, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet, Beograd
8. Doc. dr **Radivoj Prodanović**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
9. Prof. dr **Đurđica Vukajlović**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije, Beograd
10. Prof. dr **Svetlana Ignjatijević**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad

Sadržaj|Contents

ORIGINALAN NAUČNI RAD

Nina Đurica; Dragan Soleša

PERCEPCIJA I STAVOVI STUDENATA PREMA OBRAZOVANJU NA DALJINU

Djurica Nina; Solesa Dragan

THE PERCEPTIONS AND ATTITUDES OF STUDENTS TO DISTANCE EDUCATION

1-15

Maja Ćirić; Radovan Vladislavljević; Julija Birinji

POVEZANOST DEMOGRAFSKIH KARAKTERISTIKA POTROŠAČA I NJIHOVIH NAVIKA U ONLAIN KUPOVINI

Maja Ćiric; Radovan Vladislavljevic; Julija Birinji

THE CONNECTION BETWEEN THE DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF CONSUMERS AND THEIR ONLINE SHOPPING HABITS

16-31

Milan Stamatović; Almir Muhović; Zorica Olja Komatović

SAVREMENA PRAKSA PREDUZETNIŠTVA

Milan Stamatovic; Almir Muhovic; Zorica Olja Komatovic

MODERN ENTREPRENEURIAL PRACTICE

32-45

PREGLEDNI RADOVI

Katarina Đurić; Radivoj Prodanović

MEHANIZMI PODRŠKE POLJOPRIVREDI I RURALNOM RAZVOJU U AP VOJVODINI

Katarina Djuric; Radivoj Prodanovic

MECHANISMS OF SUPPORT TO AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT IN AP VOJVODINA

49-60

Milorad Perović; Nusret Softić

ODRŽIVOST DEFICITA BUDŽETA

Milorad Perovic; Nusret Softic

THE SUSTAINABILITY OF BUDGET DEFICITS

61-76

STRUČNI RADOVI

Gordana Nikčević

ORGANIZACIONA KULTURA U KONTEKSTU PROJEKTOVANJA MENADŽMENT SISTEMA ŽIVOTNE SREDINE

Gordana Nikcevic

ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE CONTEXT OF DESIGNING ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM

79-87

ORIGINALAN NAUČNI RAD

PERCEPCIJA I STAVOVI STUDENATA PREMA OBRAZOVANJU NA DALJINU

Nina Đurica¹

Dragan Soleša²

Sažetak: *Revolucionaran razvoj interneta i informaciono-komunikacione tehnologije doveo je do promena u mnogim aspektima života, a samim tim i obrazovanje dobija novu dimenziju. Važna evolucija u obrazovnom sistemu predstavlja uvođenje i razvoj studijskih programa na daljinu, kako u razvijenim tako i u nerazvijenim zemljama sveta. Obrazovanje na daljinu predstavlja sistem obrazovanja koji se zasniva na korišćenju savremenih informacionih i komunikacionih tehnologija. Cilj ovog istraživanja jeste da se ispitaju stavovi studenata o percipiranoj korisnosti i organizaciji nastavnog procesa obrazovanja na daljinu, kao i obrazovnoj platformi Moodle. U analizi dobijenih podataka korišćene su sledeće metode: t-test, deskriptivna statistika i faktorska analiza. Danas je opstanak visokoobrazovnih institucija moguć jedino obezbeđenjem kvalitetnog obrazovanja i razvojem atraktivnih studijskih programa prilagođenih zahtevima tržišta, koje diktira promene u svim aspektima života.*

Ključne reči: *informaciono-komunikaciona tehnologija / obrazovanje na daljinu / visokoobrazovne institucije / Moodle platforma.*

1 Beogradska poslovna škola –Visoka škola strukovnih studija, Kraljice Marije 73, Beograd, Srbija, e-mail: nina.djurica@bbs.edu.rs

2 Univerzitet Privredna akademija, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Cvečarska 2, Novi Sad, Srbija, e-mail: dragan.solesa@fimek.edu.rs

UVOD

Visokoobrazovne institucije su uvidele značaj razvoja cenjenih i ozbiljnih nastavnih planova i programa obrazovanja na daljinu, koje svake godine upisuju stotine miliona studenata širom sveta. Obrazovanje na daljinu podrazumeva sistem obrazovanja gde su nastavnici i studenti fizički udaljeni, a taj problem se rešava korišćenjem interneta i savremenih tehnologija. Prema Turban, McLean, Wetherbe (2003) učenje na daljinu se sprovodi alatima ili tehnologijama za prevazilaženje ograničenja učenja u isto vreme ili na istom mestu (str. 148). Simonson, Schlosser i Orellana (2011) definišu obrazovanje na daljinu kao formalno obrazovanje, institucionalno zasnovano, gde se odvaja grupa za učenje i gde se interaktivni telekomunikacioni sistemi koriste za povezivanje učenika, resursa i instruktora (str. 126). Učenje na daljinu se odnosi na sistem obrazovanja, koji ima za cilj pružanje obrazovanja studentima korišćenjem savremenih informacionih i komunikacionih tehnologija, umesto da redovno pohađaju kurseve u tradicionalnim učionicama (Bourdeau & Bates, 1996, str. 268; Bernard, Rubalcava & St-Pierre, 2000, str. 262).

Smatra se da obrazovanje na daljinu postoji već više od sto godina i vezuje se za pojavu dopisnih škola, koje su se zasnivale na slanju materijala i knjiga putem pošte (Pokorni, 2009, str. 139). Ako želimo preciznije utvrditi početak ovog vida obrazovanja prihvat ćemo 1858. godinu, kada je Londonski univerzitet svojom odlukom da dozvoli polaganje ispita bez prethodnog posećivanja predavanja utemeljio prvi zvanični oblik učenja na daljinu u vidu dopisnih kurseva (Zenović i Bagarić, 2014, str. 379). Danas je obrazovanje na daljinu razvijen sistem obrazovanja, zahvaljući informacionoj i komunikacionoj tehnologiji, koji pruža brojne prednosti studentima u odnosu na tradicionalan način studiranja.

Obrazovanje preko interneta, kao vid školovanja van uobičajenih institucija, u kome su profesori i studenti razdvojeni fizički i vremenski, javlja se kao osnov za promene u tradicionalnom modelu univerziteta i za kreiranje nove obrazovne paradigme – virtuelnog univerziteta. (Pantović, Dinić i Starčević, 2002, str. 341). Zahvaljujući obrazovanju na daljinu, studenti imaju mogućnost izbora studijskih programa prestižnih visokoobrazovnih institucija, koje su van mesta i države stanovanja, bez potrebe putovanja u mesto održavanja studija. Samim tim, studiranje na daljinu je znatno ekonomičnije, jer se smanjuju troškovi stanovanja i putovanja.

Studenti se profesionalno i nezavisno usavršavaju; vlastitim tempom, na mestu i u vremenu koje sami odaberu. Na raspolaganju im je veliki broj predmeta koje nude različite institucije i nastavnici-pojedinci; studenti prolaze kroz materijal za učenje onom brzinom i onoliko puta koliko žele (Soleša i Obrić, 2005, str. 387).

Postoji nekoliko faktora koji su važni u situacijama učenja na daljinu: visok nivo motivacije studenata, jaka radna etika i snažne mere za podršku studentima obično rezultiraju uspehom kod osoba koje uče na daljinu (Turban, McLean i Wetherbe, 2003, str. 150). Uz pomoć interneta, kao globalne računarske mreže, i informaciono-komunikacione tehnologije, danas mogu da studiraju studenti koji zbog neke vrste invaliditeta, zaposlenosti, geografske udaljenosti ili vremenskog ograničenja nisu mogli da studiraju na tradicionalan način. Takođe, ovo je veoma važno za studente iz siromašnih zemalja, kojima je sad pružena mogućnost upisivanja savremenih nastavnih programa u razvijenim zemljama.

Načini komuniciranja učesnika u procesu elektronskog obrazovanja su (Radenković i Despotović, 2005, str. 338):

- Elektronska pošta – najjednostavniji oblik asinhronne interakcije. Najčešće se koristi kao dodatak uz druge oblike komunikacije.
- Liste elektronske pošte (e-mail list, list server) koriste se za slanje poruka elektronskom poštom celoj grupi studenata, odnosno većem broju korisnika kod hitnih poruka.
- Mrežne novosti predstavljaju oblik diskusionih grupa koje se temelje na određenim interesnim grupama (tehnička, društveno-politička, stručna, naučna i sl.) unutar kojih se šalju i čitaju novosti.
- Forumi su diskusione grupe na vebu. Poslednjih godina su postali najpopularniji oblik multimedijalnih komuniciranja korisnika sistema za obrazovanje na daljinu.
- Čet je sinhrona komunikacija bazirana na tekstualnim porukama preko interneta ili intraneta.
- Elektronska tabla se koristi u svrhu kombinovanja teksta i vizuelnih elemenata u komunikaciji. Omogućava da učesnici dele "grafičku tablu" u okviru koje mogu istovremeno pisati, crtati, stavljati slike, grafikone, skice i sl.
- Telekonferencija se koristi za sastanke, održavanje nastave na daljinu i stručno konsultovanje između više učesnika na zajedničkom projektu.

Klasično i savremeno obrazovanje je podržano informacionim tehnologijama u jedinstven sistem fleksibilnog obrazovanja (Soleša i Obrić, 2005, str. 387). Kada se učenje na daljinu kombinuje sa zahtevima fizičkog prisustva studenata, tada se naziva hibridno učenje ili *blended learning* (Bailey, Ifenthaler, Gosper, Kretzschmar

& Ware, 2015, str. 170). Blended learning ili fleksibilno obrazovanje je svojevrsna kombinacija prednosti tradicionalnog oblika obrazovanja i obrazovanja na daljinu. Osnovne prednosti fleksibilnog obrazovanja u odnosu na klasično obrazovanje su (Soleša i Obrić, 2005, str. 387):

- veća efikasnost,
- povećanje kapaciteta obrazovnih institucija,
- obrazovanje koje se lako može prilagoditi potrebama obrazovanja uz rad,
- manji troškovi obrazovnog procesa,
- ravnomernija distribucija obrazovanja kroz dostupnost novih obrazovnih programa, vanobrazovnih i ekonomskih centara,
- mogućnost različitim institucijama da imaju pristup inostranim obrazovnim resursima – veći kvalitet stečenih znanja.

Moodle (*Modular Object Oriented Developmental Learning Environmental*) je *open-source* sistem za upravljanje procesom učenja, koji koriste univerziteti, škole i individualni instruktori radi unapređivanja nastave pomoću veb tehnologija (Radenković i Despotović, 2005, str. 339). Web e-learning platforme omogućavaju nastavnicima laganu organizaciju, objavljivanje, upravljanje i implementaciju edukativnog materijala (Soleša i Obrić, 2005, str. 392).

Moodle je revolucionirao proces učenja (Hui Hsu, 2012, str. 45). Danas se koristi u 236 zemalja i pruža mogućnost instaliranja na više od sto jezika. Na raspolaganju je i verzija na srpskom jeziku, i ćirilična, i latinična. Od svih softverskih sistema, u Srbiji je Moodle najprihvaćenija platforma od strane visokoobrazovnih institucija. Visokoobrazovne institucije koje koriste Moodle u Srbiji su (izvor: <http://moodle.org/sites/index.php?country=RS#M>, 2. 4. 2017):

- Univerzitet Privredna akademija;
- Fakultet organizacionih nauka, Mašinski fakultet, Farmaceutski fakultet, Pravni fakultet, Medicinski fakultet, Rudarsko-geološki fakultet, Građevinski fakultet, Saobraćajni fakultet, Filološki fakultet (Univerzitet u Beogradu);
- Prirodno-matematički fakultet, Fakultet tehničkih nauka (Univerzitet u Novom Sadu);

- Elektronski fakultet, Medicinski fakultet (Univerzitet u Nišu);
- Medicinski fakultet (Univerzitet u Prištini);
- Fakultet tehničkih nauka u Čačku (Univerzitet u Kragujevcu);
- Državni univerzitet i Internacionalni univerzitet u Novom Pazaru;
- Računarski fakultet (Univerzitet Union);
- Univerzitet Singidunum;
- Alfa BK univerzitet;
- Univerzitet Džon Nezbit;
- Visoka škola strukovnih studija za informacione i komunikacione tehnologije;
- Visoka škola elektrotehnike i računarstva strukovnih studija;
- Visoka hemijsko-tehnološka škola strukovnih studija, Kruševac;
- Visoka poslovno-tehnička škola strukovnih studija, Užice.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U svetu postoji veliko interesovanje za studiranje na daljinu, dok u Srbiji ovaj oblik obrazovanja još uvek nije zastupljen u većoj meri. Brojni su razlozi zbog čega se u našoj zemlji u širem obimu ne primenjuje: nedostatak znanja i veštine studenata, nedostatak adekvatnog softvera i tehnološke osnove, nedostupnost adekvatne literature, zabrinutost u pogledu ekvivalentnosti tradicionalnom učenju, nepoverenje profesora i studenata u pogledu kvaliteta nastave, neinformisanost studenata o konceptu obrazovanja na daljinu.

Tabela 1. Osnovne karakteristike studenata i njihovi odgovori na pitanja istraživanja (u %)

Promenljiva	Kategorija	Frekvence	Procenat	Srednja vrednost	St. devijacija
Pol	Muški	63	29.9		
	Ženski	148	70.1		
Prosečna ocena				7.97	0.85
Studijski program	Marketing i trgovina	68	32.2		
	Finansije, računovodstvo i bankarstvo	108	51.2		
	Menadžment	35	16.6		
Da li ste upoznati sa suštinom i mogućnostima koje pruža obrazovanje na daljinu?	Da, u potpunosti	39	18.5		
	Nedovoljno	113	53.6		
	Ne, uopšte	59	28.0		
Da li ste upoznati koje visokoobrazovne institucije u Srbiji realizuju obrazovanje na daljinu?	Da	23	10.9		
	Delimično	68	32.2		
	Ne	120	56.9		
Da li ste imate iskustvo u korišćenju Moodle softvera?	Da	29	13.7		
	Ne	182	86.3		
Da li smatrate da fakultet koji studirate treba da uvede mogućnost studiranja na daljinu?	Da	117	55.5		
	Ne	23	10.9		
	Nisam siguran	71	33.6		

Za potrebe ovog rada sprovedena je anketa na Beogradskoj poslovnoj školi – Visokoj školi strukovnih studija. Osnovni instrument istraživanja je strukturirani upitnik, koji se sastoji iz dva dela.

Prvi deo upitnika se odnosi na kontrolne varijable (polnu strukturu studenata, prosečnu ocenu, studijski program, činjenicu da li su upoznati sa suštinom i mogućnostima obrazovanja na daljinu, koje visokoobrazovne institucije realizuju obrazovanje na daljinu, iskustvo u korišćenju Moodle softvera, mogućnost uvođenja studiranja na daljinu na fakultetu).

Drugi deo upitnika se sastoji od 15 pitanja, koja su formulisana tako da se primenom Likertove skale ispituju stavovi studenata o percipiranoj korisnosti i organizaciji nastavnog procesa obrazovanja na daljinu, kao i obrazovnoj platformi Moodle. Moodle predstavlja jedan od od najpopularnijih i najčešće korišćenih platformi za izradu onlajn obrazovnih kurseva. Anketirano je 211 studenta sa prve godine osnovnih studija tri studijska programa (Marketing i trgovina, Finansije, računovodstvo i bankarstvo i Menadžment) u maju 2017. godine.

Od 211 studenata zadržanih u analizi, 29.9% njih su bili muškarci, a znatno veći procenat žena, i to 70.1%. Prosečna ocena anketiranih studenata je 7.97, a standardna devijacija iznosi 0.85. Većina ispitanih studenata su nedovoljno upoznati sa suštinom i mogućnostima koje pruža obrazovanje na daljinu, i to 53,6%. Samo 18,5% studenata u potpunosti su upoznati sa konceptom obrazovanja na daljinu. Izuzetno mali procenat studenata (10.9%) je upoznat sa informacijama koje visokoobrazovne institucije u Srbiji realizuju obrazovanje na daljinu. Samo 23 studenta su naveli sledeće fakultete: Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment (Univerzitet Privredna akademija), Fakultet organizacionih nauka (Univerzitet u Beogradu), Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja (Univerzitet u Nišu), Univerzitet Džon Nezbit i Univerzitet Union. Međutim, više od polovine ispitanih studenata (55,5%) smatra da Beogradska poslovna škola – Visoka škola strukovnih studija treba da uvede mogućnost studiranja na daljinu, zbog fleksibilnosti i prilagođenosti obrazovanja osobama koje nisu u mogućnosti da studiraju na tradicionalan način.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA I DISKUSIJA REZULTATA

U radu je stavljen akcenat na ispitivanju stavova studenata o percipiranoj korisnosti i organizaciji nastavnog procesa obrazovanja na daljinu, kao i obrazovnoj platformi otvorenog koda Moodle, koja ima veliki značaj u integraciji obrazovnih institucija u Srbiji i svetu. Takođe, cilj rada je da se ispituje faktori koji su uticali da odluku studenata da studiraju na tradicionalan način, a ne za studiranje na daljinu, kao motivacija i zainteresovanost studenata na uvođenje studijskih programa na daljinu.

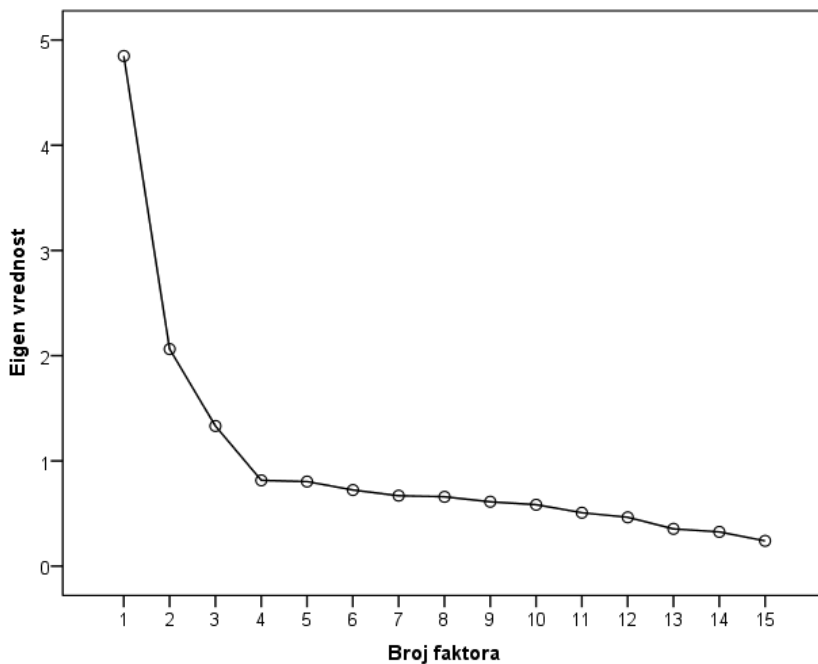
Tabela 2. Rezultati faktorske analize i analize pouzdanosti

Stavke (items)	Cronbach's alpha	F1	F2	F3
		0.783	0.770	0.829
Obrazovanje na daljinu pruža mogućnost provjere znanja na raznovrsne načine, praćenjem i vrednovanjem svih aktivnosti studenata	0.793			
Obrazovanje na daljinu omogućava da elektronski pratite predavanja na udaljenim lokacijama i u bilo koje vreme	0.620			
Obrazovanje na daljinu omogućava da svim potrebnim nastavnim materijalima pristupate bez obzira gde se nalazite	0.615			
Učenje na daljinu podstiče studente da samostalno istražuju najaktuelnije informacije u skladu sa sopstvenim interesovanjima	0.563			
Obrazovanje na daljinu omogućava interakciju sa studentima i profesorima sa drugih fakulteta, čime se razmenjuju znanja, informacije i iskustva	0.515			
Studiranje na daljinu je finansijski isplativije od tradicionalnog studiranja jer nema potrebe za preseljenjem, putovanjima i drugim troškovima			0.669	
Obrazovanje na daljinu omogućava dostupnost šire ponude studijskih programa, kako obrazovnih institucija u zemlji tako i u inostranstvu			0.668	
Obrazovanje na daljinu pruža mogućnost studiranja zaposlenim osobama, osobama sa trajnim ili privremenim fizičkim problemima, invaliditetom ili bolestima, a koje nisu u mogućnosti da studiraju na tradicionalan način			0.607	
Obrazovanje na daljinu omogućava efektivnije usklađivanje poslovnih, privatnih i obaveza fakultetu			0.530	
Obrazovanje na daljinu pruža mogućnost učenja u slobodno vreme i rad prema sopstvenom tempu			0.525	
Studiranje na daljinu zahteva od studenata posedovanje discipline i radnih navika za izvršenje svih obaveza			0.498	
Moodle platforma je pouzdan alat sa mnoštvom različitih tipova aktivnosti				-0.819
Moodle platforma omogućava jednostavan i brz pristup materijalima				-0.774
Moodle platforma unapređuje komunikaciju između studenata i profesora				-0.706
Moodle platforma povećava fleksibilnost studiranja na daljinu				-0.674

Za određivanje dimenzionalnosti podataka korišćena je faktorska analiza. Prikladnost podataka za ovaj tip analize je ispitana pomoću Kajzer-Mejer-Olkinovog pokazatelja koji je iznosio 0.827, što premašuje preporučenu vrednost od 0.7, kao i pomoću Bartletovog testa sferičnosti koji je pokazao statističku značajnost. Ovi rezultati su ukazali na faktorabilnost korelacione matrice. Faktori su ekstrahovani metodom glavnih komponenti, a njihova rotacija je izvršena varimax metodom.

Broj dimenzija, latentnih faktora, određen je na osnovu scree dijagrama (slika 1) kao i na osnovu eigen vrednosti koje su veće od 1 (Kajzerov kriterijum). Ekstrahovani faktori objašnjavaju 32.3%, 13.6% i 8.9% varijanse.

Slika 1. Scree dijagram



Vrednosti za Cronbach's alpha pokazuju da sve tri skale imaju unutrašnju saglasnost, jer su sve tri vrednosti za Cronbach's alpha veće od 0.7 (0.783, 0.770, 0.829), što se smatra dovoljno velikim i govori da su stavke koje čine svaku dimenziju međusobno povezane.

Tabela 3. Deskriptivna statistika stavki povezanih sa tri dobijena faktora (n=211)

Stavka	Srednja vrednost	Medijana	Std. devijacija
F1 / Percipirana korisnost			
Obrazovanje na daljinu omogućava dostupnost šire ponude studijskih programa, kako obrazovnih institucija u zemlji tako i u inostranstvu.	3.02	3.00	1.05
Obrazovanje na daljinu pruža mogućnost učenja u slobodno vreme i rad prema sopstvenom tempu.	3.52	4.00	1.04
Studiranje na daljinu zahteva od studenata posedovanje discipline i radnih navika za izvršenje svih obaveza.	3.51	4.00	1.09
Obrazovanje na daljinu omogućava efektivnije usklađivanje poslovnih, privatnih i obaveza na fakultetu.	3.41	3.00	1.05
Studiranje na daljinu je finansijski isplativije od tradicionalnog studiranja jer nema potrebe za preseljenjem, putovanjima i drugim troškovima.	3.34	3.00	0.97
Obrazovanje na daljinu pruža mogućnost studiranja zaposlenim osobama, osobama sa trajnim ili privremenim invaliditetom ili bolestima, a koje nisu u mogućnosti da studiraju na tradicionalan način.	3.37	3.00	0.98
F2 / Organizacija nastave			
Obrazovanje na daljinu omogućava da svim potrebnim nastavnim materijalima pristupate bez obzira gde se nalazite.	3.52	4.00	0.96
Obrazovanje na daljinu omogućava da elektronski pratite predavanja na udaljenim lokacijama, u bilo koje vreme.	3.77	4.00	1.07
Učenje na daljinu podstiče studente da samostalno istražuju najaktuelnije informacije u skladu sa sopstvenim interesovanjima.	3.69	4.00	1.00
Obrazovanje na daljinu omogućava interakciju sa studentima i profesorima sa drugih fakulteta, čime se razmenjuju znanja, informacije i iskustva.	3.32	3.00	1.04
Obrazovanje na daljinu pruža mogućnost provere znanja na raznovrsne načine, praćenjem i vrednovanjem svih aktivnosti studenata.	3.73	4.00	1.04
F3/ Obrazovna platforma Moodle			
Moodle platforma omogućava jednostavan i brz pristup materijalima.	3.17	3.00	0.90
Moodle platforma je pouzdan alat sa mnoštvom različitih tipova aktivnosti.	3.23	3.00	0.80
Moodle platforma povećava fleksibilnost studiranja na daljinu.	3.18	3.00	0.78
Moodle platforma unapređuje komunikaciju između studenata i profesora.	3.23	3.00	0.87

Drugi deo anketnog upitnika su pitanja predviđena za ispitivanje stavova studenata o percipiranoj korisnosti obrazovanja na daljinu, organizaciji nastave i obrazovnoj platformi Moodle. Tabela 3. predstavlja izračunate deskriptivne statističke dimenzije za drugi deo anketnog upitnika.

Što se tiče faktora Percipirana korisnost, najveći značaj studenti daju stavci Obrazovanje na daljinu pruža mogućnost učenja u slobodno vreme i rad prema sopstve-

nom tempu ($M=3.52$, $SD=1.04$) i Studiranje na daljinu zahteva od studenata posedovanje discipline i radnih navika za izvršenje svih obaveza ($M=3.51$, $SD=0.66$). Rezultati pokazuju da glavne korisnosti obrazovanja na daljinu studenti vide u samostalnoj organizaciji učenja i slobodnog vremena.

Za faktor Organizacija nastave najveću srednju vrednost ima stavka Obrazovanje na daljinu omogućava da elektronski pratite predavanja na udaljenim lokacijama i u bilo koje vreme ($M=3.77$, $SD=1.07$) i Obrazovanje na daljinu pruža mogućnost provere znanja na raznovrsne načine praćenjem i vrednovanjem svih aktivnosti studenata ($M=3.73$, $SD=1.04$). Rezultati nam pokazuju da je studentima izuzetno važna fleksibilnost koju pruža studiranje na daljinu. Studenti mogu elektronski da prate predavanja, pristupaju nastavnim materijalima sa bilo koje lokacije, da sami organizuju vreme i trajanje učenja i brzinu savladavanja nastavnih jedinica.

Što se tiče stavki u vezi sa Obrazovnom platformom Moodle, najviši rezultati su pokazani za stavku Moodle platforma je pouzdan alat sa mnoštvom različitih tipova aktivnosti ($M=3.23$, $SD=0.80$) i Moodle platforma unapređuje komunikaciju između studenata i profesora ($M=3.23$, $SD=0.87$).

Tabela 4. Zbog čega ste se odlučili na tradicionalan način studiranja, a ne za studiranje na daljinu?

Stavke	Broj ispitanika	Procenat zasnovan na odgovorima	Procenat zasnovan na ispitanicima
Nisam našao/la adekvatan program obrazovanja na daljinu za oblast koja me interesuje.	46	15.2	22.4
Zabrinut sam u pogledu kvaliteta nastave u odnosu na tradicionalnu nastavu.	29	9.6	14.1
Zabrinutost u pogledu ekvivalentnosti (jednakih rezultata) učenja na daljinu u odnosu na tradicionalno učenje.	19	6.3	9.3
Nemam adekvatnu tehnološku osnovu za studiranje na daljinu.	16	5.3	7.8
Ne znam da li se u Srbiji vrednuju diplome stečene studiranjem na daljinu jednako kao i diplome stečene na tradicionalan način studiranja.	33	10.9	16.1
Mislim da nemam radne navike i disciplinu za samostalno usmeravanje učenja.	28	9.2	13.7
Društveni odnosi sa nastavnicima i kolegama tokom studiranja su važni za učenje i formiranje ličnosti.	45	14.9	22.0
Smatram da je usvajanje gradiva efikasnije ukoliko u toku studiranja koristi komunikacija licem u lice.	87	28.7	42.4
Ukupno	303	100.0	147.8

U tabeli br. 4 prikazani su rezultati pitanja Zbog čega ste se odlučili na tradicionalan način studiranja, a ne za studiranja na daljinu? Na ovo pitanje, od 211 ispitanih studenata, odgovorilo je 205 (97.2%). Studenti su imali mogućnost davanja više odgovora, tako da su u tabeli prikazani procenti: procenat zasnovan na odgovorima i procenat zasnovan na ispitanicima. Ovih 205 ispitanika je označilo 303 odgovora.

Tradicionalan način studiranja izabralo je 46 (22.4 %) ispitanika jer kao važan aspekt smatraju nedostatak adekvatnog programa obrazovanja na daljinu za oblast koja ih interesuje, a to je 15.2% svih odgovora, dok 45 ispitanika (22.0%) smatra da su društveni odnosi sa nastavnicima i kolegama tokom studiranja izuzetno važni za učenje i formiranje ličnosti. Najviše ispitanih studenata (42.4%) smatra da je za usvajanje gradiva znatno efikasnije ukoliko se u toku studiranja koristi komunikacija licem u lice, i to je 28.7% svih odgovora.

Tabela 5. Rezultati ispitivanja uticaja pola na faktore dobijene istraživanjem

Faktori	Pol	n	Srednja vrednost	St. devijacija	df	t	p
F1- Organizacija nastave	Muški	51	-0.118	0.938	171	-1,00	0,318
	Ženski	122	0.049	1.025			
F2- Percipirana korisnost	Muški	51	0.232	0.915	171	1,99*	0,048
	Ženski	122	-0.097	1.022			
F3 – Obrazovna platforma Moodle	Muški	51	0.176	1.077	171	1,50	0,136
	Ženski	122	-0.073	0.961			

^a**Značajnost** na nivou od 5% ($p < 0,05$), ^b Značajnost na nivou od 1% ($p < 0,01$), ^{nz} razlika nije značajna

U tabeli 5. prikazane su srednja vrednost i standardna devijacija za svaku dimenziju prema polu ispitanika, a značajnost razlika ovih ocena ispitana je t-testom (analiza varijanse –ANOVA). Analiza varijanse je pokazala da postoji značajna razlika u stavovima studenata muškog i ženskog pola kod dimenzije Percipirana korisnost obrazovanja na daljinu, kao i da ne postoji statistički značajna razlika u percepciji studenata Organizacije nastave i Obrazovne platforme Moodle.

ZAKLJUČAK

U uslovima brzih tehnoloških promena, naš obrazovni sistem mora da osigura povećane obrazovne mogućnosti bez povećanja materijalnih sredstava (Soleša, 2006, str. 193). Učenje na daljinu se u poslednje vreme, kao savremeni oblik obrazovanja, sve više širi kako u svetu tako i u Republici Srbiji (Soleša, 2006, str. 190). Rezultati pokazuju da više od polovine ispitanih studenata (55.5%) smatra da Beogradska poslovna škola treba da uvede nove obrazovne mogućnosti, kao što su studijski programi na daljinu. Digitalni izvori informacija pružaju pružaju učenje zasnovano na iskustvima, koja su pogodna za nove generacije (Soleša i Grijak, 2006, str. 691).

Studenti kao osnovnu prednost tradicionalnog načina studiranja vide u komunikaciji licem u lice sa profesorima, što smatraju efikasnom prilikom usvajanja gradiva u toku studiranja. Međutim, postojanje veća je promenilo prirodu obrazovnog procesa, a savremena mrežna tehnologija je unapredila sposobnost komunikacije ljudi širom sveta i postala neophodan edukativni alat (Soleša, Rajsman & Juričić, 2014, str. 1403).

Internet, kao globalna računarska mreža je znatno doprineo razvoju obrazovanja na daljinu i smanjio obim klasične edukativne komunikacije, koja se ostvaruje uz pomoć klasičnih komunikacionih medija ili uz direktne kontakte nastavnika i studenta. Uvođenje savremene informaciono-komunikacione tehnologije i multimedijalnih komunikacija predstavlja prioritet visokoobrazovnih institucija širom sveta.

THE PERCEPTIONS AND ATTITUDES OF STUDENTS TO DISTANCE EDUCATION

Djurica Nina

Soleša Dragan

Abstract: *The revolutionary development of the Internet and information and communication technology have led to changes in many aspects of life including education, which has obtained a new dimension. An important evolutionary aspect in the educational system is the introduction and development of distance learning study programs in both developed and developing countries. Distance learning is a system of education which is based on the use of modern information and communication technology. The aim of this research is to examine students' attitudes to the perceived usefulness and organization of the distance learning education process and to the educational platform called Moodle. In the analysis*

of the obtained data, the following methods were used: *t*-test, descriptive statistics and factor analysis. Nowadays, the survival of higher education institutions is possible only with the provision of high-quality education and development of attractive study programs created in accordance with market demands, which triggers changes in all aspects of life.

Keywords: information and communication technology, distance learning, higher education institutions, Moodle platform

LITERATURA

1. Bailey, M., Ifenthaler, D., Gosper, M., Kretzschmar, M. & Ware, C. (2015). The changing importance of factors influencing students' choice of study mode. *Technology, Knowledge and Learning*, 20(2), 169–184
2. Bernard, R. M., Abrami, P. C., Lou, Y., Borokhovski, E., Wade, A., Wozney, L., Wallet, P. A., Fiset, M. & Huang, B. (2004). How does distance education compare with classroom instruction? A meta-analysis of the empirical literature. *Review of Educational Research*, 74, 379–439
3. Bourdeau, J. & Bates, A. (1996). Instructional design for distance learning. *Journal of Science Education and Technology*, 5(4), 267–283
4. Hui Hsu, H. (2012). The Acceptance of Moodle: An Empirical Study Based on UTAUT. *SciRes*, (3), 44–46
5. Pantović, V., Dinić, S., Starčević, D. (2002). *Savremeno poslovanje i internet tehnologija – Uvod u digitalnu ekonomiju*, Beograd, Energoprojekt – InGraf
6. Pokorni, S. (2009). Obrazovanje na daljinu. *Vojnotehnički glasnik*, (2), 138–146
7. Radenković, B., Despotović, M. (2005). Integracija sistema za upravljanje procesom učenja i poslovnog informacionog sistema. *XXIII Simpozijum o novim tehnologijama u poštanskom i telekomunikacionom saobraćaju – PosTel 2005* (335–342), Beograd, Saobraćajni fakultet
8. Simonson, M., Schlosser, C. & Orellana, A. (2011). Distance education research: a review of the literature. *Journal of Computing in Higher Education*, 23(2-3), 124–142
9. Soleša, D. (2006). Misija i organizacijski postulati E-learning centra Učiteljskog fakulteta u Somboru. *Informatologia*, 39(3), 189–193
10. Soleša, D., Grijak, Đ. (2006). Digitalna generacija i realnost u obrazovanju. *Proceedings of the 31st Annual ATEE (Association for Teacher Education in Europe) Conference* (689–695), Portorož, National School for Leadership in Education, Faculty of Education, University of Ljubljana.

11. Soleša, D. i Obrić, M. (2005). E-learning platforma Učiteljskog fakulteta u Somboru. *Pedagogija*, 60, (3)
12. Soleša, D., Rajsman, M. & Juričić, V. (2014). Web 2.0 as a potential for development of young people. *Tehnički vjesnik*, 21(6), 1403–1409
13. Turban, E., McLean, E. & Wetherbe, J. (2003). *Informaciona tehnologija za menadžment*. Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
14. Zenović, I., Bagarić, I. (2014). Trendovi u otvorenom učenju na daljinu u svetu i kod nas. *Međunarodna naučna konferencija Univerziteta Singidunum – Sinteza 2014* (379–384), Beograd, Univerzitet Singidunum

POVEZANOST DEMOGRAFSKIH KARAKTERISTIKA POTROŠAČA I NJIHOVIH NAVIKA U ONLAJN KUPOVINI

Maja Ćirić¹

Radovan Vladislavljević²

Julija Birinji³

Sažetak: *Onlajn kupovina doživljava ogroman porast poslednjih godina zbog brojnih prednosti za potrošače, od kojih su najčešće pominjane: mogućnost kupovine tokom dvadeset četiri časa, uštede u vremenu odlaska u prodavnicu, niže cene i širi asortiman proizvoda. S druge strane, potrošači se suočavaju i sa određenim barijerama u onlajn kupovini: tehnološko/bezbednosni problemi, nepoverenje, nemogućnost probanja proizvoda, veći utrošak vremena u biranju proizvoda i sl. Sve ove promene koje interesant i onlajn kupovina nose, doveli su do značajnih promena u ponašanju potrošača i njihovim kupovnim navikama. Da bi kompanije danas bile uspešne, neophodno je da imaju ne samo dobar oflajn marketing već moraju imati i jednako dobar onlajn marketing. Za uspešno kreiranje internet marketing strategije od izuzetne važnosti je istražiti i razumeti navike potrošača u onlajn kupovini. Stoga je cilj ovog rada da se utvrdi učestalost kupovine putem interneta, količina novca koja se troši, vrsta proizvoda i usluga koje se najviše kupuju, kao i u kojoj meri demografski faktori utiču na ove pokazatelje kupovnih navika potrošača. U istraživanju je primenjena metoda ankete. Dobijeni rezultati daju značajne smernice za definisanje demografskih profila potrošača i kreiranje odgovarajuće internet marketing strategije.*

Ključne reči: *demografski faktori / ponašanje potrošača / onlajn kupovina / internet marketing strategija.*

1 Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Cvečarska 2, Novi Sad, e-mail: majaciric79@yahoo.com

2 Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Cvečarska 2, Novi Sad, e-mail: radovan.vladislavljevic@fimek.edu.rs

3 Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Cvečarska 2, Novi Sad, e-mail: julija.birinji@gmail.com

UVOD

Pojavom interneta i novih informacionih tehnologija došlo je do velikih promena u poslovanju, koje su se odrazile na gotovo sve naučne discipline, a posebno su uticale na marketing. Danas se ne može ni zamisliti da bilo koja ozbiljna kompanija nema pristup internetu. U poslednjih par godina došlo je do naglog porasta broja proizvoda i usluga na tržištu koji se mogu kupiti putem interneta. Ponašanje potrošača se menja u korak sa razvojem tehnologije i nije ga moguće predvideti kao pre masovnog korišćenja interneta. Potrošači nisu više toliko lojalni tradicionalnim brendovima kao što su bili ranije. Motivacija potrošača na ovakvo ponašanje na tržištu leži u potrebi za individualizmom. Postoji niz faktora koji su uticali i koji utiču na ponašanje i kupovne navike potrošača, koje vremenom evoluiraju, i samim tim, pojavljuju se novi trendovi.

Za marketing menadžere kompanija veoma je važno da prate promene u ponašanju potrošača i da prilagođavaju aktivnosti kompanije uočenim promenama. S obzirom na evidentan porast korišćenja interneta od strane potrošača i njegovu sve veću upotrebu u svrhu onlajn kupovine proizvoda i usluga, neophodno je utvrditi profil potrošača koji najviše kupuje putem interneta. Stoga je svrha ovog rada da se utvrdi demografski profil potrošača koji kupuju putem interneta, kao i njihove navike koje se odnose na učestalost kupovine, količinu novca koja se troši u vrstu proizvoda koja se kupuje. Ovi podaci su od izuzetnog značaja za marketing menadžere kompanija, jer im omogućavaju adekvatno postavljanje internet marketing strategije.

KARAKTERISTIKE ONLAJN KUPOVINE I ZNAČAJ DEMOGRAFSKIH FAKTORA POTROŠAČA

Onlajn kupovina se odnosi na ponašanje potrošača u onlajn prodavnicama ili na veb sajtu koji se koristi za kupovinu proizvoda ili usluga (Monuwe et al., 2004). Onlajn kupovina je nedavni fenomen u oblasti e-poslovanja i definitivno će biti budućnost kupovine u celom svetu. Većina kompanija je prilagodila svoje onlajn portale tako da što bolje mogu da prodaju svoje proizvode i usluge. Dostupnost kvalitetnih informacija, različiti brendovi i proizvodi omogućavaju kupcima da naprave izbor sa šireg tržišta (Motwani, 2016). Za održavanje i rast konkurentnosti, kompanije moraju razumeti ponašanje potrošača i faktore koji na njih utiču. Sunil (2015) sugerše, kako oflajn tako i onlajn prodavcima, da usvoje politike ili strategije nakon razmatranja tri faktora (preprodajne usluge, bolji asortiman i prodajna politika i postprodajne usuge) kako bi privukli i zadržali potrošače.

Demografski podaci o potrošaču su objektivne i kvantitativno izražene karakteristike stanovništva. Lako ih je identifikovati, prikupiti, meriti i analizirati. Radi se o faktorima koji imaju dugoročan uticaj na marketing aktivnosti i definišu mikro i makro-okruženje preduzeća (Maričić, 2008). Demografske karakteristike su urođene fizičke, društvene, ekonomske i geografske osobine koje čine pojedinca i opisuju mesto tog pojedinca u njegovoj ili njenoj sredini (Solomon, 1995). Prema (Schiffman and Kanuk, 2004) demografske karakteristike kao što su starost, pol, bračni status, prihod, zanimanje i obrazovanje najčešće se koriste kao osnove za segmentaciju tržišta.

Polna struktura je veoma važna za planiranje marketing aktivnosti, jer se polovi međusobno razlikuju u kupovini proizvoda i usluga koji su specifično njima namenjeni, iako mnoge kategorije proizvoda koriste podjednako (Milisavljević, 2005). Schiffman and Kanuk, (2004) ističu kako danas uloge polova gube jasne granice pa pol više nije precizan način razlikovanja potrošača u nekim kategorijama proizvoda. Stoga je za proizvođače određenog proizvoda izuzetno važno utvrditi da li postoje razlike između polova po pitanju kupovine proizvoda putem interneta. Godine pojedinca utiču na interesovanja, ukuse, mogućnost kupovine, političke preferencije i ponašanje u pogledu investicija. Potrošači u različitim starosnim grupama imaju veoma različite potrebe i želje, ali i različite finansijske mogućnosti. Godine veoma značajno utiču na razlike u procesu kupovine proizvoda i usluga, odnosno ponašanje u potrošnji. Svako starosno doba predstavlja potencijalno tržište za specifične proizvode i usluge i varira po veličini (Maričić et al., 2008). Stoga je veoma važno da se identifikuju razlike u ponašanju potrošača u onlajn kupovini u zavisnosti od životnog doba. Obrazovni nivo potrošača neposredno ili posredno utiče na njihovo ponašanje u konkretnoj marketing situaciji. S porastom nivoa obrazovanosti rastu i menjaju se želje, navike i interesovanje potrošača (Novaković Rajčić, 2005). Marketing eksperti su posebno zainteresovani za broj i vrstu domaćinstava koja kupuju i/ili poseduju određene proizvode. Struktura porodice ima veliki uticaj na prioritete potrošnje potrošača. U razvijenim zemljama najveće promene dogodile su se upravo u porodici. Povećava se broj porodica sa smanjenim brojem članova, povećava se starosno doba porodice i povećava se udeo zaposlenih žena. Sve ovo ima odraz na marketinške napore preduzeća (Živković, 2011). Broj samačkih domaćinstava i onih bez porodice predstavljaće u budućnosti sve veći udeo na tržištu (Kotler et al., 2007). Dohodak je oduvek predstavljao veoma važnu ekonomsko-demografsku karakteristiku za razlikovanje tržišnih segmenata. Proizvođači proizvoda i usluga obično segmentiraju tržište na osnovu dohotka jer smatraju da je to ključni pokazatelj mogućnosti kupovanja proizvoda ili usluge. Prihodi se u definisanju demografskih profila najčešće kombinuju sa obrazovanjem i zanimanjem jer su međusobno usko povezani (Schiffman and Kanuk, 2004).

METOD ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja ovog rada jeste utvrđivanje uticaja demografskih karakteristika na razlike u ponašanju potrošača u kupovini putem interneta. U radu se analiziraju najznačajnije demografske karakteristike slučajno odabranog uzorka potrošača u Novom Sadu, a zatim se povezuju sa učestalošću kupovine putem interneta, cenom koju su potrošači spremni da plate i vrstom proizvoda koje kupuju ovim putem.

Cilj rada je da se utvrdi da li postoje razlike u kupovnim navikama potrošača u kupovini putem interneta u zavisnosti od njihovih demografskih karakteristika. Ti podaci su od ključnog značaja za kreiranje internet marketing strategije i programa svih organizacija koje žele da svoje proizvode i usluge prodaju putem interneta.

Hipoteza od koje smo pošli u istraživanju glasi:

H1: Demografske karakteristike potrošača utiču na razlike u ponašanju potrošača u onlajn kupovini.

U istraživanju ponašanja potrošača primenjeno je kvantitativno istraživanje da bi se mogla izvršiti statistička analiza i dobijeni rezultati generalizovati na širu populaciju stanovništva. Primenjena je metoda ankete, a instrument kojim je vršeno anketiranje jeste upitnik koji nije standardizovan, već je kreiran za potrebe ovog istraživanja.

Istraživanje je sprovedeno u periodu 20.2. – 3.3.2017. godine na području grada Novog Sada. Prikupljanje primarnih podataka izvršeno je putem anketnog upitnika, licem u lice, mejlom, i putem društvenih mreža. Ukupan broj ispitanika je 84. Svi primljeni odgovori bili su potpuni i prihvaćeni. Podaci su analizirani u programu SPSS for Windows 17.0. Od metoda, korišćena je deskriptivna statistika, i to frekvencije i procenti.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA I DISKUSIJA

Na osnovu podataka dobijenih istraživanjem, utvrđeno je da 82,1% ispitanika koristi internet za onlajn kupovinu proizvoda i usluga, dok 17,9% ne kupuje preko interneta. Razlozi zbog kojih su ispitanici dali odričan odgovor su: tehnološko/bezbednosni problem, nemogućnost probanja proizvoda, veći utrošak vremena u biranju proizvoda, nepostojanje navike, nepostojanje budžeta.

Analiza povezanosti demografskih karakteristika i navika u onlajn kupovini vršena je samo na 82,1% ispitanika (69 ispitanika) koji su odgovorili potvrdno na pitanje da li koriste internet za onlajn kupovinu.

Demografske karakteristike ispitanika koji koriste internet za onlajn kupovinu prikazane su u tabeli 1.

Tabela 1. Karakteristike uzorka

Sociodemografske karakteristike ispitanika	N=69	%
Pol		
Muški	15	21,7%
Ženski	54	78,3%
Starosno doba:		
do 25 god.	31	44,9 %
26-34 god.	24	34,8%
35-44 god.	9	13 %
45-54 god.	1	1,4 %
Preko 55 god.	4	5,8 %
Veličina porodice (životni ciklus porodice)		
Živim sam	9	13 %
Živim sa suprugom (bez dece)	9	13 %
Živim sa suprugom i detetom	4	5,8 %
Živim sa suprugom i decom (2 i više)	4	5,8 %
Živim sa detetom/decom	0	0
Živim sa suprugom, decom i roditeljima	3	4,3 %
Živim sa roditeljima	39	56,5 %
Ostalo	1	1,4 %
Stepen stručne spreme		
Osnovno obrazovanje	2	2,9 %
Srednje obrazovanje	13	18,8 %
Visoko obrazovanje	49	71 %
Postdiplomske studije (magistar, doktor)	6	8,7 %
Visina mesečnih prihoda		
do 20.000 RSD	15	21,7 %
20.001- 40.000RSD	21	30,4 %
40.001-60.000 RSD	14	20,3 %
60.001-80.000 RSD	6	8,7 %
80.000-100.000 RSD	2	2,9 %
preko 100.000 RSD	3	4,3 %
Ne znam	8	11,6 %

Izvor: Tabelu su izradili autori na osnovu ankete

U uzorku od N=69 onlajn potrošača anketiranih lično i onlajn upitnikom bilo je 21,7% muških i 78,3% ženskih ispitanika. U starosnoj grupi do 25 godina bilo je 44,9 %, 26–34 godina bilo je 34,8%, od 35 do 44 godine bilo je 13%, od 45 do 54 godine bilo je 1,4% i preko 55 godina 5,8% ispitanika. Najveći broj ispitanika pripadao je starosnoj grupi do 25 godina starosti.

Veličina porodice tj. životni ciklus porodice je sledeći: živim sam 13%, živim sa suprugom (bez dece) 13%, živim sa suprugom i detetom 5,8%, živim sa suprugom, detetom i roditeljima 5,8%; najviše ispitanika je odgovorilo sa: živim sa roditeljima – čak 56,5%, što je ujedno i najveći deo ispitanih. Stepenn stručne spreme: od ukupno ispitanih, najviše je bilo onih sa visokim obrazovanjem – čak 71%, zatim sa srednjim obrazovanjem 18,8%, postdiplomske studije je završilo 8,7% i najmanje sa osnovnim obrazovanjem, 2,9% od ukupno ispitanih.

Po pitanju ličnih mesečnih primanja najviše je bilo onih koji primaju 20.001 do 40.000 RSD tj. 30,4 % a zatim do 20.000 RSD sa 21,7 % ispitanika, dok sa mesečnim prihodom od 80.000–100.000 2,9 i sa mesečnim prihodom preko 100.000 sa 4,3%, ostali ispitanici su odgovorili sa „ne znam“, tj. njih 11,6%.

Tabela br.2 Odnos demografskih podataka i učestalost onlajn kupovine

Pol	Svaki dan	Jednom nedeljno	Nekoliko puta u mesec dana	1 u 3 meseca	1 u 6 meseci	%
Muški	0	1,45%	10,14%	4,35%	5,80%	21,74
Ženski	0	4,35%	15,94%	33,33%	24,65%	78,26
Ukupno	0	5,80%	26,08%	37,68%	30,45%	100
Starosno doba	Svaki dan	Jednom nedeljno	Nekoliko puta u mesec dana	1 u 3 meseca	1 u 6 meseci	%
do 25	0	1,45%	5,80%	21,74%	15,94%	44,93
26–34	0	1,45%	13,04%	13,04%	7,25%	34,78
35–44	0	0%	4,35%	2,90%	5,80%	13,04
45–54	0	0%	0%	0%	1,45%	1,45
preko 55	0	2,90%	2,90%	0%	0,00%	5,80
Ukupno	0	5,80%	26,09%	37,68%	30,44%	100
Veličina porodice	Svaki dan	Jednom nedeljno	Nekoliko puta u mesec dana	1 u 3 meseca	1 u 6 meseci	%
Živim sam	0	0%	1,45%	4,35%	7,25%	13,04
Živim sa suprugom	0	1,45%	5,80%	4,35%	1,45%	13,04
Živim sa suprugom i detetom	0	1,45%	0%	2,90%	0%	5,80

Pol	Svaki dan	Jednom nedeljno	Nekoliko puta u mesec dana	1 u 3 meseca	1 u 6 meseci	%
Živim sa suprugom i decom	0	0%	0%	0%	0%	5,80
Živim sa detetom/decom	0	0%	0%	0%	0%	0
Živim sa suprugom, decom i roditeljima	0	1,45%	1,45%	1,45%	0%	4,35
Živim sa roditeljima	0	1,45%	13,04%	24,64%	17,39%	56,52
ostalo	0	0%	1,45%	0%	0%	1,45
Ukupno	0	5,80%	23,19%	37,69%	26,09%	100
Stepen stručne spreme	Svaki dan	Jednom nedeljno	Nekoliko puta u mesec dana	1 u 3 meseca	1 u 6 meseci	%
Osnovno obrazovanje	0	0%	0%	1,45%	0%	1,45
Srednje obrazovanje	0	1,45%	5,80%	5,80%	5,80%	18,84
Visoko obrazovanje	0	2,90%	17,39%	27,54%	23,19%	71,01
Postdiplomske studije	0	1,45%	2,90%	2,90%	1,45%	8,70
Ostalo	0	0%	0%	0%	0%	0
Ukupno	0	5,80%	23,19%	37,69%	26,09%	100
Lični mesečni prihod (RSD)	Svaki dan	Jednom nedeljno	Nekoliko puta u mesec dana	1 u 3 meseca	1 u 6 meseci	%
do 20.000	0	0%	5,80%	13,04%	2,90%	21,74
20.001–40.000	0	2,90%	8,70%	7,25%	11,60%	30,45
40.001–60.000	0	0%	7,25%	10,14%	2,90%	20,29
60.001–80.000	0	0%	1,45%	2,90%	4,35%	8,70
80.001–100.000	0	0%	1,45%	0%	1,45%	2,90
Preko 100.000	0	1,45%	1,45%	0%	1,45%	4,35
Ne znam	0	1,45%	0%	4,35%	5,80%	11,60
Ukupno		5,80%	23,19%	37,69%	26,09%	100

Izvor: Tabelu su izradili autori na osnovu ankete

Podaci iz tabele br. 2 govore o učestalosti onlajn kupovine ispitanika na području grada Novog Sada. Može se uočiti da najveći procenat ispitanika kupuje jednom u tri meseca, dok najmanji procenat ispitanika kupuje jednom nedeljno.

Uvažavajući rezultate, opravdano je zaključiti da 78,3% ispitanika predstavljaju žene koje najviše kupuju jednom u tri meseca, čak 33,33%, dok od muških ispitanika, njih 21,74%, najviše kupuju nekoliko puta nedeljno – 10,14%. Učestalost onlajn kupovine svakog dana ima najmanje odgovora, nijedan ispitanik ne kupuje

svakodnevno. Dakle, muškarci imaju naviku da češće kupuju putem interneta u odnosu na žene, i oni u najvećem procentu kupuju nekoliko puta nedeljno.

Posmatrajući starosno doba ispitanika, možemo primetiti da je najveći broj ispitanika koji su onlajn potrošači u grupi do 25 godina starosti, njih 45% i oni najčešće kupuju proizvode i/ili usluge jednom u tri meseca, a najmanje jednom nedeljno. Ispitanici od 26 do 34 godine su na drugom mestu po učestalosti kupovine putem interneta sa 35% od ukupnih ispitanika. Možemo uočiti da je izjednačen broj odgovora onih koji kupuju nekoliko puta u mesec dana i jednom u tri meseca sa 13%. Sledeće grupa ispitanika, starosti u rasponu od 35 do 44 godine najčešće kupuje jednom u šest meseci, dok osobe preko 55 godina života češće kupuju jednom nedeljno i nekoliko puta u mesec dana, njih je 2,90%. Na osnovu rezultata zaključujemo da starosno doba nema tako jak uticaj na učestalost kupovine putem interneta.

Životni ciklus porodice, takođe, nema jak uticaj na učestalost kupovine putem interneta. Međutim, može se uočiti da ispitanici koji žive sami ređe kupuju od onih čija porodica ima veći broj članova.

Upoređujući stepen obrazovanja i učestalost onlajn kupovine, možemo zaključiti da ni tu ne postoje značajne statističke razlike, ali je primetan blag trend porasta učestalosti kupovine sa rastom nivoa obrazovanosti.

Posmatrajući podatke koji se tiču ekonomskih faktora, kao što su lična primanja potrošača, možemo zaključiti da sa porastom dohotka potrošači češće kupuju. Do 20.000 RSD učestalo kupuje jednom u tri meseca 13% ispitanih, grupa sa primanjima 20.001–40.000 RSD kupuje jednom u tri meseca, ispitanici sa dohotkom 40.001–60.000 RSD jednom u tri meseca, anketirani učesnici sa primanjima 60.001–80.000 RSD kupuju jednom u šest meseci, dok oni preko 80.001–100.000 RSD i preko 100.000 RSD jednako kupuju.

Tabela br.3. Odnos sociodemografskih podataka i prosečna suma novca koja se izdvaja za onlajn kupovinu

Pol	Prosečna suma novca koju potrošač izdvaja za onlajn kupovinu u odnosu na lični prihod				%
	do 10%	10 - 30 %	30 - 50 %	preko 50 %	
Muški	14,49	5,80	0	1,45	21,74
Ženski	37,68	34,78	5,80	0	78,26
Ukupno	52,17	40,60	5,80	1,45	100
Starosno doba	do 10%	10 - 30 %	30 - 50 %	preko 50 %	%
do 25	30,43	13,04	1,45	0	44,93
26–34	10,14	18,84	4,35	1,45	34,78
35–44	7,25	5,80	0	0	13,04
45–54	1,45	0	0	0	1,45
Preko 55	2,90	2,90	0	0	5,80
Ukupno	52,17	40,60	5,80	1,45	100
Veličina porodice	do 10%	10 - 30 %	30 - 50 %	preko 50 %	%
Živim sam	8,70	4,35	0	0	13,04
Živim sa suprugom	8,70	4,35	0	0	13,04
Živim sa suprugom i detetom	2,90	2,90	0	0	5,80
Živim sa suprugom i decom	4,35	1,45	0	0	5,80
Živim sa detetom/decom	0	0	0	0	0
Živim sa suprugom, decom i roditeljima	0	4,35	0	0	4,35
Živim sa roditeljima	27,54	21,74	5,80	1,45	56,52
Ostalo	0	1,45	0	0	1,45
Ukupno	52,17	40,60	5,80	1,45	100
Stepen stručne spreme	do 10%	10 - 30 %	30 - 50 %	preko 50 %	%
Osnovno obrazovanje	0	2,90	0	0	2,90
Srednje obrazovanje	11,60	5,80	1,45	0	18,84
Visoko obrazovanje	33,34	31,88	4,35	1,45	71,01
Postdiplomske studije	7,25	0	0	0	7,25
Ostalo	0	0	0	0	0
Ukupno	52,17	40,60	5,80	1,45	100
Lični mesečni prihod (RSD)	do 10%	10 - 30 %	30 - 50 %	preko 50 %	%
Do 20.000	8,70	10,14	1,45	1,45	21,70
20.001–40.000	10,14	20,29	0	0	30,40
40.001–60.000	10,14	7,25	2,90	0	20,29
60.001–80.000	4,35	2,90	1,45	0	8,70
80.001–100.000	2,90	0	0	0	2,90
Preko 100.000	4,35	0	0	0	4,35
Ne znam	11,60	0	0	0	11,60
Ukupno	52,17	40,60	5,80	1,45	100

Izvor: Izradili autori na osnovu ankete

Tabela 3 prikazuje podatke ispitanika koji su dali odgovor na pitanje Kolika je prosečna suma novca koju izdvojite za onlajn kupovinu u odnosu na Vaš dohodak? U anketi su imali ponuđene odgovore: do 10%, 10–30%, 30–50% i preko 50%. Na osnovu dobijenih podataka, uočava se da najveći broj ispitanika troši do 10% dohotka za onlajn kupovinu, zatim 10–30%, potom od 30–50% i najmanji procenat njih troši preko 50%.

I muškarci i žene u najvećem procentu izdvajaju svega 10% prosečne sumu novca za onlajn kupovinu. Iako se žene i muškarci međusobno razlikuju po prioritetima, preferencijama i stavovima u potrošnji, u istraživanju vidimo da imaju slične navike, što se tiče prosečne sume novca namenjene onlajn kupovini. Kada posmatramo sumu od 10 do 30% namenjenu za onlajn kupovinu, vidimo da žene troše više – 34,78%, dok muški ispitanici zaostaju sa 5,80%. Zanimljivo je istaći da za trošenje sume u iznosu od 30 do 50% dohotka, muški ispitanici nisu dali odgovor, dok 5,80% žena izdvaja pomenuti procenat. Najmanje je anketiranih koji za onlajn kupovinu troše preko 50% prosečne sume. Na ovo pitanje su odgovorili samo muški ispitanici, njih 1,45%.

Kada posmatramo starosno doba, prema prosečnoj sumi novca koju izdvajaju za onlajn kupovinu, uočavamo da najveću sumu novca izdvajaju potrošači od 26 do 34 godine starosti koji troše od 10 do 30% dohotka za onlajn kupovinu, dok sve ostale starosne grupe izdvajaju do 10% ličnih primanja. Posmatrajući kategoriju strukture porodice, primećujemo da ne postoje statistički značajne razlike jer, bez obzira na većinu domaćinstva, najviše se troši do 10% dohotka, osim u porodicama gde se živi u domaćinstvu sa decom i roditeljima, gde se troši od 10 do 30% dohotka na kupovinu onlajn. Dobijeni podaci o izdvojenom dohotku u odnosu na obrazovanje pokazuju da ne postoje statistički značajne razlike; većina ispitanika troši do 10% dohotka na onlajn kupovinu, međutim, primetno je da osobe sa visokim obrazovanjem izdvajaju i više od 10% procenata dohotka za kupovinu onlajn, dok je interesantno uočiti da kod osoba sa završenim postiplomskim studijama ne postoji porast potrošnje dohotka na onlajn kupovinu, već svi troše do 10% dohotka.

Ispitanici podeljeni po ličnim primanjima najviše izdvajaju za onlajn kupovinu od svojih primanja 10–30% oni sa primanjima 20.001–40.000 RSD, a najmanje oni između 60.001–80.000 RSD, razlog koji su naveli jeste da više vole da vide uživo proizvod i da mogu da ga probaju.

Tabela br. 4. Odnos sociodemografskih podataka i vrste proizvoda koji se kupuju onlajn

Pol	Vrste proizvoda koji se kupuju onlajn (%)										
	Elektronika	Knjige	Muzika	Sportska i fitness oprema	Decije knjige	Hobi alat	Avionske karte	Hotelski aranžman	Kozmetika	Nameštaj	Ostalo
Muški	5,8	7,25	0	2,9	0	4,35	2,9	4,35	0	0	0
Ženski	14,49	18,84	0	15,94	5,8	4,35	8,7	8,7	18,84	1,45	26,09
Ukupno	20,29	26,09	0	18,84	5,8	8,7	11,6	13,04	18,84	1,45	26,09
Starosno doba											
Do 25	11,6	7,25	0	13,04	0	4,35	2,90	7,25	11,60	1,45	14,49
26-34	5,80	10,14	0	4,35	2,90	1,45	0	4,35	4,35	0	1,45
35-44	0	5,80	0	1,45	1,45	0	4,35	1,45	1,45	0	1,45
45-54	0	1,45	0	0	0	0	1,45	0	0	0	0
Preko 55	2,90	1,45	0	0	2,90	2,90	0	1,45	0	1,45	1,45
Ukupno	20,29	26,09	0	18,84	5,80	8,70	11,6	13,04	18,84	1,45	26,09
Veličina porodice											
Živim sam	0	4,35	0	1,45	0	0	1,45	2,90	2,90	0	1,45
Živim sa suprugom	1,45	2,90	0	1,45	0	4,35	2,90	0	1,45	0	0
Živim sa suprugom i detetom	1,45	8,70	0	1,45	1,45	0	2,90	0	1,45	0	7,25
Živim sa suprugom i decom	0	0	0	0	1,45	0	4,35	1,45	0	0	0
Živim sa detetom/decom	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Živim sa suprugom, decom i roditeljima	0	1,45	0	0	1,45	0	0	0	1,45	0	2,9
Živim sa roditeljima	2,90	8,70	0	14,49	1,45	4,35	0	8,70	11,60	1,45	13,04

Vrste proizvoda koji se kupuju onlajn(%)												
Ostalo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,45
Ukupno	20,29	26,09	0	18,84	5,80	8,70	11,6	13,04	18,84	1,45	26,09	
Stepen stručne spreme												
Osnovno obrazovanje	0	0	0	0	1,45	0	0	0	0	0	0	1,45
Srednje obrazovanje	7,25	7,25	0	5,80	0	5,80	2,90	2,90	7,25	0	1,45	
Visoko obrazovanje	11,60	17,39	0	11,60	4,35	2,90	5,80	8,70	11,60	0	21,74	
Posrdiplomske studije	1,45	1,45	0	1,45	0	0	2,90	1,45	0	1,45	1,45	
Ostalo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukupno	20,29	26,09	0	18,84	5,8	8,70	11,6	13,04	18,84	1,45	26,09	
Lični mesečni prihod (RSD)												
Do 20.000	2,90	5,80	0	4,35	0	5,80	0	2,90	5,80	0	5,80	
20.001–40.000	10,14	8,70	0	2,90	4,35	2,90	5,80	4,35	8,70	0	7,25	
40.001–60.000	0	5,80	0	4,35	1,45	0	2,90	1,45	0	1,45	5,80	
60.001–80.000	1,45	1,45	0	1,45	0	0	1,45	1,45	0	0	2,90	
80.001–100.000	1,45	0	0	0	0	0	1,45	2,90	0	0	0	
Preko 100.000	1,45	2,90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Ne znam	2,90	1,45	0	5,80	0	0	0	0	4,35	0	1,45	
Ukupno	20,29	26,09	0	18,84	5,8	8,70	11,6	13,04	18,84	1,45	26,09	

Izvor: Izradili autori na osnovu ankete

Podaci iz tabele 4. govore o najčešćim proizvodima /uslugama koje potrošači kupuju putem interneta. Najčešće se kupuju, i to u istom procentu, knjige i ostalo – rubrici gde su ispitanici sami mogli da dopišu koje proizvode i usluge najčešće kupuju putem interneta (pod *ostalo* su ispitanici dodavali garderobu, obuću, tašne, nakit, hranu). Zatim, sledeći po učestalosti kupovine su elektronski uređaji (u koje su nabrojani pametni telefoni, TV uređaji, laptop računari i oprema za računare), zatim dolaze u istom procentu sportska i fitnes oprema i kozmetika, potom hotelski aranžmani, zatim avionske karte, pa hobi alat, dečije igračke i na kraju nameštaj. Niko ne kupuje muziku onlajn.

Ispitanici koji kupuju elektroniku putem interneta su ženskog pola (14,49%), starosti do 25 godina (11,60%), visokoobrazovani potrošači (11,60%), koji žive sa svojim roditeljima i imaju lične prihode između 20.001 i 40.000 RSD.

Ispitanici koji kupuju knjige i časopise su većim procentom žene (18,84%), muškarci (7,25%), starosnog doba između 26 i 34 godine, ličnih primanja 20.001–40.000RSD i koji žive u domaćinstvu sa suprugom i sa jednim detetom.

Muziku na ovom uzorku od N=69 ispitanika koji kupuju onlajn proizvode i usluge ne kupuje niko, tj. nijedan ispitanik nije kupovao do sada muziku putem interneta.

Sportsku i fitnes opremu muškarci kupuju u malom procentu (2,9%), dok ispitanici ženskog pola u nešto većem procentu (15,94%), starosti do 25 godina (13,04%), mada i ispitanici između 26 i 34 godine, a najmanje od 45 godina pa naviše, uglavnom žive sa roditeljima i sa suprugom, i sa suprugom i detetom (1,45%), sa nivoom obrazovanja visoko (4,35%), a ličnim prihodom sa „ne znam“ koji su činili (5,80%) i između 40.001 i 60.000 RSD (4,35%).

Dečije igračke kupuju samo ženski ispitanici (5,80%), starosti između 26 i 34 godine, ali isti procenat imaju sa onom grupom preko 55 godina (2,90%), koji žive sami sa suprugom, sa suprugom i detetom, sa suprugom i decom (dvoje ili/više) i oni koji žive sa suprugom, detetom, decom, i roditeljima – svi sa istim procentom (1,45%), sa ličnim mesečnim prihodom između 20.001 i 40.001 RSD. Hobi alat kupuju jednako muški i ženski ispitanici, što je vrlo zanimljivo (4,35%), do 25 godina starosti (4,35%), koji žive sa suprugom (4,35%) i sami, sa roditeljima (4,35%). Grupa ispitanika koja kupuje hobi alat je završila srednje obrazovanje, ima lična mesečna primanja do 20.000 RSD (5,80%). Avionske karte najčešće kupuju žene (8,70%), dok oni sa srednjom i postdiplomskim studijama ne zaostaju za njima (2,90%), sa mesečnim prihodom 20.001–40.000 RSD (4,35%). Hotelske aranžmane najčešće kupuju ženski ispitanici (8,70%), dok muški ispitanici nešto manje kupuju (4,35%), do 25 godina starosti (7,25%) i između 26 i 34 godine sa (4,35%),

koji žive sa roditeljima (8,7%), koji žive sami (2,9%) ili žive sa suprugom i decom (1,45%), imaju visoko obrazovanje (8,70%) i mesečna primanja između 20.001 i 40.001 RSD (4,35%). Kozmetiku putem interneta ubedljivo kupuju samo žene (18,84%), do 25 godina (7,25%), između 26 i 34 godine nešto manje (4,35%), mada najmanje, ali ne smemo ni tu grupu zanemariti, preko 55 godina (1,45%).

Na osnovu dobijenih rezultata možemo prihvatiti polaznu hipotezu da demografske karakteristike potrošača utiču na razlike u ponašanju potrošača u onlajn kupovini.

ZAKLJUČAK

Na osnovu dobijenih podataka, prema kojima najveći procenat ispitanika onlajn kupuje jednom u tri meseca, a najmanji procenat ispitanika onlajn kupuje jednom nedeljno, kao i da najveći broj ispitanika troši do 10% dohotka za onlajn kupovinu, zatim od 10 do 30% dohotka, potom od 30 do 50% dohotka, i najmanji procenat njih troši preko 50% dohotka za onlajn kupovinu, može se zaključiti da onlajn kupovina među građanima u Novom Sadu još nije dovoljno razvijena, jer sudeći prema dobijenim podacima, dosta zaostaje u odnosu na klasičan vid kupovine u prodavnicama. Kada je reč o vrsti proizvoda koji se kupuju putem interneta, najčešće se kupuju i to u istom procentu knjige i ostalo, segment gde su ispitanici sami mogli da dopišu koje proizvode i usluge najčešće kupuju putem interneta (pod ostalo su ispitanici dodavali garderobu, obuću, tašne, nakit, hranu). Sledeći, po učestalosti kupovine, su elektronski uređaji (u koje su nabrojani pametni telefoni, TV uređaji, laptop računari i oprema za računare), zatim slede u istom procentu sportska i fitnes oprema i kozmetika, potom hotelski aranžmani, zatim avionske karte, onda hobi alat, slede dečije igračke i na kraju – nameštaj. Muziku niko od ispitanih ne kupuje onlajn. Muškarci imaju naviku da češće kupuju putem interneta u odnosu na žene, i oni u najvećem procentu kupuju nekoliko puta nedeljno, stoga, prilikom kreiranja internet marketing strategija, veći fokus treba staviti na muškarce. Starosno doba nema tako jak uticaj na učestalost kupovine putem interneta, kao ni veličina porodice, primetno je jedino da oni koji žive sami najređe kupuju putem interneta. Kada je u pitanju stepen obrazovanja, možemo zaključiti da ni tu ne postoje značajne statističke razlike, ali je primetan blag trend porasta učestalosti kupovine sa rastom nivoa obrazovanosti. Posmatrajući podatke koji se tiču ekonomskih faktora, kao što su lična primanja potrošača, možemo zaključiti da sa porastom dohotka potrošači češće kupuju onlajn. I muškarci i žene u najvećem procentu izdvajaju svega 10% prosečne zarade za onlajn kupovinu. Primetno je, iako mali procenat, svega 1.45% muških ispitanika izdvaja više od 50% dohotka

za onlajn kupovinu, za razliku od žena, koje apsolutno ne izdvajaju više od 50% dohotka za onlajn kupovinu. Dakle, i ovde se vidi da kod muškaraca postoji veća preferencija ka onlajn kupovini u odnosu na žene. Kada posmatramo starosno doba ispitanih, prema pročečnoj sumi novca koju izdvajaju za onlajn kupovinu, uočavamo da najveću sumu novca izdvajaju potrošači od 26 do 34 godine starosti koji troše od 10 do 30% dohotka za onlajn kupovinu, dok sve ostale starosne grupe izdvajaju do 10% dohotka. Kada analiziramo strukturu porodice, kao i stepen obrazovanja možemo uočiti da ne postoje statistički značajne razlike u nivou dohotka koji se troši za onlajn kupovinu. Kada je reč o visini prihoda, zanimljivo je da osobe sa prihodima između 20001 i 40000 RSD najviše izdvajaju, 10 do 30% svog dohotka, dok osobe sa višim primanjima izdvajaju u najvećem procentu do 10% prihoda za onlajn kupovinu, navodeći kao razlog da više vole da vide ili probaju proizvod prilikom kupovine. Na osnovu istraživanja pokazano je da postoje značajne statističke razlike u demografskim karakteristikama potrošača u odnosu na vrstu proizvoda koji se kupuje onlajn. Stoga je za kreiranje internet marketing strategije važno da se za svaki proizvod vrši posebno istraživanje demografskih karakteristika potrošača kako bi se mogla izvršiti pravilna segmentacija tržišta i kreirala adekvatna internet marketing strategija.

THE CONNECTION BETWEEN THE DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF CONSUMERS AND THEIR ONLINE SHOPPING HABITS

Maja Ciric

Radovan Vladisavljevic

Julija Birinji

Abstract: *Online shopping has been experiencing a huge increase in the recent years due to its numerous advantages for consumers. Among the most often mentioned ones are: the possibility of shopping throughout the day (24/7), savings in the time of going to the store, lower prices and a wider range of products. On the other hand, consumers face certain obstacles in online shopping, such as technological/security issues, mistrust, inability to try products, time consuming product selection etc. All of these changes that occurred with Internet and online shopping have led to significant changes in consumer behavior and their purchasing habits. To be successful today, companies need to have good offline as well as online marketing. In order to successfully create an internet marketing*

strategy it is of utmost importance to explore and understand consumer habits in online shopping. Therefore, the goal of this paper is to determine the frequency of online purchases, the amount of money spent in online shopping, the type of products and services that are purchased most often, and the extent to which demographic factors influence these indicators of consumer habits. The survey method was applied in this research. The obtained results provide important guidelines for defining demographic profiles of consumers and creating the appropriate internet marketing strategy.

Keywords: demographic factors, consumer behavior, online shopping, internet marketing strategy.

LITERATURA

1. Kotler, Ph., Vong, V. Sonders DŽ. Armstrong, G. (2007). *Principi marketinga*, Beograd, Mate
2. Maričić, B. (2008). *Ponašanje potrošača*. Beograd, Ekonomski fakultet
3. Milisavljević, M., Maričić B., Gligorijević, M. (2005). *Osnovi marketinga*, Beograd, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu
4. Monsuwe P. T., Dallaert C. G. B., Ruyter, K. (2004). What Drives Consumers to Shop Online? A Literature Review, *International Journal of Service Industry Management*, 15(1), 102–121
5. Motwani, B. (2016). Prediction of Buying Intention for Online Shopping: An Empirical Study. *Journal of Marketing Management*, 15 (4), 7–30
6. Novaković Rajačić, B. (2005). *Ponašanje potrošača*, Evropski univerzitet, Beograd.
7. Schiffman, G. L., Kanuk, L. L. (2004). *Ponašanje potrošača*, Zagreb, Mate
8. Solomon, M. (1996). *Consumer Behaviour Buying Having and Bing*. New Jersey, Prentice Hall Inc, Englewood Cliffs
9. Sunil (2015). Trends and practices of consumers buying online and offline, *International Journal of Commerce & Management*, 25 (4), 442–455
10. Živković, R. (2011). *Ponašanje potrošača*, Beograd, Univerzitet Singidunum

SAVREMENA PRAKSA PREDUZETNIŠTVA

Milan Stamatović¹

Almir Muhović²

Zorica Olja Komatović³

Sažetak: *Savremeni uslovi poslovanja zahtevaju inovativni pristup kako bi se ostvarila različitost u odnosu na konkurenciju i omogućila povoljna tržišna pozicija. Inovativni pristup savremene preduzetničke prakse ostvaruje se kroz postavljanje vizije poslovanja, podsticanje inovativnosti kod zaposlenih, preuzimanje rizika i razvoj poslovne ideje kroz biznis plan. Sprovedeno istraživanje na uzorku od 147 organizacija pokazalo je da organizacije podstiču zaposlene da razvijaju inovativnost, menadžeri su spremni da preuzmu rizik u poslovanju, kao i da je prisutna vizija poslovanja. Ipak, ne postoji dovoljna praksa upotrebe biznis plana u razvoju ideja, a takođe nema ni dovoljno podsticaja inovativnim zaposlenima. Karakteristike organizacije (veličina, nivo poslovanja i dužina poslovanja) značajno utiču na praksu preduzetništva organizacija u uzorku.*

Ključne reči: *preduzetništvo / inovacije / biznis plan / organizacije.*

UVOD

Savremeno poslovanje u današnjim okvirima ne može se zamisliti bez stalnog uvođenja novina, što podrazumeva preduzetnički način razmišljanja. Preduzetništvo je višedimenzionalan koncept, inovativni proces, koji uključuje posedovanje malog biznisa, koji deluje kao lider i osniva novo preduzeće. To uključuje uočavanje mogućnosti da se tržište dovede do ravnoteže ili izazove neuravnoteženost kroz *krektivne destrukcije* (Gedeon, 2010). Za preduzetništvo se može reći da je vezano za sve aspekte ljudskog ponašanja i delovanja – razvija kreativnost, pospešuje rađa-

1 Univerzitet Union-Nikola Tesla, Kneza Mihaila 63, 11 000 Beograd, e-mail: stamatovicm@sbb.rs

2 Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije, Jevrejska 24, Beograd, e-mail: amuhovic@gmail.com

3 „Polygram“ d.o.o., Solinska 10, Kragujevac, e-mail: olja@polygram.rs

nje ideja, obogaćuje ljudske potrebe (Penezić, 2003), usmereno na maksimiziranje preduzetničkih prilika i konkurentnost na globalnom tržištu (Vujović, 2010). Preduzetništvo se može odrediti kao proces u čijoj su suštini (Ožegović, Sajfert, 2009): definisanje poslovne ideje, procena poslovne ideje i izrada poslovnog plana, ostvarenje poslovne ideje i vođenje posla, potreba za stalnim treženjem novih šansi.

INOVACIJE U PREDUZETNIŠTVU

Preduzetništvo u savremenim okvirima vezuje se za inovacije; savremena preduzetnička praksa se ne može zamisliti bez inovativne aktivnosti koja stvara mogućnosti da se proizvodi i usluge preduzetnika razlikuju od onih koji se već nalaze na tržištu. Inovacije mogu da se kreću u različitim pravcima, a sve zavisi od poslovne, proizvodne, uslužne ili privredne oblasti u kojoj nastaje. Prema Drakeru (1993), inovacije se mogu kretati u sledećim pravcima: potrebe procesa, promene industrijske strukture, nova znanja i dobre zamisli. Inovacija je proces preuzimanja kreativne ideje i postupak njenog pretvaranja u koristan proizvod, uslugu ili metod rada (Milisavljević, Senić i Janošević, 1993). Draker (1996) ističe da je inovacija specifični instrument preduzetništva, predstavlja radnju koja obdaruje resurse novim kapacitetima za stvaranje bogatstva. Ona, u stvari, kreira resurs. Poslovna inovacija, prema OECD (2005), može integrisati inovacije u područjima: inovacije proizvoda/usluga, inovacije procesa i tehnologije, inovacije marketinga, inovacije organizacije. Hemel (2006) je ovoj podeli dodao još jedan oblik inovacija – inovacije u upravljanju, koje predstavljaju vođenje zaposlenih do krajnjeg rezultata na nov i jedinstven način.

Da bi inovacija nastala, u organizaciji mora da se podstiče kreativnost. Organizacija koja nije kreativna i inovativna verovatno neće opstati na promenljivom tržišnom okruženju. Organizacija se sastoji od velikog broja pojedinaca koji su različiti po svojim karakteristikama. Iskoristiti kreativnost pojedinaca primaran je cilj organizacije, tako da njihovi menadžeri moraju pospešiti proces razvijanja kreativnosti i inovativnosti. Kreativni proces u organizacijama sastoji se iz tri faze (Quinn, 1985): nastanak ideje, rešavanje problema, razvoj ideje i primena. Klima za kreativnost i inovativnost je ta koja promovise upotrebu novih proizvoda, usluga i načina rada. Ova klima podržava razvoj novih pristupa, prakse i koncepata, a usklađena je sa inovacionim autputima: nove ideje, poboljšani procesi, novi proizvodi ili ulaganja (Bessant i Tidd, 2007).

ZNAČAJ MENADŽEMENTA I IZRADE BIZNIS PLANA U PREDUZETNIŠTVU

Da bi preduzetnik započeo poslovanje, neophodno je da sagleda sve aspekte budućeg posla. To je moguće samo uz pomoć biznis plana, koji ima brojne uloge u poslovanju preduzetnika, a između ostalog služi za (Ožegović i Sajfert, 2009): trening preduzetničke grupe, proveravanje poslovne ideje/mogućnosti, uključivanje novih članova/znanja o grupi, izgrađivanje konsenzusa o poduhvatu, priprema dokumentacije za organizaciju/investitora, vodič za kasnije poslovanje i sl. Izrada biznis plana može se posmatrati kroz sedam faza (Stanković i Vukmirović, 1995): istorija poslovanja i sadašnja situacija, istraživanje tržišta, konkurentska poslovna strategija, funkcionisanje prodaje, rezultati predviđanja, kontrola poslovanja, pisanje i prezentacija biznis plana. Korisnici biznis plana mogu biti unutar organizacije (zaposleni, menadžment i sl.), kao i korisnici van organizacije, tako da preduzetnik pomoću njega predstavlja opasnosti i šanse preduzetničkog posla, objašnjava način kako će izaći na tržište, kako će biti bolji od konkurencije i kako će privući potrošače.

U savremenim uslovima poslovanja odnos preduzetnika i menadžera može biti veoma jednostavan, ali i veoma komplikovan, s obzirom na to da se njihove aktivnosti prepliću. Savremeni preduzetnički menadžer razrađuje i nastoji da implementira sledeće poslovne principe (Biggs, 1996): poverenje nije jednosmerna pojava, nego međudnos; menadžerski rad se može odvijati samo kroz saradnju; svaka saradnja zavisi od uspostavljene „atmosfera ili klime“ u organizaciji; cilj organizacije mora da bude precizno određen i definisan; cilj mora da bude svima jasan; u postavljanju plana mora biti prisutna sigurnost da će ono što je planirano biti i ostvareno; poverenje će biti iluzija ako reči ne prate dela; preciznost u izvršenju zadataka u za to određeno vreme i na predviđen način, bez odstupanja; humanizacija discipline je neophodna i jedino moguća kroz poštovanje ličnim primerom; izražena istrajnost prilikom izvršenja zadataka.

Menadžer mora da bude inicijator promena i neko ko će promene sprovesti u delo, dok preduzetnik, iako ima ideju, koju ne zna kako da realizuje – nikada neće moći tržišno da je potvrdi. Menadžeri moraju da imaju posebne veštine za svaku oblast kojom upravljaju kako bi se ostvarila veća efikasnost i omogućio kontinuelni rast. Menadžment je odgovoran za opstanak, rast i razvoj organizacije, a ne za planiranje ličnog blagostanja i profitabilnosti, pa se tu i razdvaja menadžerska i vlasnička funkcija (Stamatović i Zakić, 2010).

ODNOS PREDUZETNIČKOG MENADŽMENTA I LIDERSTVA

Liderstvo postoji od postanka ljudskog društva. Stoner (2002) je definisao liderstvo kao proces kojim se delatnost članova grupe usmerava ka ostvarenju zadataka. Grindberg i Baron (1997) naglašavaju da je liderstvo proces tokom kojeg jedna osoba utiče na druge članove grupe radi ostvarenja ciljeva grupe ili organizacije.

U obrazloženju stručnosti koju treba da poseduju uspešni lideri potrebno je znati da je znanje osnovni zahtev liderstva i da je lideru potrebna preduzetnička sposobnost. Liderstvo je proces u kome pojedinac ostvaruje uticaj na grupu radi ostvarenja zajedničkih ciljeva, motivišući ih na određeno ponašanje. Najčešće se o motivu govori kao o uzroku ponašanja, zatim kao o činiocu koji podstiče akcije pojedinaca i upravlja njima ili kao odlučujućem činiocu aktivnosti. Neki smatraju da su motivi ideje ili koncepti koji objašnjavaju ponašanje (Orlić, 2010). U organizaciji lideri moraju da vode računa o vrsti motivatora koji su poželjniji za zaposlene i da ih menjaju, variraju i prilagođavaju (Bojanović i dr., 1995).

Dobar lider mora voditi zaposlene na način da se podstiče njihova inovativnost i kreativnost. Da bi se to postiglo, neophodno je da se izostave formalne uloge u organizaciji, odnosno da se ostvari zajednički uticaji deljenjem odgovornosti za vođstvo među članovima tima bez obzira na formalne uloge i titule (Đorđević i dr., 2013). Osobine zaposlenih i faktori sredine predstavljaju važne odrednice za izbor odgovarajućeg leaderskog ponašanja koje će na pravi način motivisati zaposlene na rad. Sugerise se osam oblika leaderskog ponašanja po Hausovoj "Put- cilj" teoriji (House i Path-Goal, 1996): ponašanja koja pojašnjavaju put, ponašanja koja poboljšavaju rad, ponašanja usmerena na postignuće, podržavajuće ponašanje, ponašanja koja poboljšavaju interakciju, ponašanja usmerena na odlučivanje u grupama, ponašanja povezana sa predstavljanjem, ponašanja zasnovana na vrednostima.

Motivisanjem na rad i dobrim liderstvom stvara se bolja atmosfera u organizaciji, jača se timski duh i saradnja, bolja je komunikacija među zaposlenima. Svaku inovaciju je u takvoj atmosferi lakše sprovesti u delo, uz veće krajnje efekte poslovanja. Ipak, savremenim uslovima, smatra se da postoji previše menadžmenta, a malo liderstva (Kotler, 1998). Bez obzira na funkciju koju obavljaju u organizaciji, menadžeri bez leaderske sposobnosti ne mogu da vode organizaciju do poslovnog uspeha. Suština uspeha je u pažljivom kombinovanju snažnog liderstva i snažnog menadžmenta, usaglašavanju vizije lidera i svakodnevnog rada svih zaposlenih na njenom ostvarivanju, kroz edukaciju i održivost (Andevski, Urošević i Stamatović, 2012).

MENADŽMENT FUNKCIJE PREDUZETNIKA

Ukoliko preduzetnik započinje sopstveni posao, on mora da bude ujedno i menadžer u svom poslu. Menadžeri imaju za cilj ostvarivanje poslovnog uspeha organizacije, ali isto tako oni moraju imati etičnost koja se odlikava u doprinosima široj društvenoj zajednici (Georgescu, 2013). Menadžeri usmeravaju organizaciju pa tako njihov rad može da bude presudan za preduzetnički uspeh organizacije. Bitna obeležja menadžmenta su (Dukić i Milivojević, 2011): rad sa ljudima, ostvarivanje ciljeva organizacije koji se ogledaju u ispunjavanju svrhe i misije, težnja ka balansu između efikasnosti i efektivnosti, relativno ograničeni resursi i promenljivi uslovi poslovanja.

Odluke i konsekvence aktivnosti koje menadžeri sprovode, na kraju, imaće uticaj na efikasno korišćenje resursa organizacije (Boyatzis, 1982), nezavisno o kojoj se organizaciji radi i čime se bavi. Menadžeri ispoljavaju širok spektar ponašanja, kako zbog prirode posla tako i zbog organizacije u kojoj rade, tako da se ishodi ponašanja ne mogu nužno lako odrediti i izmeriti (Brown, 1994).

Preduzetnici u svom poslu moraju često da budu i menadžeri, pa tako obavljaju menadžerske funkcije planiranja, organizovanja, vođenja i kontrolisanja, dok menadžmet mora da postoji, bez obzira o kojoj se organizaciji posla radi kao i na kojem organizacionom nivou se sprovodi (Olum, 2004). Kroz funkcije planiranja, organizovanja, vođenja i kontrole, preduzetnik obezbeđuje ostvarenje postavljenog kratkoročnog i dugoročnog cilja uz raspoložive resurse (Đurić, 2015).

Planiranje je funkcija kojom se bira efikasan pravac akcija za pribavljanje, alokaciju, korišćenje i zamenu resursa organizacije (Wren i Dem Voich, 1994). Ljudi koji rade zajedno, u grupama, da bi postigli neke ciljeve, moraju imati uloge koje izvršavaju, umnogome slične onima koje imaju glumci, bez obzira da li te uloge razvijaju same, ili su nastale slučajno ili nenamerno, ili ih pak definiše i strukturira neko ko želi osigurati da ti ljudi na specifičan način pridonesu radu grupe (Vesović, 2001), a to se ostvaruje kroz funkciju organizovanja. Uticaj unutrašnjih i spoljašnjih činilaca organizacije veoma je važan za oblikovanje organizacione strukture, tako da će organizacije koje deluju u nestabilnoj okolini, znatno češće morati da menjaju svoju organizacionu strukturu nego u slučaju kada je ta okolina stabilna (Bulat, 2001). Vođstvo je proces kojim se utiče na druge da bi se angažovali na najbolji način radi efikasnog i efektivnog ostvarivanja organizacionih resursa. Za lidere je karakteristično da oni dobro poznaju svoj posao, imaju tehničko znanje o poslovnim aktivnostima svojih organizacija i znaju sve probleme sa kojima se njihove organizacije suočavaju (Vilijams, 2010). Kontrolisanje, kao upravljačka aktivnost predstavlja proces kojim se teži da se obezbedi da njegovi ostvareni rezultati poslovanja odgovaraju planiranim. Kon-

trola (Merchant i Van der Stede, 2003) podrazumeva nastojanje da se obezbedi da zaposleni budu posvećeni organizaciji, odnosno njenim ciljevima. Samo adekvatnim upravljanjem moguće je da se preduzetnička aktivnost kroz plansku, organizacionu, lidersku i kontrolnu funkciju ostvari, odnosno da se ideja uspešno tržišno realizuje.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 147 organizacija koje posluju na teritoriji Srbije. Istraživanje predstavlja studiju preseka, empirijskog je karaktera, a za prikupljanje podataka korišćen je namenski pripremljen upitnik koji se popunjavao anonimno. Obrada prikupljenih podataka vršena je pomoću SPSS23 softvera za obradu podataka.

U uzorku je najviše bilo organizacija srednje veličine (40,1%), slede mikro organizacije (22,4%), zatim velike organizacije, a najmanje je malih organizacija (17,7%). Najveći procenat organizacija u uzorku posluju na lokalnom nivou (38,1%), slede organizacije koje posluju na nacionalnom nivou (34,7%), zatim organizacije koje posluju na regionalnom nivou (15,6%), a najmanje je organizacija koje posluju na međunarodnom nivou (11,6%). Najviše organizacija u uzorku posluje preko 15 godina (72,1%), od 8 do 15 godina posluje 18,4% organizacija, do 3 godine posluje 6,1% organizacija, dok je najmanje organizacija koje posluju od 4 do 7 godina (3,4%). Karakteristike organizacija u uzorku predstavljene su tabelom 1.

Tabela 1. Karakteristike organizacija u uzorku

VELIČINA ORGANIZACIJE	APSOLUTNE FREKVENCije	RELATIVNE FREKVENCije
Mikro organizacija	33	22.4
Mala organizacija	26	17.7
Srednja organizacija	59	40.1
Velika organizacija	29	19.7
NIVO POSLOVANJA ORGANIZACIJE	APSOLUTNE FREKVENCije	RELATIVNE FREKVENCije
Lokalni nivo	56	38.1
Nacionalni nivo	51	34.7
Regionalni nivo	23	15.6
Međunarodni nivo	17	11.6
DUŽINA POSLOVANJA ORGANIZACIJE	APSOLUTNE FREKVENCije	RELATIVNE FREKVENCije
Do 3 godine	9	6.1
Od 4 do 7 godina	5	3.4
Od 8 do 15 godina	27	18.4
Preko 15 godina	106	72.1

Izvor: Autor

Od ispitanika se tražilo da ocene preduzetničke aktivnosti ocenama od 1 (najmanja ocena) do 5 (najviša ocena). Rezultati su pokazali (Tabela 2.) da je najbolje ocenjeno postojanje vizije poslovanja u organizacijama (srednja vrednost ocena 4,51), sledi spremnost menadžmenta da preuzme rizik kako bi se nova ideja iznela na tržište (srednja vrednost ocena 3,99), obavljanje edukacije zaposlenih u cilju povećanja inovativnosti (srednja vrednost ocena 3,70), traženje od zaposlenih da iznose poslovne ideje (srednja vrednost ocena 3,58), pripremanje biznis plana za poslovne ideje (srednja vrednost ocena 3,44), nagrađivanje inovativnosti zaposlenih (srednja vrednost ocena 3,03), dok je najgore ocenjeno angažovanje spoljnih saradnika kako bi se došlo do novih ideja (srednja vrednost ocena 2,78).

Tabela 2. Srednje vrednosti ocena preduzetničkih aktivnosti u organizacijama u uzorku

POSMATRANE VARIJABLE	Srednje vrednosti ocena
U Vašoj organizaciji od zaposlenih se stalno traži da iznose poslovne ideje	3.58
U Vašoj organizaciji obavlja se edukacija zaposlenih u cilju povećanja inovativnosti	3.70
Za poslovne ideje u Vašoj organizaciji priprema se poseban biznis plan	3.44
Inovativnost zaposlenih se u Vašoj organizaciji posebno nagrađuje	3.03
U Vašoj organizaciji postoji jasna vizija poslovanja	4.51
Vaša organizacija angažuje spoljne saradnike kako bi došla do novih ideja	2.78
Menadžment je spreman da preuzme rizik da bi se nova ideja iznela na tržište	3.99

Izvor: Autor

Pomoću X^2 (Hi-kvadrat) testa utvrđeno je da li postoji razlika u preduzetničkim aktivnostima organizacija koje su različite veličine, nivoa poslovanja i dužine poslovanja. Za postojanje razlike uzeta je vrednost 0,05 (postoji značajna razlika za sve vrednosti $\text{Sig} \leq 0,05$). Tabelom 3. predstavljene su razlike u preduzetničkim aktivnostima organizacija različite veličine (mikro, male, srednje i velike). Može se videti da u svim posmatranim varijablama postoji statistički značajna razlika u preduzetničkim aktivnostima, s obzirom da su sve vrednosti manje od 0,05, pa se zaključuje da veličina organizacije značajno utiče na razlike u preduzetničkim aktivnostima.

Tabela 3. Razlike u preduzetničkim aktivnostima organizacija koje su različite veličine

VELIČINA ORGANIZACIJE	U Vašoj organizaciji od zaposlenih se stalno traži da iznose poslovne ideje		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	55.313(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	58.693	12	.000
Linear-by-Linear Association	.336	1	.562
N of Valid Cases	147		
VELIČINA ORGANIZACIJE	U Vašoj organizaciji obavlja se edukacija zaposlenih u cilju povećanja inovativnosti		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	104.364(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	121.931	12	.000
Linear-by-Linear Association	10.388	1	.001
N of Valid Cases	147		
VELIČINA ORGANIZACIJE	Za poslovne ideje u Vašoj organizaciji priprema se poseban biznis plan		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	55.519(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	74.222	12	.000
Linear-by-Linear Association	24.678	1	.000
N of Valid Cases	147		
VELIČINA ORGANIZACIJE	Inovativnost zaposlenih se u Vašoj organizaciji posebno nagrađuje		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	54.621(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	61.928	12	.000
Linear-by-Linear Association	5.502	1	.019
N of Valid Cases	147		
VELIČINA ORGANIZACIJE	U Vašoj organizaciji postoji jasna vizija poslovanja		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22.080(a)	12	.037*
Likelihood Ratio	25.270	12	.014
Linear-by-Linear Association	.011	1	.917
N of Valid Cases	147		
VELIČINA ORGANIZACIJE	Vaša organizacija angažuje spoljne saradnike kako bi došla do novih ideja		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	70.532(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	79.523	12	.000
Linear-by-Linear Association	.054	1	.816
N of Valid Cases	147		
VELIČINA ORGANIZACIJE	Menadžment je spreman da preuzme rizik da bi se nova ideja iznela na tržište		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	82.925(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	94.290	12	.000
Linear-by-Linear Association	.758	1	.384
N of Valid Cases	147		

Izvor: Autor

Tabelom 4. predstavljene su razlike u preduzetničkim aktivnostima organizacija koje posluju na različitom nivou poslovanja (lokalni, nacionalni, regionalni i međunarodni). Može se videti da je značajnost razlike manja od 0,05 za sve posmatrane varijable, pa se zaključuje da nivo poslovanja organizacije značajno utiče na preduzetničke aktivnosti.

Tabela 4. Razlike u preduzetničkim aktivnostima organizacija koje posluju na različitom nivou

NIVO POSLOVANJA	U Vašoj organizaciji od zaposlenih se stalno traži da iznose poslovne ideje		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	58.662(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	64.004	12	.000
Linear-by-Linear Association	11.372	1	.001
N of Valid Cases	147		
NIVO POSLOVANJA	U Vašoj organizaciji obavlja se edukacija zaposlenih u cilju povećanja inovativnosti		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	59.498(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	68.080	12	.000
Linear-by-Linear Association	9.113	1	.003
N of Valid Cases	147		
NIVO POSLOVANJA	Za poslovne ideje u Vašoj organizaciji priprema se poseban biznis plan		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	84.362(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	96.745	12	.000
Linear-by-Linear Association	33.354	1	.000
N of Valid Cases	147		
NIVO POSLOVANJA	Inovativnost zaposlenih se u Vašoj organizaciji posebno nagrađuje		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	48.639(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	61.663	12	.000
Linear-by-Linear Association	.033	1	.856
N of Valid Cases	147		
NIVO POSLOVANJA	U Vašoj organizaciji postoji jasna vizija poslovanja		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29.302(a)	12	.004*
Likelihood Ratio	31.526	12	.002
Linear-by-Linear Association	1.399	1	.237
N of Valid Cases	147		
NIVO POSLOVANJA	Vaša organizacija angažuje spoljne saradnike kako bi došla do novih ideja		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	76.807(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	85.946	12	.000
Linear-by-Linear Association	.005	1	.943
N of Valid Cases	147		

NIVO POSLOVANJA	Menadžment je spreman da preuzme rizik da bi se nova ideja iznela na tržište		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	56.695(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	55.221	12	.000
Linear-by-Linear Association	.005	1	.944
N of Valid Cases	147		

Izvor: Autor

Tabelom 5. predstavljene su razlike u preduzetničkim aktivnostima u organizacijama koje posluju različit vremenski period (do 3 godine, od 4 do 7 godina, od 8 do 15 godina i preko 15 godina). Može se videti da je za sve posmatrane varijable značajnost razlike manja od 0,05, pa se zaključuje da dužina poslovanja značajno utiče na razlike u preduzetničkim aktivnostima organizacija.

Tabela 5. Razlike u preduzetničkim aktivnostima u organizacijama koje posluju različit vremenski period

DUŽINA POSLOVANJA	U Vašoj organizaciji od zaposlenih se stalno traži da iznose poslovne ideje		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	30.160(a)	12	.003*
Likelihood Ratio	29.866	12	.003
Linear-by-Linear Association	.244	1	.621
N of Valid Cases	147		
DUŽINA POSLOVANJA	U Vašoj organizaciji obavlja se edukacija zaposlenih u cilju povećanja inovativnosti		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	36.493(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	39.070	12	.000
Linear-by-Linear Association	.260	1	.610
N of Valid Cases	147		
DUŽINA POSLOVANJA	Za poslovne ideje u Vašoj organizaciji priprema se poseban biznis plan		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	68.686(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	73.360	12	.000
Linear-by-Linear Association	10.746	1	.001
N of Valid Cases	147		
DUŽINA POSLOVANJA	Inovativnost zaposlenih se u Vašoj organizaciji posebno nagraduje		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	61.193(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	59.038	12	.000
Linear-by-Linear Association	2.743	1	.098
N of Valid Cases	147		

DUŽINA POSLOVANJA	U Vašoj organizaciji postoji jasna vizija poslovanja		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	49.889(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	36.521	12	.000
Linear-by-Linear Association	.249	1	.618
N of Valid Cases	147		
DUŽINA POSLOVANJA	Vaša organizacija angažuje spoljne saradnike kako bi došla do novih ideja		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	65.349(a)	12	.000*
Likelihood Ratio	62.561	12	.000
Linear-by-Linear Association	.770	1	.380
N of Valid Cases	147		
DUŽINA POSLOVANJA	Menadžment je spreman da preuzme rizik da bi se nova ideja iznela na tržište		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	30.326(a)	12	.002*
Likelihood Ratio	33.433	12	.001
Linear-by-Linear Association	.105	1	.746
N of Valid Cases	147		

Izvor: Autor

ZAKLJUČAK

Sprovedeno istraživanje na uzorku od 147 organizacija pokazalo je da je najviše vrednovano postojanje vizije poslovanja kao karakteristike savremenog preduzetnika, kao i spremnost menadžmenta na preuzimanje rizika. Iznadprosečno je vrednovana i edukacija zaposlenih u cilju povećanja inovativnosti, kao i traženje od zaposlenih da iznose poslovne ideje. Manje ocene su date za nagrađivanje zaposlenih koji su inovativni, za postojanje biznis plana za poslovne ideje, dok je najmanjom prosečnom ocenom ocenjeno angažovanje spoljnih saradnika kako bi se došlo do novih ideja. Vidi se da u organizacijama postoji razvijena svest o značaju vizije poslovanja, preuzimanju rizika, edukaciji zaposlenih u cilju povećanja inovativnosti, kao i insistiranju kod zaposlenih da iznose poslovne ideje, dok se nedovoljno izrađuje biznis plan za poslovne ideje, a takođe se ne nagrađuju zaposleni koji su inovativni.

Rezultati su pokazali da se značajno razlikuju preduzetničke aktivnosti kod organizacija koje su različite veličine, nivoa poslovanja i dužine poslovanja. Svaka organizacija, bez obzira na karakteristike, mora da razvija preduzetnički duh i radi na povećanju inovativnosti, iako je ovim istraživanjem pokazano da karakteristike organizacije značajno utiču na razlike u preduzetničkim aktivnostima.

Današnji uslovi poslovanja nameću imperativ različitosti u odnosu na druge. To se može postići jedino kroz inovativne aktivnosti i razvoj inovacija, što je osnova savremene preduzetničke prakse. Preduzetnici su oni koji gledaju u budućnost, imaju viziju poslovanja i prihvataju rizik. Postoji potreba sastavljanja biznis plana u preduzetničkim aktivnostima kako bi se sagledali svi aspekti posla, a isto tako je neophodno da se podstiče inovativnost zaposlenih, ali da se ona i adekvatno nagrađuje.

MODERN ENTREPRENEURIAL PRACTICE

Milan Stamatovic

Almir Muhovic

Zorica Olja Komatovic

Abstract: *Modern business conditions require an innovative approach, in order to be different from your competitors and secure a favorable market position. The innovative approach of modern entrepreneurial practice is realized through establishing the vision of business, encouraging employee innovation, taking risks and developing business ideas through a business plan. A survey was conducted on the sample of 147 organizations. It has shown that organizations encourage employees to develop innovation, managers are willing to take risks in business operations, and the vision of business in the future is clearly present. However, the conclusion is that there is not enough practice of using a business plan in the development of ideas, and there is also insufficient incentive for innovative employees. In the observed sample of organizations, it has been found that the characteristics of organizations (size, level of business and length of business) significantly influence the entrepreneurial practice.*

Keywords: *entrepreneurship, innovation, business plan, organization.*

LITERATURA

1. Andevski, M., Urošević, S., Stamatović, M. (2012). Discourse of Sustainable Development – a Base of Environmental Education in Serbia, *Environmental engineering and management journal*, 11 (6), 1611–1626
2. Bessant, J., Tidd, J. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*, London, John Wiley & Sons

3. Biggs, L. (1996). *Rational Factory*, Baltimore, Jones Hopkins University Press.
4. Bojanović, R., Čizmić, S., Štajnberg, I., Petrović, I. (1995). *Psihologija i menadžment*, Beograd, Filozofski fakultet, Institut za psihologiju
5. Boyatzis, R. E. (1982). *The Competent Manager*, London, Wiley
6. Brown, R. B. (1994). Reframing the competence debate: management knowledge and meta-competence in graduate education, *Management Learning*, 25 (2), 289–299
7. Bulat, V. (2001). *Teorija organizacije*, Kruševac, ICIM
8. Đorđević Bojanović, J., Dražeta, L., Babić, L., Dobrijević, G. (2013). *Razvoj karijere i poslovnih veština*, Beograd, Univerzitet Singidunum
9. Drucker, F. P. (1993). *Innovation and Entrepreneurship*, New York. HarperCollins Publishers
10. Drucker, P. (1996). *Inovacije i preduzetništvo*, Beograd, Grmeč – Privredni pregled
11. Đukić, D., Milivojević, T. (2011). Model menadžment konsaltinga za preduzetnike i vlasnike malih preduzeća, *Industrija*, 39 (2), 336–355
12. Đurić, I. (2015). Smisao i značaj menadžmenta u obrazovanju, *Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Prištini*, 45 (4), 117–135
13. Gedeon S. (2010). *What is Entrepreneurship?*, Ontario, Canada, Ted Rogers School of Management, Ryerson University Toronto
14. Georgescu, S. (2013). The moral manager: Regaining etics for business, *Business Excellence and Management*, 3 (4), 24–29
15. Grindberg, G., Baron, A., R. (1997). *Ponašanje u organizacijama: Razumevanje i upravljanje ljudskom stranom rada*, Beograd, Želnid, Beograd
16. Hamel, G. (2006). The Why, What and How of Management Innovation, *Harvard Business Review*, 84 (2), 72–84
17. House, R. J. (1996). Path-goal theory of leadership: Lessons, legacy, and a reformulated theory. *The Leadership Quarterly*, 7(3), 323–352
18. Kotter, DŽ., P. (1998). *Vođenje promene*, Beograd, Želnid
19. Merchant, K., Van der Stede, W. (2003). *Management Control Systems – Performance Measurement, Evaluation and Incentives*, New York, Prentice Hall.
20. Milisavljević, M., Senić, P., Janošević, S. (1993). *Inovacije i tehnološka strategija preduzeća*, Beograd, Ekonomski fakultet.
21. OECD (2005). *OSLO Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, OECD and Eurostat, 3rd edition.
22. Olum, Y. (2004). *Modern Management Theories and Practices*, Kenya, School of Monetary Studies.

23. Orlić, R. (2010). *Kadrovski menadžment*, Beograd, Ekonomski fakultet.
24. Ožegović, L., Sajfert, Z. (2009). *Preduzetništvo*, Novi Sad, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment.
25. Penezić, N. (2003). *Kako postati preduzetnik*, Beograd, Republička agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća i preduzetništva.
26. Quinn, J. B. (1985). Managing Innovation: Controlled Chaos, *Harvard Business Review*, (63)
27. Stamatović, M., Zakić, N. (2010). Effect of the global economic crisis on small and medium enterprises in Serbia, *Serbian Journal of Management*, 5 (1), 151–162
28. Stanković, F., Vukmirović, N. (1995). *Preduzetništvo-nove metode i tehnike*, Novi Sad, Matica srpska
29. Stoner, A., F. R., Friman, E., Gilbert, D. R. (2002). *Menadžment*, Beograd, Želnid
30. Vesović, V. (2001). *Menadžment u saobraćaju*, Beograd, Saobraćajni fakultet.
31. Vilijams, C. (2010). *Principi menadžmenta*, Beograd, Data status
32. Vujić, V. (2010). *Preduzetnički menadžment usluga*, Novi Sad, USEE – Unija fakulteta jugoistočne Evrope, Fakultet za pravne i poslovne studije, Prometej
33. Wren D. A., Dem Voich J. R. (1994). *Menadžment – Proces, struktura i ponašanje*, Beograd, Privredni pregled.

PREGLEDNI RADOVI

MEHANIZMI PODRŠKE POLJOPRIVREDI I RURALNOM RAZVOJU U AP VOJVODINI

Katarina Đurić¹

Radivoj Prodanović²

Sažetak: *Poljoprivrednicima i ruralnom stanovništvu AP Vojvodine, osim subvencija iz agrarnog budžeta, na raspolaganju stoje i sredstva Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo.*

Cilj rada je da se prikažu obim i struktura subvencija u 2017. godini, kao i da se utvrdi njihova uskladenost sa razvojnim prioritetima.

Poljoprivreda ima značajno mesto u programu razvoja AP Vojvodine 2014-2020. godine, a akcenat je na obrazovanju ruralnog stanovništva, poboljšanju kvaliteta života na selu u cilju povećanja zaposlenosti i zaustavljanju trendova depopulacije, uspostavljanju integralnog planiranja i korišćenja vodnih resursa, kao i unapređenju upravljanja životnom sredinom.

U strukturi subvencija namenjenih poljoprivredi i ruralnom razvoju na području AP Vojvodine u 2017. godini najveći udeo imaju sredstva namenjena rekonstrukciji i izgradnji sistema za navodnjavanje i odvodnjavanje, obnovi poljoprivredne mehanizacije, kao i motivisanju mladog stanovništva za ostanak na selu.

Polazeći od aktuelnog stanja i postojećih razvojnih ograničenja, ali i razvojnih ciljeva, ovakva struktura subvencija trebalo bi da omogući podizanje kvaliteta poljoprivredne proizvodnje na viši nivo i stvaranje neophodnog radnog kontingenta, koji će agrarni sektor AP Vojvodine učiniti konkurentnim..

Ključne reči: *poljoprivreda / ruralni razvoj / subvencije / strategija / AP Vojvodina.*

1 Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet, Trg Dositeja Obradovića 8, e-mail: katarina.djuric@polj.uns.ac.rs

2 Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Cvečarska 2, Novi Sad, e-mail: rprodanovic@fimek.edu.rs

Rad je rezultat istraživanja u okviru projekta 114-451-2601/2016-3 koji finansira Pokrajinski sekretarijat za visoko obrazovanje i naučnoistraživačku delatnost.

UVOD

Raspoloživost poljoprivrednog zemljišta, osnovnog faktora poljoprivredne proizvodnje, opredelio je AP Vojvodinu kao tipičan poljoprivredni region na području Republike Srbije. Od ukupno 5.056.000 hektara poljoprivrednog zemljišta u Republici Srbiji, u Vojvodini se nalazi 34,6% površine (Ševarlić, 2015). Pored toga, tradicija bavljenja poljoprivredom i izražen visok stepen ruralnosti najvećeg dela naseljenih mesta utiču na značajan udeo poljoprivrede u privrednoj strukturi pokrajine. Upravo zbog toga, u Programu razvoja AP Vojvodine do 2020. godine posebna pažnja usmerena je prema poljoprivredi, odnosno razvoju ruralnih područja.

Poljoprivrednicima i ruralnom stanovništvu AP Vojvodine, osim subvencija iz nacionalnog budžeta, na raspolaganju stoje i sredstva koja se u razvoj poljoprivrede i sela usmeravaju od strane Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo. Struktura i obim tih sredstava trebalo bi da budu usklađeni sa razvojnim strategijama poljoprivrede na nivou Republike Srbije, ali i ciljevima razvoja ruralnih područja, koji su definisani na pokrajinskom nivou. U radu je pažnja posvećena utvrđivanju stepena kompatibilnosti između ciljeva definisanih u razvojnoj strategiji i namene subvencija u oblasti poljoprivrede na području AP Vojvodine.

Razvoj poljoprivrede i ruralnih područja zahteva povećavanje agrarnog budžeta i usmeravanje sredstava na investicije i programe ruralnog razvoja (Kuzman i sar., 2017), te će se pažnja u radu usmeriti baš u tom pravcu.

CILJ I ZNAČAJ RADA

Cilj rada je da se utvrdi stepen usklađenosti strukture subvencija u 2017. godini sa razvojnim prioritetima u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja definisanim za period od 2014. do 2020. godine. Predstavljajući i analiza mehanizama podrške poljoprivredi i ruralnom razvoju na području AP Vojvodine, kao i njihovo poređenje sa strateškim odrednicama razvoja poljoprivrede i ruralnih područja važni su zadaci sa aspekta definisanja novih neophodnih mera u funkciji dinamiziranja sektora poljoprivrede.

U skladu sa ciljem istraživanja, u radu su primenjene kvalitativne i kvantitativne metode svojstvene društvenim naukama. Obrada literaturnih izvora koji se odnose na mehanizme finansiranja poljoprivrede i ruralnog razvoja izvršena je primenom metoda deskripcije, istorijskog metoda, zatim metoda analize i sinteze. U obradi

statističkih podataka o subvencijama u poljoprivredi na području AP Vojvodine korišćene su standardne statističke metode.

MESTO POLJOPRIVREDE U PROGRAMU RAZVOJA AP VOJVODINE 2014-2020.

Program razvoja AP Vojvodine za period od 2014. do 2020. godine je razvojni dokument u kome se, pored ostalih segmenata društveno-ekonomskog života, sagledavaju mesto, uloga i pravci budućeg razvoja agrokompleksa.

Strateški pravci razvoja AP Vojvodine prepoznati su ne samo u sektoru privrede i unutarregionalnog razvoja već i u nauci, obrazovanju, zaštiti životne sredine, zaštiti i održivom korišćenju kulturne baštine kao neobnovljivog resursa, kao i među brojnim kreatorima ekonomskog, socijalnog i ekološkog razvoja na nivou Republike Srbije, AP Vojvodine i u lokalnim samoupravama (Grupa autora, 2014). U skladu sa Nacrtom nacionalnog plana regionalnog razvoja i Programa razvoja AP Vojvodine, definisane su četiri prioritetne razvojne oblasti:

Prioritet 1. Razvoj ljudskih resursa;

Prioritet 2. Razvoj infrastrukture i uslova za pristojan život i rad;

Prioritet 3. Održivi privredni rast;

Prioritet 4. Razvoj institucionalne infrastrukture.

U okviru prve prioritetne ose, odnosno razvoja ljudskih resursa, pored ostalog, definisana je i mera 1.4. – obrazovanje seoskog stanovništva. Realizacija ove mere osmišljena je kroz formiranje seoskih škola, koje bi trebalo da predstavljaju svojevrsne kulturno-edukativne centre lokalnih ruralnih zajednica. Njihova uloga, osim pružanja formalnog osnovnog obrazovanja, bila bi i u domenu neformalne edukacije i socijalnog povezivanja ruralnog stanovništva. Takođe, kao moćan instrument razvoja sela u AP Vojvodini prepoznato je udruživanje seoskih osnovnih škola sa regionalnim srednjim poljoprivrednim školama. Kako bi ove asocijacije obrazovnih ustanova mogle da postanu pokretač razvoja ljudskih resursa u ruralnim sredinama, bilo bi neophodno da i poljoprivredni fakulteti preuzmu konsultantsku, odnosno mentorsku ulogu.

Druga prioritetna osa razvojne strategije, koja podrazumeva razvoj infrastrukture i uslova za pristojan život i rad, u oblasti ruralnog razvoja definisala je sledeće mere:

Mera 2.2. Poboljšanje kvaliteta života na selu u cilju povećanja zaposlenosti i zastavljanja trendova depopulacije;

Mera 2.5. Uspostavljanje integralnog planiranja i korišćenja vodnih resursa, kanalske mreže i podsistema;

Mera 2.8. Unapređenje i upravljanje životnom sredinom.

Problem migracija – i kao njihova posledica– depopulacija sela, predstavlja jedno od ključnih ograničenja razvoja. U cilju zaustavljanja trendova depopulacije u selima AP Vojvodine, u ovom razvojnom dokumentu predlažu se mere koje će omogućiti, pre svega, poboljšanje infrastrukturne povezanosti i unapređenje komunalne i informacione infrastrukture. Usmeravanje javnih investicija u seoska područja trebalo bi da bude prepoznato kao početni impuls i za investicije privatnog sektora kako bi se lokalnom stanovništvu obezbedili veći prihodi i bolji uslovi života. S obzirom na izuzetno težak položaj žena na selu i sve veće narušavanje rodne strukture stanovništva u ruralnim područjima usled njihove migracije ka urbanim centrima, u Strategiji se naglašava potreba za formalnim i neformalnim obrazovnjem žena na selu, zdravstvenom edukacijom, obaveštavanjem o vidovima socijalne zaštite koja im stoji na raspolaganju, kao i njihovom osnaživanju u kontekstu preduzetništva i samozapošljavanja.

U cilju efikasnijeg korišćenja raspoloživih vodnih resursa, u periodu do 2020. godine na području AP Vojvodine planira se revitalizacija kanalske mreže DTD i podsistema Tisa– Palić, završetak regionalnog sistema Tisa – Čik – Krivaja, kao i revitalizacija akumulacija u Sremu i Bačkoj.

Unapređenje i upravljanje životnom sredinom, definisano kao mera 2.8., podrazumeva aktivnosti upravljanja ribljim fondom, upravljanja otpadom, kao i veća ulaganja u zaštitu životne sredine od strane industrijskih i energetskih preduzeća. Na realizaciji programa zaštite prirodnih dobara i očuvanja biodiverziteta trebalo bi da budu angažovani svi raspoloživi potencijali, od državnih i nevladinih organizacija, preko lokalne samouprave, do međunarodnih fondova i eksperata.

Održivi privredni rast, koji je definisan kao treći razvojni prioritet na području AP Vojvodine, podrazumeva, između ostalog, realizovanje aktivnosti u okviru mere 3.4., odnosno povećanje zaposlenosti kroz razvoj i intenziviranje ruralne ekonomske delatnosti sa fokusom na poljoprivrednu proizvodnju i agroindustriju.

Razvoj poljoprivrede i ruralnih područja prepoznat je u okviru prioriteta broj 3, odnosno održivog privrednog rasta. Kao jedan od osnovnih ciljeva ruralnog razvoja ističe se značaj ostvarivanja većeg stepena diverzifikacije ruralne ekonomije (Đurić i Njegovan, 2015). Diverzifikacija bi trebalo da se ostvaruje, kako u oblasti poljoprivredne proizvodnje tako i u segmentu prerađivačke, odnosno prehrambene industrije. Osim toga, obezbeđivanje prihvatljivog nivoa dohotka i životnog

standarda ruralnog stanovništva na području AP Vojvodine, kao i povećavanje nivoa zaposlenosti trebalo bi ostvarivati i diverzifikacijom u segmentu tzv. nepoljoprivrednih delatnosti, pre svega ruralnog turizma. Očuvanje prirodnih resursa, kao jedna od dimenzija održivog razvoja, ostvaruje se i kroz povećanje korišćenja obnovljivih izvora energije, koji se izdvaja kao jedna od razvojnih mera u aktuelnom periodu.

SUBVENCIJE U POLJOPRIVREDI I RURALNOM RAZVOJU AP VOJVODINE U 2017. GODINI

Osim iz agrarnog budžeta Republike Srbije, poljoprivrednici na području Vojvodine mogu koristiti podsticajna sredstva koje obezbeđuje Pokrajina. Na nivou AP Vojvodine za podsticanje razvoja poljoprivrede i ruralnih područja za 2016. godinu izdvojena su bespovratna sredstva za sledeće namene: izgradnju sistema za navodnjavanje, izgradnju kapaciteta za hladnjače, sušare i pčelarstvo, izgradnju protivgradnih mreža, izgradnju plastenika, opremanje farmi, izgradnju kapaciteta za preradu voća, povrća i grožđa, kao i podršku staračkim domaćinstvima (Đurić i sar., 2016). Znatno veći obim sredstava i širi spektar namena subvencija usmereni su ka razvoju poljoprivrede i sela tokom 2017. godine.

Tabela 1. Podrška poljoprivredi u AP Vojvodini u 2017. godini

Namena	Iznos (u dinarima)
Sprovođenje odgajivačkog programa	55.000.000
Kontrola i sertifikacija organske proizvodnje	3.000.000
Oprema za hladnjače i preradu uljarica	157.000.000
Oprema za navodnjavanje i izgradnju eksploatacionih bunara	555.000.000
Socijalne, naučno-istraživačke i kazneno-popravne ustanove	20.000.000
Opremanje stočarskih farmi	85.000.000
Oprema za zaštitu od vremenskih nepogoda	124.000.000
Oprema za biljnu proizvodnju u zaštićenom prostoru	20.000.000
Komasacija	15.000.000
Investicije u pčelarstvo	19.000.000
Lovstvo	26.000.000
Udruženja građana	5.000.000
Uvođenje EU standarda u objekte za preradu mesa i mleka	30.000.000
Podrška mladima u ruralnim područjima	100.000.000
Intenziviranje korišćenja zemljišta poljoprivrednih škola	12.000.000
Sertifikacija sistema bezbednosti i kvaliteta hrane	3.000.000

Namena	Iznos (u dinarima)
Korišćenje sredstava iz budžetskog fonda za šume	143.000.000
Održavanje tradicionalnih manifestacija	30.000.000
Uređenje kanalske mreže u funkciji odvodnjavanja	480.000.000
Opremanje poljočuvarske službe	10.000.000
Podizanje novih ribnjaka i rekonstrukcija postojećih	40.000.000
Uređenje atarskih puteva	190.000.000
Uklanjanje divljih deponija sa poljoprivrednog zemljišta	15.000.000
Izgradnja i rekonstrukcija vodnih objekata u javnoj svojini	350.000.000
Nabavka konstrukcija za biljnu proizvodnju u zaštićenom prostoru	20.000.000
Nabavka poljoprivredne mehanizacije	156.000.000
Podizanje nivoa efikasnosti protivgradne zaštite	20.000.000
Investicije za preradu voća, povrća, grožđa	50.000.000

Izvor: <http://www.psp.vojvodina.gov.rs>

Ukupan iznos sredstava opredeljen za podršku poljoprivredi i ruralnom razvoju na području AP Vojvodine u 2017. godini iznosi 3.053.000.000 dinara. Ova sredstva su, osim iz budžeta AP Vojvodine, obezbeđena iz Garancijskog fonda, Pokrajinskog fonda za razvoj poljoprivrede i Razvojnog fonda.

Da bi poljoprivreda dala veće efekte, neophodno je podsticati izmenu strukture biljne proizvodnje, odnosno pružiti podršku investiranju u intenzivnije proizvodnje (povrtarstvo, voćarstvo, vinogradarstvo), kao i povećanje stočnog fonda (Kuzman i sar., 2017).

Tabela 2. Struktura subvencija za poljoprivredu i ruralni razvoj AP Vojvodine u 2017. godini

Namena sredstava	Učešće u ukupnim subvencijama (u %)
Oprema za navodnjavanje i izgradnja eksploatacionih bunara	18
Uređenje kanalske mreže	16
Izgradnja vodnih objekata u javnoj svojini	11
Uređenje atarskih puteva	6
Nabavka poljoprivredne mehanizacije	5
Pošumljavanje	4
Nabavka opreme za zaštitu od vremenskih nepogoda	4
Podrška mladima u ruralnim područjima	3
Ukupno	100

Izvor: Obračun autora na osnovu podataka Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo (www.psp.vojvodina.gov.rs)

Najveći deo sredstava namenjenih poljoprivredi i ruralnom razvoju u 2017. godini na području AP Vojvodine usmeren je na nabavku opreme za navodnjavanje i izgradnju eksploatacionih bunara, kao i realizaciju radova na uređenju kanalske mreže u funkciji odvodnjavanja poljoprivrednog zemljišta. Sredstva za ove dve namene ukupno iznose 1.035.000 dinara, što čini više od trećine (34 %) ukupnih subvencija u poljoprivredi AP Vojvodine u 2017. godini.

U cilju povećanja obradivih površina pod sistemima za navodnjavanje, nosioci poljoprivrednih gazdinstava, kao i privredna društva i zemljoradničke zadruge imali su prilike da iskoriste bespovratna sredstva za izgradnju eksploatacionih bunara u dva konkursa koje je u martu i avgustu raspisao Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo. Bespovratna sredstva su dodeljivana po principu sufinansiranja u iznosu od 60 % od ukupne vrednosti investicije. Za namene održavanja i podizanja funkcionalnosti kanalske mreže za odvodnjavanje poljoprivrednog zemljišta na viši nivo na području AP Vojvodine izdvojena su sredstva za izvođenje radova na kanalima, propustima, ustavama i crpnim stanicama. Za ove namene u 2017. godini obezbeđeno je ukupno 480.000.000 dinara, a korisnici sredstava bile su jedinice lokalne samouprave.

Izgradnja vodnih objekata u javnoj svojini, kao i objekata za odvođenje otpadnih voda tokom 2017. godine finansirana je sredstvima u iznosu od 350.000.000 dinara. U skladu sa strateškim ciljevima razvoja AP Vojvodine do 2020. godine, realizacija ove mere trebalo bi da dovede do poboljšanja uslova života u periurbanim i ruralnim naseljima i doprinese usporavanju i zaustavljanju migracija stanovništva.

Kao jedno od ključnih ograničenja razvoju ruralnih područja prepoznata je nepovoljna starosna struktura stanovništva. Osnovni razlog depopulacije ruralnih sredina su migracije mladog stanovništva u gradove i inostranstvo. U cilju demografske obnove ruralnih područja AP Vojvodine i podsticanja ostanka mladih ljudi u ruralnim područjima tokom 2017. godine, prvi put je raspisan konkurs za dodelu bespovratnih sredstava koja će mladim poljoprivrednicima pomoći u razvoju i unapređenju primarne poljoprivredne proizvodnje i preradi poljoprivrednih proizvoda. Kao korisnici ovih „start up“ programa prepoznati su mladi poljoprivrednici, starosti od 18 do 40 godina. Uz ostalu konkursnu dokumentaciju, potencijalni korisnici su u obavezi da dostave poslovni plan koji potvrđuje ekonomsku održivost njihovog projekta. Bespovratna sredstva se isplaćuju avansno u iznosu od 75 % od ugovorenih sredstava, a ostatak od 25 % ugovorenih sredstava isplaćuje se nakon realizovane investicije. Maksimalan iznos bespovratnih sredstava po jednoj prijavi ne sme prelaziti 1.200.000 dinara, a donja granica iznosa subvencije po jednoj prijavi je 500.000 dinara.

Tabela 3. Kriterijumi za odobravanje subvencija mladim poljoprivrednicima

Kriterijum	Način bodovanja	Bodovi
Starost podnosioca zahteva	Od 18 do 25 godina	25
	Od 25 do 35 godina	20
	Od 35 do 40 godina	15
Podnosilac zahteva je žena	Da/Ne	15/0
Broj članova komercijalnog registrovanog poljoprivrednog gazdinstva/broj članova zadruge	Do dva člana	5
	3-4 člana	10
	Od pet članova	15
	Nema registrovano gazdinstvo u momentu podnošenja prijave	20
Korisnik je sertifikovan za organsku proizvodnju i/ili proizvodi sirovinu ili gotov proizvod sa geografskim poreklom	Da/Ne	10/0
Korisnik je član zadruge	Da/Ne	10/0
Podnosilac zahteva ima odgovarajuće stručno znanje	Iskustvo u proizvodnji od najmanje tri godine – upisan u RPG	5
	Srednja škola	10
	Fakultet	15
Poljoprivredno gazdinstvo se nalazi na području sa otežanim uslovima za rad	Da/Ne	10/0
Ocena održivosti investicije	Da/Ne	40/0
Dosadašnje korišćenje sredstava Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo	Prvi put	10
	Drugi put	5
	Treći put	0
Ukupan broj bodova		155

Izvor: Pravilnik o dodeli sredstava za podršku mladima u ruralnim područjima na teritoriji AP Vojvodine u 2017. godini

Vizija razvoja poljoprivrede i sela u Republici Srbiji do 2024. godine, pored ostalog, usmerena je i na dostizanje blagostanja ruralnog stanovništva u cilju zaustavljanja negativnih demografskih trendova uz potpuno uvažavanje osetljivog položaja mladih i žena na ruralnom tržištu rada (MPZZŠ, 2014). Polazeći od razvojnih potreba definisanih na nacionalnom nivou, ali i tendencija u okviru agrarne politike Evropske unije, na nivou AP Vojvodine je takođe prepoznata potreba da se, kroz odgovarajući sistem finansijskih podsticaja, unapredi položaj mladih ljudi koji žive

u seoskim sredinama. Ka ostvarivanju tog cilja usmereni su „start up“ programi koji su realizovani tokom 2017. godine.

Shodno kriterijumima za dodelu podsticajnih sredstava, prednost je data mladim proizvođačima, ženama, članovima udruženja, proizvođačima koji su sertifikovani za organsku proizvodnju, onima koji prvi put koriste subvencije Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu. Takođe, pri dodeli bespovratnih sredstava prednost imaju mladi iz ruralnih područja koji još nemaju registrovano poljoprivredno gazdinstvo, odnosno koji će subvencije iskoristiti za osnivanje sopstvenog gazdinstva. Kako bi se obezbedio balansirani razvoj i smanjile razlike u stepenu razvijenosti pojedih regiona, prednost u dodeli podsticaja daje se gazdinstvima koja se nalaze na manje razvijenim, odnosno područjima sa otežanim uslovima rada.

Osim navedenih sredstava, mladi ljudi u ruralnim područjima motivišu se za bavljenje poljoprivredom i srodnim delatnostima kroz subvencije za samozapošljavanje, koje se realizuju posredstvom Nacionalne službe za zapošljavanje. Takođe, Razvojna agencija Srbije odobrava sredstva za razvoj ženskog i omladinskog preduzetništva u ruralnim i manje razvijenim područjima Republike Srbije (Jovanović, 2016).

Subvencije u poljoprivredi treba usmeriti na podizanje prinosa, ne zanemarujući ni kvalitet poljoprivrednih proizvoda. U tom kontekstu, racionalno korišćenje prirodnih resursa kroz sistem organske proizvodnje i veća finansijska podrška može obezbediti bolje pozicioniranje, posebno na inostranom tržištu, očuvanje proizvodnih mogućnosti na duži rok i dr. (Kuzman i sar., 2017).

Budući da u Republici Srbiji postoji izražena potreba za povećanjem sredstava koja se plasiraju u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja (Vasiljević i sar., 2015), kao jedan od prioriteta trebalo bi postaviti akreditovanje Uprave za agrarna plaćanja u svrhu upotrebe sredstava iz IPARD fondova. S obzirom da se politika ruralnog razvoja kreira na nivou države, a operativno implementira na nivou lokalnih zajednica, neophodno je da se adekvatne kadrovske i institucionalne pripreme za korišćenje IPARD programa sprovedu i na regionalnom i lokalnom nivou (Đurić i Puškarić, 2017). Na području AP Vojvodine već postoji razvijen sistem savetodavnih službi, koje bi mogle preuzeti na sebe pružanje tehničke podrške ruralnom stanovništvu prilikom apliciranja za sredstva iz evropskih pretpriustupih fondova.

ZAKLJUČAK

Suštinsko opredeljenje naše zemlje za integraciju u Evropsku uniju, pored ostalog, podrazumeva i usklađivanje u oblasti poljoprivrede, odnosno agrarne politike. Zadatak svake zemlje kandidata je da deo legislative, koji se odnosi na poljoprivredu i ruralni razvoj harmonizuje sa pravnim aktima Unije u okviru njene Zajedničke agrarne politike. S tim u vezi, Republika Srbija je u proteklih nekoliko godina u sve razvojne dokumente koji se tiču unapređenja poljoprivrede i sela ugradila ciljeve koji su kompatibilni sa razvojnim ciljevima zemalja članica Evropske unije. Korak koji sledi nakon toga jeste usklađivanje strukture budžetskih podsticaja sa vizijom razvoja agrarnog sektora.

U strukturi subvencija namenjenih poljoprivredi na području AP Vojvodine najveći udeo imaju subvencije namenjene rekonstrukciji i izgradnji sistema za navodnjavanje i odvodnjavanje, izgradnji i rekonstrukciji kanalske mreže, obnovi poljoprivredne mehanizacije, kao i motivisanju mladog stanovništva za ostanak na selu. Polazeći od aktuelnog stanja i postojećih razvojnih ograničenja, ali i razvojnih ciljeva, ovakva struktura subvencija trebalo bi da omogući podizanje kvaliteta poljoprivredne proizvodnje na viši nivo i stvaranje neophodnog radnog kontingenta koji će agrarni sektor AP Vojvodine učiniti konkurentnim. Ono što agrarnu politiku čini efikasnom jeste doslednost u njenoj primeni, odnosno dugoročno planiranje i stvaranje stabilnih uslova za poljoprivredne proizvođače. Zbog toga bi postojeći sistem subvencija trebalo da ima primenu i u narednom periodu, uz mogućnost povećanja obima sredstava iz svih realnih raspoloživih izvora, kako na republičkom tako i na pokrajinskom nivou.

MECHANISMS OF SUPPORT TO AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT IN AP VOJVODINA

Katarina Djuric

Radivoj Prodanovic

Abstract: *Farmers and rural residents of AP Vojvodina, besides subsidies from the agricultural budget, also have the resources of the Provincial Secretariat for Agriculture, Water Management and Forestry at their disposal.*

The aim of the paper is to present the scope and structure of subsidies in 2017, as well as to determine their alignment with development priorities.

Agriculture has a significant place in the development program of AP Vojvodi-

nafor the period 2014-2020. The emphasis is on the education of rural population, improving the quality of life in the countryside in order to increase employment and stop the depopulation trends, establishing integral planning and use of water resources, and improving environmental management.

In the structure of subsidies for agriculture and rural development in the area of the Autonomous Province of Vojvodina, in 2017, the funds intended for reconstruction and construction of irrigation and drainage systems, renewal of agricultural mechanization, as well as motivation for the young population to remain in the village have the largest share.

Considering the current situation and existing developmental constraints, but also development goals, this structure of subsidies should enable an increase in the quality of agricultural production to a higher level, while creating a significant work force, which will help the agricultural sector of AP Vojvodina become more competitive.

Keywords: agriculture, rural development, subsidies, strategy, AP Vojvodina.

LITERATURA

1. Đurić, K., Njegovan, Z. (2015). Mechanisms of support for young rural population in the European Union, *Economics of agriculture*, (4), 1003–1016
2. Đurić, K., Puškarić, A. (2017). Challenges of using the IPARD program in financing agriculture and rural development, International Scientific Conference: *Sustainable agriculture and rural development in terms of the Republic of Serbia strategic goals realization within the Danube region – support programs for the improvement of agricultural and rural development*, December 14-15th, Belgrade, Institute of Agriculture Economics
3. Đurić, K., Vukoje, V., Tomaš Simin, M. (2016). Agrarni budžet kao oblik finansiranja poljoprivrede u Republici Srbiji i Hrvatskoj, *Agroekonomika*, (71), 13–21
4. Grupa autora (2014). *Program razvoja AP Vojvodine 2014-2020.*, Pokrajinski sekretarijat za međuregionalnu saradnju i lokalnu samoupravu, Službeni list APV, (13)
5. Jovanović, O. (2016). Institucionalna podrška razvoju preduzetništva poljoprivrede tokom strukturnih promena u Srbiji, poglavlje u monografiji: *Pravci strukturnih promena u procesu pristupanja Evropskoj uniji*, (393–404), Beograd, Institut ekonomskih nauka
6. Kuzman, B., Đurić, K., Mitrović, Lj., Prodanović, R. (2017). Agricultural budget and agriculture development in Republic of Serbia, *Economics of Agriculture*, (2), 515– 531

7. Ministarstvo poljoprivrede i zaštite životne sredine Republike Srbije - MPZZŠ (2014). *Strategija poljoprivrede i ruralnog razvoja Republike Srbije za period 2014-2024. godine*, Službeni glasnik Republike Srbije, (85)
8. Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo (2017). Pravilnik o dodeli sredstava za podršku mladima u ruralnim područjima na teritoriji AP Vojvodine u 2017. godini, dnevni list *Dnevnik*, 8.5.2017.
9. Ševarlić, M. (2015). *Poljoprivredno zemljište u Republici Srbiji*, Popis poljoprivrede 2012, Beograd, Republički zavod za statistiku
10. Vasiljević, Z., Zakić, V., Kovačević, V. (2015). Najnovija zakonska regulativa u Republici Srbiji u oblasti podsticanja i finansiranja poljoprivrede i ruralnog razvoja, *Agroznanje*, 16 (1), 33–45
11. Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo, Preuzeto sa <http://www.psp.vojvodina.gov.rs>

ODRŽIVOST DEFICITA BUDŽETA

Milorad Perović¹

Nusret Softić²

Sažetak: *Suština ovog istraživanja je da se analizom održivosti budžetskog deficita ustanovi da li vlada njime može da umanja negativne posledice a da ne ugrozi ukupnu ravnotežu. Poslednjih decenija, neke razvijene zemlje suočavaju se s enormnim budžetskim deficitima, što privlači veliku pažnju ekonomista. Rizik od neispunjavanja obaveza visi kao Damoklov mač iznad glava nekih članica EU i svi se slažu da je povećanje javnog duga neodrživo. Državni budžeti poprimaju formu i razmere Poncijeve šeme – pomenimo samo federalni deficit SAD. Ovo je centralna tema i za područje EMU jer dug ne može neprestano da raste brže od nacionalnog prihoda. Tokom vremena, sve veći deo budžeta je posvećen servisiranju duga, sve dok, na kraju, njegova veličina ne primora vlasti da dug finansiraju ili štampanjem novca ili neizvršenjem obaveza. Rad ukazuje da su rešenja moguća ukoliko izvršna vlast odustane od nerazumnog trošenja i neoliberalnog koncepta upravljanja ekonomijom. Ali, bez ozbiljnih promena u ekonomskoj politici zemlje, ovaj rizik će dostići tačku kada neće moći da se izbegnu ozbiljni neželjeni efekti.*

Ključne reči: *budžetski deficit / prihod / javni dug / državna potrošnja / monetarna unija / održivost.*

1 Doktorand Fakulteta za ekonomiju i inženjerski menadžment Univerziteta Privredna akademija u Novom Sadu, e-mail: milorad.perovic@djerdap.rs; tao308w@gmail.com

2 Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Cvečarska 2, 21000 Novi Sad, Srbija, E-mail: nsoftic@yahoo.com

1. UVOD

Budžetski deficit nastaje kada država troši više od dostupnih prihoda za plaćanje potrošnje u određenom fiskalnom periodu. Državni budžeti postaju sinonim Poncijeve šeme³ – pomenimo samo federalni deficit SAD ili deficit Japana.

Stalni budžetski deficit savremenih država rezultat je ekspanzije neproizvodnih i vojnih rashoda, s jedne, ali i teškoća u povećanju poreskih prihoda s druge strane, ("poreska država"⁴ je već odavno dostigla tzv. poreski limit). Deficit javnog sektora raste brže u odnosu na rast društvenog proizvoda u razvijenim ekonomijama (Komazec, 1976). On postaje *eo ipso*, sebi svrha i rezultat autonomnog povećanja državnih izdataka, bez obzira na ekonomski razvoj (Vincente, 1997, str.16).

Stalni rast deficita praćen je i sve većim rastom javnog duga (Komazec, 1976). Tu su velikim delom i uzroci preteranog kreiranja novca i ekspanzije bankarskih kredita. Sve stabilizacione politike polaze od sledećih postavki: ograničavanje državnih rashoda, snižavanje poreskog tereta i politike uravnoteženog budžeta, odnosno svođenje budžetskog deficita na „uobičajeni nivo“. Opterećenje društvenog proizvoda porastom javnog duga u svim privredama je sve veće, a time i servisiranje duga (plaćanje kamata i gašenje duga) (Komazec, 1976).

MATEMATIČKA POSTAVKA ODRŽIVOSTI DEFICITA BUDŽETA

Suština analiza održivosti budžetskog deficita neke zemlje leži u pretpostavci da vlada ovim deficitom može da apsorbuje negativne šokove a da pritom ne ugrozi ukupnu stabilnost. Međutim, 80-ih i 90-ih godina, mnoge države Zapadne Evrope iskusile su da im je deficit napravio velike probleme (Lipsey, 1999, str. 67–68).

Problem održivosti se može formulisati na sledeći način: budžetski deficit vodi rastu vladinog duga koji mora da se servisira u budućnosti; ako kamatne stope na vladin dug premaše stopu rasta ekonomije, dug je postavljen dinamički, što dovodi do sve većeg duga u odnosu na BDP. Ovo može postati neodrživo i zahteva korektivnu akciju, a problem može biti formalnije analiziran ako se počne sa definisanjem ograničenja vladinog budžeta.

U razmatranju odnosa između duga i deficita polazi se od ograničenja vladinog budžeta:

$$G - T + rB = dB/dt + dM/dt$$

3 Poncijeva šema - investiciona prevara koja obećava visoku stopu povraćaja s malim rizikom za investiture. Dobila je ime po Charlesu Ponziju, 1919. koji je prvi organizovao ovakvo „ulaganje“.

4 Savremena država se često naziva i poreskom državom, čime se naglašava uloga i značaj poreza.

gde je:

G = nivo javnog trošenja (bez plaćanja kamate na javni dug)

T = poreski prihod,

r = kamatna stopa na javni dug

B i M = nivo primarnog novca (monetarne baze).

Leva strana jednačine je deficit javnog budžeta. Dug se sastoji od primarnog deficita javnog budžeta ($G - T$) i plaćanja kamata na javni dug (rB). Desna strana je finansijska strana. Budžetski deficit se može finansirati preko stvaranja duga (dB/dt) ili štampanja primarnog novca dM/dt .

Iz navedenog sledi da je promena u jedinici vremena: $dB/dt = B$.

Sada je moguće promenljive izraziti kao odnos prema BDP, pa stoga definišemo:

$$b = B / F$$

gde F predstavlja BDP, tako da je b odnos: dug/BDP. Sledi da je:

$$b = B/F - BF/F^2$$

ili upotrebom i i ubacivanjem

$$B = bF + BF$$

Zamenom sledi:

$$b = (g-t) + (r-x)b$$

gde je $g = G/F$, $t = T/F$, $x = F/F$ (stopa rasta BDP).

Jednačina definiše dinamiku duga. Ona kaže da, u svetu gde nominalna kamatna stopa r premaši nominalni rast ekonomije x , vlada treba da se postara da primarni budžet ($g-t$) ima suficit. Ako ga nema, odnos dug/BDP će se povećavati bez limita. Ovo će sigurno voditi neizmirenju javnog duga. Stoga se može primeniti neophodan uslov za solventnost, tj. $B=0$ ili $(r-x)b = t-g$.

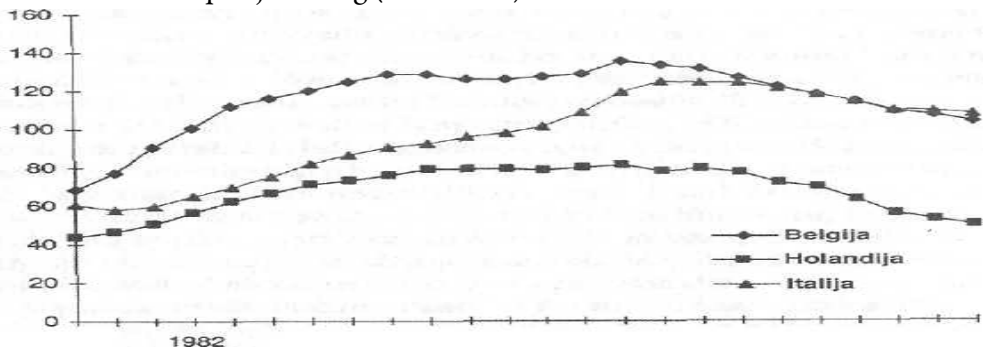
Iz iznetih razmatranja sledi zaključak: ako je država akumulirala značajan deficit u prošlosti, moraće da ima odgovarajuće veliki budžetski suficit da bi zaštitila odnos dug/BDP od automatskog rasta. Drugim rečima, država će morati da smanji trošenje i /ili da poveća porez (Ristić, 2002, str. 8).

FISKALNA POLITIKA KAO FLEKSIBILAN INSTRUMENT

Ranih osamdesetih godina prošlog veka države su dopuštale da se njihov budžetski deficit značajno poveća (De Grauwe, 2003, str. 322–356). Ovaj rast glavnom je dolazio kao odgovor na negativne posledice velikih recesija. Ostatak perioda karakterišu pokušaji da se uguši eksplozivan dug koji je nastao kao posledica ranijih politika. Evolucija odnosa dug/BDP u ovim državama data je za period 1980–2002. godine u grafikonu 1.

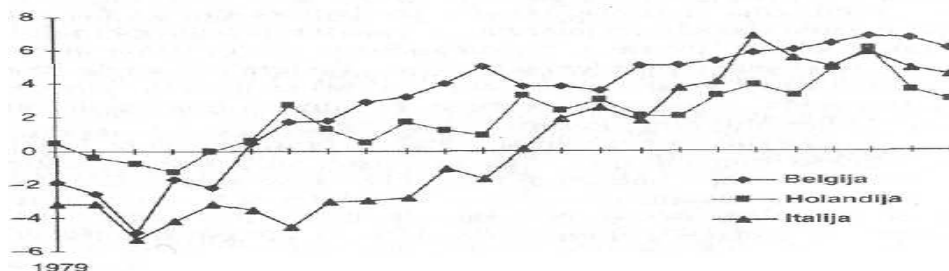
Krajem osamdesetih godina prošlog veka, posle višegodišnjih budžetskih restrikcija, Belgija i Holandija su uspele da stabilizuju odnos dug/BDP (Demopoulos, Prodromidis, 1994, str. 1–7). One su to bile u stanju da učine preko značajnih viškova u primarnom budžetu – grafikon 2. Međutim, nivo na kome je Belgija ostvarila stabilizaciju odnosa, dug/BDP je bio veoma visok. Kao rezultat, kada je sledeća recesija pogodila državu 1992–1993. godine, bilo je teško koristiti fiskalnu politiku na obrnut (kontracikličan) način – bila je prisiljena da pooštri disciplinu trošenja i da poveća porez, tako pogoršavajući recesiju i ne uspevajući da spreči da koeficijent dug/BDP ponovo raste tokom 1992–1993. godine. Samo tokom druge polovine 90-ih, ona je uspeła da smanji odnos dug/BDP. I pored toga, na početku EMU 1999. godine, taj odnos je daleko odstupao od 60%, koliko je predviđeno Mاستrihtskim sporazumom.⁵

Grafikon 1. Ukupan javni dug (% od BDP)



Izvor: European Commission 1999. - http://ec.europa.eu/economy_finance/een/pdf/een_001_en.pdf

⁵ Ugovor zaključen godinu dana nakon raspada Sovjetskog Saveza 1992., čijim je zaključenjem nastala EU kao novi politički entitet.

Grafikon 2. Suficit državnog budžeta, beskamatnih plaćanja (%BDP)

Izvor: *European Commission 1999.* - http://ec.europa.eu/economy_finance/een/pdf/een_001_en.pdf

Italija tokom osamdesetih nije bila uspješna u stabilizaciji svog odnosa dug/BDP zato što nije stvorila obavezne primarne budžetske viškove. To je uspjela je tek od 1992. godine, što je 1994–1995. godine dovelo do stabilizacije odnosa dug/BDP. Kao i u slučaju Belgije, Italija je uspjela da smanji odnos dug/BDP tokom druge polovine 90-ih, ali nije uspjela da ispuni normu od 60% u trenutku ulaska u EMU.

Ovi primjeri demonstriraju limite u odnosu na upotrebu fiskalnih politika za kompenzaciju negativnih ekonomskih pojava i na duži rok nisu održivi. Iskustva navedenih država pokazuju da veliki deficiti budžeta brzo vode u neodrživi rast duga iz kog se teško izlazi.

Ova rasprava ukazuje da fiskalna politika nije fleksibilan instrument, kako to teorija optimalnih valutnih oblasti⁶ tvrdi. Njegova sistematična upotreba vodi u problem održivosti, pa države stvaraju budžetski višak tokom niza godina. Drugim rečima, kada se jednom iskoriste, fiskalne politike neće biti moguće koristiti dugo godina nakon toga.

Prethodna analiza o održivosti fiskalnih politika može dovesti do potpuno drugačijeg shvatanja o poželjnoj fiskalnoj politici država članica monetarne unije. Ovo shvatanje nalazi svoj odraz u Mاستrihtskom sporazumu 1992.⁷ koji definiše budžetska pravila koja države moraju da ispune da bi ušle u EMU (3% deficit i 60% dug). Ono je iskazano u tzv. „Paktu stabilnosti i rasta“⁸, po kome su se šefovi

6 Optimalne valutne oblasti - geografski domen jedinstvene valute, ili nekoliko valuta, čiji se kursevi neopozivo vezuju.

7 Sastavljači Mاستrihtskog sporazuma bili su pod velikim uticajem Delorovog izveštaja koji je prvi izrazio potrebu za striktnim pravilima budžetskih politika.

8 Pakt stabilnosti i rasta (Stability and growth pact) je dogovor država članica EU vezan za fiskalnu politiku. Odnosi se na treću fazu ekonomske i monetarne unije (EMU), odnosno na nepovratno fiksiranje kursa i uvođenje jedinstvene valute – evra. Počeo je da se primenjuje 1. januara 1999.

država EU, na nemačko insistiranje, složili da bi ih trebalo implementirati nakon stupanja na snagu EMU. Pakt je značajan kao vodič za nacionalne fiskalne politike u EMU. Njegovi osnovni principi su sledeći;

prvo, država mora da ostvari balansirani budžet;

drugo, države u kojima budžetski deficit premašuje 3% BDP biće novčano kažnjene do 0,5% od BDP;

treće, kazne se neće primeniti ako države o kojima je reč budu izložene posebnim okolnostima, tj. prirodnoj katastrofi ili ostvare pad BDP za više od 2% u toku jedne godine. U slučajevima gde je pad BDP između 0,75% i 2%, primena kazne će biti predmet odobrenja ministara finansija EU. Države koje ostvare pad BDP manji od 0,75% pristale su da se ne pozivaju na izuzetne okolnosti.

Tabela 1. Pregled nivoa ispunjenosti kriterijuma konvergencije pri ulasku u EU

Zemlja	Godina	Stopa inflacije	Deficit	Javni dug	Kamatna stopa	Ispunjeni kriterijumi
Austrija	1996	1.6(+)	4.0(-)	69.5(-)	6.3(+)	2 33
	1997	1.1(+)	2.5(+)	66.1(-)	5.6(+)	
	1998	0.9(+)	2,3(+)	64.7(-)	4.7(+)	
Belgija	1996	1.8(+)	3.2(-)	12.9(-)	6.5(+)	2
	1997	1.4(+)	2.1(+)	122.3(-)	5.7(+)	3
	1998	0.8(+)	1.7(+)	118.1(-)	4.8(+)	3
Danska	1996	2.1(+)	0.7(+)	70.6(-)	7.2(+)	3
	1997	1.9(+)	0.7(+)	65.1(-)	6.2(+)	3
	1998	1.3(+)	1.1(+)	59(+)	4.9(+)	4
Finska	1996	1.1(+)	3.3(-)	57.6(+)	7.1(+)	3
	1997	1.3(+)	0.9(+)	5.8(+)	5.9(+)	4
	1998	1.4(+)	0.3(+)	53.6(+)	4.8(+)	4
Francuska	1996	2.1(+)	4.1(-)	55.7(+)	6.3(+)	3
	1997	1.2(+)	3.0(+)	58.0(+)	5.5(+)	4
	1998	0.7(+)	2.9(+)	58.1(+)	4.6(+)	4
Grčka	1996	7.9(-)	7.5(-)	118.8(-)	14.4(-)	0
	1997	5.2(-)	4.0(-)	108.7(-)	9.8(-)	0
	1998	4.5(-)	2.2(+)	107.7(-)	8.5(-)	1
Holandija	1996	1.4(+)	2.3(+)	77.2(-)	6.2(+)	3
	1997	1.8(+)	1.4(+)	72.1(-)	5.5(+)	3
	1998	1.8(+)	1.6(+)	70.0(-)	4.6(+)	3

Zemlja	Godina	Stopa inflacije	Deficit	Javni dug	Kamatna stopa	Ispunjeni kriterijumi
Irska	1996	2.2(+)	0.4(+)	7.7(-)	7.3(+)	3
	1997	1.2(+)	0.9(+)	66.3(-)	6.2(+)	3
	1998	2.1(+)	1.1(+)	59.5(+9)	4.8(+)	4
Italija	1996	4.0(-)	6.7(-)	124.0(-)	9.4(-)	0
	1997	1.8(+)	2.(+)	121,6(-)	6.7(+)	3
	1998	2.0(+)	2.5(+)	118.1(-)	4.9(+)	3
Luksemburg	1996	1.2(+)	2.5(+)	6.6(+)	6.3(+)	4
	1997	1.4(+)	1.7(+)	6.7(+)	5.6(+)	4
	1998	1.0(+)	1.0(+)	7.1(+)	4.7(+)	4
Nemačka	1996	1.2(+)	3.4(-)	60.4(-)	6.2(+)	2
	1997	1.4(+)	2.7(+)	61.3(-)	5.6(+)	3
	1998	0.6(+)	2.5(+)	61.2(-)	4.6(+)	3
Portugal	1996	2.9(-)	3.2(-)	65.0(-)	8.6(-)	0
	1997	1.8(+9)	2.5(+)	62.0(-)	6.2(+)	3
	1998	2.2(+)	2.2(+)	60.0(+)	4.9(+)	4
Španija	1996	3.6(-)	4.6(-)	70.18-9	8.7(-)	0
	1997	1.8(+)	2.6(+)	68.8(-)	6.3(+)	3
	1998	1.8(+)	2.2(+)	67.4(-)	4.8(+9)	3
Švedska	1996	0.9(+)	3.5(-)	67.7(-)	8.0(+)	2
	1997	1.8(+)	0.8(+)	76.6(-)	6.5(+)	3
	1998	1.0(+)	0.5(+)	74.1(-)	5.0(+)	3
V.Britanija	1996	2.5(+)	4.8(-)	54.7(+)	7.9(+)	3
	1997	1.8(+)	1.8(+)	53.4(+)	7.0(+)	4
	1998	1.6(+)	0.6(+)	52.3(+)	5.6(+)	4

Izvor: European Commission 1999. - http://ec.europa.eu/economy_finance/een/pdf/een_001_en.pdf

ARGUMETI ZA PROPISE O DEFICITU BUDŽETA

Država koja dopušta da odnos dug/BDP kontinuirano raste, pribegavaće tržištu kapitala unije, što će uticati na rast njene kamatne stope, koji povratno utiče na povećanje duga u ostalim državama. Ako vlade ovih država izaberu stabilizaciju odnosa dug/BDP, moraće da vode restriktivniju fiskalnu politiku. Na taj način, neodrživi rast duga jedne države tera ostale države da vode deflatornu politiku. Stoga će postojanje kontrolnih mehanizama, koji bi trebalo da ograniče veličinu budžetskog deficita u državama članicama, biti u interesu ostalih država.

Ovde se može pojaviti drugo prelivanje. Kretanje kamatne stope unije naviše, nakon neodržive fiskalne politike države članice, vršiće pritisak na Centralnu banku. Države koje su pogođene višom kamatnom stopom unije, mogu izvršiti pritisak na ECB da relaksira monetarnu politiku. Na taj način će neodržive fiskalne politike sprečiti sprovođenje evropske monetarne politike. Navedeni argumenti, zasnovani na efektima prelivanja fiskalnih politika, iako se čine realnim, mogu biti predmet ozbiljne kritike, i to u dva pravca.

Jedan je teorijski i tiče se uloge tržišta kapitala. Drugi se odnosi na sprovodljivost takve uloge.

1) ***Efikasnost tržišta privatnog kapitala.*** Pretpostavimo da tržište kapitala efikasno radi – šta će se dogoditi kada, recimo Italija, ima trend neodrživog duga? Da li to znači da će se kamatna stopa unije povećati, tj. da će se kamatna stopa koju treba da plate nemački ili francuski pozajmljivači, jednako povećati? Odgovor je odričan. Naime, ako tržište kapitala u monetarnoj uniji radi efikasno, italijanski dug je samo njen problem. Tržište će premiju rizika pričvrstiti za dug italijanske vlade a nemačka ili holandska vlada zbog ovoga neće biti pogođene. Štaviše, ona će pozajmljivati po nižim kamatnim stopama zato što će zajmodavci prepoznati da je rizik inherentan nemačkim vladinim obveznicama niži od rizika kupovine instrumenata italijanskog vladinog duga. Stoga, uz efikasno tržište kapitala, postojaće različite kamatne stope u uniji koje će reflektovati različite premije rizika na dug članica unije. Svakako, ovo je snažan argument (Foley, 1998, 68–72). Međutim, ako ostale države odluče da izbave (*bailout*)⁹ italijansku vladu zato što kriza može da se prelije i na njih, kako da zajmodavci nađu adekvatnu premiju rizika za italijanski dug, odnosno, da li će ih uopšte zanimati takva investicija? Jedan način da se reši ovaj problem je svečana izjava država članica unije da nikada neće izbavljati ostale članice. Ta klauzula bila je, u stvari, uvod u Mاستrihtski sporazum. Mada ona može doprineti rešenju, ne može ga sasvim eliminisati, jer nije u potpunosti kredibilna. Stoga, iako su potpisale da neće intervenisati, članice mogu odlučiti da naprave izuzetak. Saznanje da se to može dogoditi, sprečiće privatne zajmodavce da preuzmu rizik italijanskog vladinog duga.

2) ***Sprovođenje pravila fiskalne politike.*** Drugi problem sa pravilima o veličini budžetskog deficita i dugova odnosi se na sprovodljivost ovih pravila (Samuelson, 2005, str. 697). Iskustvo sa takvim pravilima je da ih je teško primeniti. Primer je

9 Bailout je situacija u kojoj pojedinac, biznis ili vlada ponudi novac nekom neuspešnom preduzeću da spreči posledice proistekle iz pada poslovanja. Spasavanje može biti kreditom, hartijama od vrednosti ili gotovim novcem.

Gramm-Rudmanova¹⁰ legislativa u SAD. Godine 1986. Kongres SAD usvaja zakon koji utvrđuje eksplicitne ciljeve za deficit federalnog budžeta SAD. U slučaju da se postavljeni ciljevi ne poštuju, trošenje bi se automatski smanjivalo kako bi se ostvario postavljeni cilj.¹¹ Međutim, neki propisi o upravljanju fiskalnom politikom članica EMU jesu neophodni. S obzirom na međuzavisnost između rizika na obveznice koje štampaju različite vlade, finansijska tržišta mogu otkriti da je ove rizike teško korektno oceniti. Iz tog razloga su neke forme međusobne kontrole neophodne. Pre donošenja konačne ocene, značajno je izvršiti analizu dva problema. *Prvo*: stepen do kog monetarna unija nameće dodatnu disciplinu za budžetskim vlastima. *Drugo*: analizira se rizik neplaćanja duga i izbavljenje u monetarnim unijama. Smatra se da rizik često obezbeđuje racionalnost u vezi sa uvođenjem dodatnih pravila za fiskalnu politiku u monetarnoj uniji.

FISKALNA DISCIPLINA U MONETARNOJ UNIJI

Važna stvar vezana za neophodnost pravila u fiskalnoj politici tiče se načina na koji monetarna unija deluje na fiskalnu disciplinu nacionalnih vlada u uniji.¹² Zagovornici pravila tvrde da monetarna unija verovatno smanjuje fiskalnu disciplinu nacionalnih vlada. Protivnici pravila tvrde suprotno.

O pitanju da li monetarna unija povećava ili smanjuje stepen fiskalne discipline država pridruženih uniji, mnogo je raspravljano u literaturi (De Grauwe, 2003, 322–356). Postoje, naime, dva značajna faktora koja mogu voditi promeni motiva država u pogledu veličine njihovog deficita u trenutku pridruživanja uniji. Prvi vodi manjoj, a drugi većoj disciplini.

Fenomen koji utiče na motiv za veći budžetski deficit može se izraziti na sledeći način: kada suverena država emituje dug denominovan u domaćoj valuti, kamatna stopa odražava premiju rizika koji sadrži dve komponente: rizik od neplaćanja duga i rizik da će država u budućnosti devalvirati svoju valutu. Za većinu država rizik od neizmirenja duga je daleko, a rizik od depresijacije valute je mnogo bliži. Kao rezultat, kada vlada suverene države štampa prevelik dug, rizik od buduće devalvacije brzo raste, pa raste i kamatna stopa po kojoj vlada treba da štampa novi

10 Zakon koji su 1985. predložili američki senatori Gramm, Rudman i Hollings. Zvanično, Zakon o kontroli deficita u vanrednim situacijama donet je zbog rastućeg federalnog deficita tokom osamdesetih i nemogućnosti Kongresa i administracije da reši problem.

11 Ovaj pristup nije bio uspešan. Izvršna grana vlasti SAD našla je sve moguće načine da nadmudri propise. Na primer, neka trošenja su stavljena van „budžeta“.

12 Smatra se da samo jasno i dosledno sprovođenje fiskalnih pravila ima ključni značaj za dugoročnu održivost monetarne unije u Evropi i izbegavanje disfunkcionalnog fiskalnog federalizma.

dug. Zato tržišta vrlo brzo kažnjavaju vlasti, što umanjuje njihov motiv da izdaju novi dug. Mogućnost izbjavljenja država članica štampanjem neodržive količine duga je više moralni nego ekonomski problem (De Grauwe, 2003, 322–356).

Međutim, postoji drugi faktor koji demotiviše članice monetarne unije da naprave prekomerni deficit. Države koje se pridružuju uniji smanjuju svoju sposobnost da finansiraju budžetski deficit preko kreiranja novca. Kao rezultat, vlade država članica monetarne unije suočavaju se sa *tvrđim* budžetskim ograničenjem u odnosu na suverene države. Suverene države imaju *mekše* budžetsko ograničenje i stoga imaju jači uticaj na stvaranje deficita (De Grauwe, 2003, 322–356).

Koji od dva efekta – moralni hazard ili hazard *nema štampanja novca* – preovlađuje, u suštini je empirijsko pitanje koje zavisi od insitucionalnih karakteristika i motiva sa kojima se vlada suočava. Iz tih razloga, korisno je analizirati iskustvo država članica u postojećoj monetarnoj uniji i uporediti ga sa iskustvom suverenih država.

Tabela 2. Budžetski deficiti država članica unija i država članica EZ (% prihoda)¹³

	Ponderisana sredstva	Neponderisana sredstva
SAD (1985)	+10,9	+ 4,6
Australija (1986-7)	-10,1	- 9,1
Zapadna Nemačka (1987)	-6,4	- 8,2
Kanada (1982)	-0,4	- 1,4
Švajcarska(1986)	-1,3	- 0,7
EZ (1988)	-10,1	-11,4

Izvor: Susan Senior Nello, *The European Union: Economics, Policies and History*, McGraw Hill, 2005. str. 201.

Ovo je prikazano u tabeli 2, gde je prosečan budžetski deficit država članica predstavljen zajedno sa prosečnim budžetskim deficitom država Evropske zajednice.

Najvažniji podatak u ovoj tabeli je činjenica da prosečni budžetski deficit država članica u monetarnoj uniji teži da bude niži od prosečnog deficita nezavisnih država u EU. Ovo sugerise da, u proseku, unija ograničava veličinu budžetskog deficita država članica. Otud je moguće da su ograničenja tipa *nema štampanja novca* snažna destimulacija za stvaranje budžetskog deficita. Zato se čini da se vlade dr-

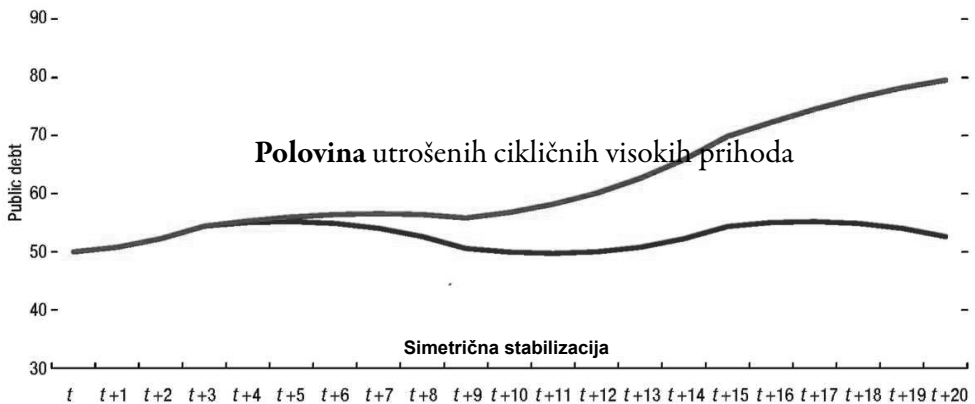
¹³ Napomena: pozitivan znak je suficit, a negativan znak je deficit. Srednja vrednost se dobija upoređivanjem deficita sa udelom koji država članica ima u BDP-u unije.

žava članica monetarne unije suočavaju sa *tvrdim* budžetskim ograničenjima nego suverene nacije. Države sa *mekšim* budžetskim ograničenjem jače su stimulisane za stvaranje deficita.

Nijedna federalna vlast država članica monetarne unije, izuzev Nemačke, nije uvela restrikcije na budžetski deficit. Kad je reč o Saveznoj Republici Nemačkoj, vlada može limitirati zahteve za pozajmljivanje regionalnim državama (*Länder*), uz pristanak njihovih predstavnika u Federalnom veću. Međutim, na ovu odredbu pozvalo se samo dva puta (1971. i 1973. godine) (De Grauwe, 2003, 322–356). S druge strane, federalna ograničenja retko se propisuju na državu i republike, češći je samoprimenjujući limit na budžetski deficit. U SAD većina država uvodi baš takva ograničenja. Moguća interpretacija za česte samoprimenjujuće limite je da oni mogu unaprediti reputaciju i kredibilitet država na tržištu kapitala i tako smanjiti troškove pozajmljivanja (De Grauwe, 2003, 322–356). Dodatni indirektni podaci za hipotezu da veličina deficita zavisi od *mekoće* budžetskih ograničenja obezbeđeni su preko Moesen i Van Rompuy (1990). Oni klasifikuju industrijske države prema stepenu centralizacije ukupnog vladinog trošenja. Testirana hipoteza je da se više centralizovanih nego decentralizovanih vlada suočava sa mekšim budžetskim ograničenjima. To je zbog toga što kod centralizovane države veći deo ukupnog vladinog trošenja može potencijalno da se finansira preko štampanja novca. U decentralizovanim državama, međutim, veći deo vladinog trošenja se javlja na nižim nivoima vlasti koje nemaju pristup monetarnom finansiranju. Moesen i Van Rompuy nalaze dokaze za ovu hipotezu: tokom perioda 1973–1986. godine, ukupan vladin deficit u centralizovanim državama se povećavao brže nego u decentralizovanim. Drugim rečima, u periodu kada je vladin budžet bio pod negativnim uticajem ekonomske recesije, države sa decentralizovanim vladama suočavale su se sa jačim pritiskom da smanje trošenje i/ili povećaju poreze nego države sa centralizovanim funkcijama vlade.¹⁴ Novija istraživanja potvrđuju iznete zaključke (IMF, 2015).

¹⁴ Roubini i Sachs (1989) identifikovali su ostale institucionalne karakteristike koje vode različitim trendovima u budžetskom deficitu, tj. stepenu političke kohezije vlada.

Šema 1. Aritmetika održivosti javnog duga (% BDP)*



Izvor: IMF, Public debt sustainability analysis, May 9, 2013

***Napomena:** Simulacije su zasnovane na identitetu tokova između duga i ukupnog bilansa. Ostale pretpostavke su: potencijalni nominalni rast od 4 %, automatski koeficijent stabilizacije od 0,5, implicitna kamatna stopa na javni dug od 5 % i proizvodni ciklusi osciliraju između -2 i 2%. Fiskalno prilagođavanje je ugrađeno u scenariju. T označava početnu godinu simulacije.

Zaključak je da stabilizaciona fiskalna politika ima asimetričan tok kroz cikluse. Naime, zemlje imaju tendenciju da ostvare potrebnu fiskalnu stabilizaciju tokom cikličnih padova kada agregatna tražnja zaostaje za potencijalnom proizvodnjom. Ali tokom ekspanzije, promene fiskalne politike koje nisu povezane sa automatskim stabilizatorima izgleda da ih sistematski ometaju, naročito u zemljama u kojima su tržišta u nastajanju a privreda u razvoju. Ako se ne kontrolišu, neuspesi na ovom polju mogu da potkopaju dugoročnu dinamiku javnog duga.

Rizik od neplaćanja duga i izbavljenja u monetarnoj uniji

Razmatranja iz prethodnog poglavlja mogu doprineti odgovoru na pitanje da li će neplaćanje duga biti verovatnije u EMU. Kao prvo, pošto se države članice EMU ne ponašaju manje disciplinovano nego pre pristupanja EMU, rizik od neplaćanja ne bi trebalo da se poveća u EMU. Suverene države mogu da ne plaćaju svoj dug na dva načina. *Prvi* je da ga uopšte ne plaćaju (tj. prestanu da plaćaju kamatu na zaostali dug). *Drugi* način je implicitno neplaćanje kreiranjem iznenadne inflacije i devalvacije, čime se smanjuje realna vrednost duga. Suverene države, koje kontrolišu svoje sopstvene nacionalne banke, mogu uvek pribeći iznenadnoj inflaciji i devalvaciji i tako smanjiti teret duga. One to često čine da bi izbegle potpuno neplaćanje (Mankiw, 2006, str. 372).

Tabela 3. Kamatni diferencijali sa Nemačkom (desetogodišnje obveznice)* *u bazičnim poenima

	Mart 1996	Avgust 1999	Jul 2001	
	U nacionalnim valutama	U zajedničkoj valuti (DM)	Evro	Evro
Gulden	4	5	15	20
Francuski Fr.	37	21	11	20
Belgijski Fr.	50	27	30	30
Pezeta	347	30	26	30
Lira	444	81	29	40

Izvor: J. P. Morgan (1997); Handelsblatt (1. sept. 1999.); EU Commission, European Economy

Razlike u kamatnim stopama omogućavaju da se sagleda priroda uključenog rizika. U tabeli 3 predstavljen je kamatni obim na dugoročne obveznice u državama članicama EU i Nemačkoj, pre i nakon starta EMU. Prva kolona predstavlja ukupan obim u 1996. godini. Na primer, odnos između desetogodišnjih obveznica u lirama, koje je štampala italijanska vlada, i desetogodišnjih obveznica u markama, koje je štampala nemačka vlada, iznosi 444 bazična poena (4,44%) u martu 1996. godine. Ovaj diferencijal može da se interpretira kao premija, koju italijanska vlada mora da plati za rizik devalvirane lire (implicitno neplaćanje duga), uvećana za rizik od potpune obustave plaćanja (kreditni rizik). Ova premija rizika može da se razmrsi na sledeći način: računa se razlika kamatnih stopa na desetogodišnje obveznice italijanske i nemačke vlade izražene u istoj valuti (DM). Ovo je dato u drugoj koloni. Pomenuta razlika može da se interpretira kao premija za rizik od potpune obustave plaćanja (kreditni rizik). Razlika između prve dve kolone izražava rizik od devalvacije (rizik od implicitnog neplaćanja duga). Treća kolona pokazuje obim nakon starta EMU. Nakon tog datuma ne postoji rizik od devalvacije pošto su obveznice izražene u istoj valuti, evru. Stoga se pravi procena čistog rizika od neplaćanja (kreditnog rizika).

Primetna je sledeća pojava – premija za kreditni rizik je bila mala pre starta EMU. Ona je ostala mala i posle, za države članice EMU. U slučaju Italije, značajno je opala nakon starta EMU. Do danas ne postoje podaci o rastu kreditnog rizika. Ovo se može sagledati iz činjenice da post-EMU razlike nisu značajno povećane u odnosu na razlike od pre postojanja EMU (kolona 2). Iz navedenog se zaključuje da tržište nije naročito pogođeno upozorenjima ekonomiste Ronalda Makinona, da će se kreditni rizik u EMU povećati.

Još jedna činjenica je važna, a to je da su post-EMU kamatni diferencijali mali u poređenju sa razlikama obveznica (u istoj valuti, dolaru) koje su štampale američke države. Ovo sugerše da je kreditni rizik kod obveznica američkih država znatno viši nego kreditni rizik na obveznice koje su štampale države članice EMU. Eichengreen i von Hagen (1995) su objasnili ove razlike. Oni dokazuju da se države članice monetarne unije, koje održavaju kontrolu preko velike domaće poreske baze, suočavaju sa niskim kreditnim rizikom u odnosu na države članice monetarne unije sa manjom fiskalnom odgovornošću.

Pošto se EMU sastoji od država koje imaju veliku domaću poresku snagu, kreditni rizik će verovatno biti mali u odnosu na rizik sa kojim se suočavaju američke države ili kanadske provincije koje su tu limitirane. Eichengreen i von Hagen na osnovu ove analize zaključuju da je potreba da se nametnu čvrsta pravila na vladin budžet u državama članicama EMU, precenjena.

U monetarnoj uniji finansijske integracije se povećavaju. Kao rezultat, obveznice koje štampaju različite nacionalne vlasti distribuiraju se preko različitih država članica. Stoga, kada vlada ne plaća svoj dug, to će više uticati na pojedince i finansijske institucije van te države nego u slučaju da država nije u uniji. Rezultat je da se pritisak širi na ostale, da izbave vladu koja ne plaća dug, i on će biti jači kada je vlada u uniji nego van nje.

ZAKLJUČAK

Nema jedinstvenog ili jednostavnog objašnjenja procesa evropskog zaduživanja. Zemlje koje su već dugo prezadužene, suočavaju se s rastućim poteškoćama preuzimanja svojih dugova u sve većoj klimi straha i nepoverenja – daleko od pomaganja u preokretanju već postojećih fiskalnih neravnoteža, ulazak u evrozonu ih je za Grčku ili Portugal pojačavao. Obim duga prema BDP-u 2016. u Italiji iznosio je 132%. Međutim, kao da niko od nadležnih nije zabrinut zbog toga, a italijanske vlade nisu imale problema da dug refinansiraju. U Grčkoj je odnos dug/BDP iste godine bio iznad 180%, dok Savezna Republika Nemačka profitira preko milijardu evra kao najveći Grčki poverilac. Takođe, kontinuirana revalorizacija evra pogoršala je neravnotežu nacionalnih budžeta povećavajući njihov javni dug. Preporučeni modeli ovog rada za rešenja fiskalnih problema na uravnotežen i izvodljiv način su mogući ukoliko se zakonodavna ali pre svega izvršna vlast suoči sa „izazovom“ i odustane od nerazumnog trošenja i primene neoliberalnog koncepta upravljanja ekonomijom. Slabosti u ekonomskoj sferi do kojih dolazi usled pogrešnih političkih odluka i/ili institucionalnih okvira, po pravilu, dugoročno ugrožavaju stabilan rast privrede. Fiskalna neravnoteža brzo raste i za tili čas može da se izrodi u kritičnu pretnju za dobrobit države. Lako je uočiti taj rastući rizik, pa se može reći da su

finansijske katastrofe prekomernog zaduživanja i stalnog rasta javnog duga nauštrb prihoda ne samo predvidljive već i izvesne. Izmenjene okolnosti sprovedene u pravom smeru mogu uticati da se taj rizik vremenom uspori. Ono što nije učinjeno ranije – transfer resursa od bogatijih ka siromašnijim zemaljama evrozone – mora se učiniti sada. Za izlazak iz krize nema drugog načina.

THE SUSTAINABILITY OF BUDGET DEFICITS

Milorad Perovic

Nusret Softic

Abstract: *The aim of this research is to analyze the budget deficit sustainability and by doing so determine whether the government can use it to reduce the negative consequences without compromising the overall balance. In the recent decades, some developed countries have been facing extremely high budget deficits, which attracts great attention of economists. The risk of default is hanging like the Sword of Damocles above the heads of some EU members and everyone agrees that the increase in public debt is unsustainable. State budgets begin to resemble a Ponzi scheme – let us just mention the US federal deficit. This is also a central issue for the EMU, because debt cannot continue to grow faster than the national income. Over time, an increasing part of the budget has been dedicated to debt servicing, until finally its amount does not force the authorities to finance debt either by printing money or by defaulting. This paper points out that solutions are possible if the executive state authorities abandon the unreasonable spending and the neo-liberal concept of managing the economy. But without compelling changes of the country's economic policy, the risk will reach the point where the adverse effects become inevitable.*

Keywords: *budget deficit, revenue, public debt, government spending, monetary union, sustainability*

LITERATURA

1. De Grauwe, P. (2003). *Economics of Monetary Union*, Fifth Edition, Oxford, Oxford University Press
2. Demopoulos, G. D., Prodromidis, K. P. (1994). Fiscal discipline in the European monetary union, *Atlantic Economic Journal*, 22, (3), 1–7

3. Eichengreen Barry & von Hagen Jürgen Fiscal Policy and Monetary Union: Federalism, Fiscal Restrictions and the No-Bailout Rule 1995; (2016, June 02), Taken from: <http://econpapers.repec.org/paper/agsuchbewp/233417.html>,
4. European Commission 1999. (2016, June 02), Taken from: http://ec.europa.eu/economy_finance/een/pdf/een_001_en.pdf
5. Foley, B. (1998). *Tržišta kapitala*, Zagreb, MATE
6. IMF, Fiscal Monitor – Now is the time: Fiscal policies for sustainable growth, Chapter 2, Can fiscal policy stabilize output? (2017, Jul 12), Taken from: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fm/2015/01/pdf/fmc2.pdf>
7. IMF, Staff guidance note for public debt sustainability analysis in market – access countries 2013, May 9
8. Lipsey, R. G. (1999). *Macroeconomic Theory and Policy*, E. Elgar
9. Mankiw, N. G. (2006). *Osnove ekonomije*, Zagreb, MATE
10. Moesen, W., Van Rompuy (1990). The Growth of Government Size and Fiscal decentralization, paper prepared for the IIPF Congress, Brussels
11. Ristić, Ž. (2002). *Globalni fiskalni menadžment*, Beograd, Savremena administracija
12. Roubini, N., Sachs J., Honkapohja, S., Cohen, D., Government Spending, Budget (1989). Deficits in the Industrial Countries, *Economic Policy*, 4 (8), pp. 100–132
13. Samuelson, P., Nordhaus, W. (2005). *Economics*, Eighteenth Edition, McGraw Hill
14. Senior Nello S., (2005). *The European Union: Economics, Policies and History*, McGraw Hill
15. Stability and Growth Pact (SGP) European Commission document, Pakt stabilnosti i rasta, dokument Evropske Komisije; Dostupno na: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/stability-and-growth-pact_en
16. Staněk, P. (2004). Indebtedness as Immanent Feature of Current Economies, *Ekonomicky Casopis*, 52(3), 255–269
17. Wilcox, D. W. (1989). The sustainability of government deficits: Implications of the present-value borrowing constraint. *Journal of Money, credit and Banking*, 21(3), 291–306

STRUČNI RAD

ORGANIZACIONA KULTURA U KONTEKSTU PROJEKTOVANJA MENADŽMENT SISTEMA ŽIVOTNE SREDINE

Gordana Nikčević¹

Sažetak: *Ubrzan razvoj nauke i tehnike poslednjih decenija doveo je do toga da je čovjek ovladao prirodom i postigao neviđen ekonomski napredak. Međutim, postignuti progres imao je za posledicu ugrožavanje životne sredine do te mjere, da je doveo u pitanje opstanak same civilizacije. Želja za profitom je dovela do prilično neodgovornog ponašanja preduzeća, što je rezultiralo uništavanjem prirodnih resursa i ugrožavanjem životne sredine. Ovaj rad ima za cilj da skrene pažnju na menadžment sistem životne sredine kao posebnu disciplinu, tj. potrebu upravljanja životnom i radnom sredinom, a posebno da istakne ulogu organizacione kulture u tom procesu.*

Ključne riječi: *organizaciona kultura / menadžment / životna sredina / preduzeće.*

UVOD

Da bi ostvario svoj uticaj na sve sfere ljudske djelatnosti, koncept projektovanja menadžment sistema životne sredine (ekomenadžmenta) u savremenim uslovima treba da bude osnov za planiranje razvoja. Ovaj proces je veoma složen i dugotrajan, te zahtijeva promjenu mišljenja i ponašanja svih društvenih činilaca. Zbog toga se privreda i društvo moraju oslobađati tradicionalne svijesti i shvatanja o neograničenosti prirodnih resursa i njihovom prekomjernom korišćenju. Da bi se ostvario ovaj koncept, neophodno je uspostavljanje novih društvenih vrijednosti koje se zasnivaju na znanju, kreativnosti i sposobnosti zaposlenih, a koje vode transformisanju tradicionalnih u savremene vrijednosti, odnosno prihvatanju stava da je ekološki učinak razvoja jednako važan kao i ekonomski. Takav pristup zahtijeva

¹ Docent, Fakultet za poslovnu ekonomiju, Bar, Bjeliši bb, e-mail: gogan@t-com.me

novi sistem koji će biti sposoban da u uslovima neizvjesnosti i rizika balansira ekonomske, socijalne i ekološke zahtjeve, u skladu sa ovim konceptom.

U tom smislu, koncept ekomenadžmenta predstavlja izazov za sve organizacije i treba da bude dio dobre poslovne prakse kod svih organizacija koje imaju jasno definisanu strategiju, zasnovanu na stalnom poboljšanju svojih performansi. To svakako podrazumijeva spremnost i osposobljenost za promjene, napuštanje položičnosti i starih modela ponašanja, kao i preduzimanje efikasnih poslovnih poduhvata. Naročito mora predstavljati izazov za organizacije koje se bave planiranjem održivog razvoja u smislu načina za dokazivanje i opredeljenje za nove načine razmišljanja i ponašanja koji su zasnovani na kritičkom i naučnom pristupu.

ORGANIZACIONA KULTURA KAO ODGOVOR NA EKOLOŠKU KRIZU

Organizacionu kulturu definišemo kao sistem pretpostavki, vrijednosti, normi i stavova koji se manifestuju kroz simbole, koje su članovi jedne organizacije razvili i usvojili kroz zajedničko iskustvo i koji im pomaže da odrede značenja sveta koji ih okružuje i kako da se u njemu ponašaju (Janićijević, 2011). Organizaciona kultura ima snažan uticaj na organizaciju i menadžment koji proističe iz njene prirode i njenog sadržaja. Naime, pretpostavke, vrijednosti, norme i stavovi koje dijele članovi organizacije u značajnoj mjeri oblikuju njihove interpretativne šeme. Putem interpretativnih šema članovi organizacije dodeljuju značenja stvarima i pojavama u organizaciji i van nje i tako razumiju realnost koja ih okružuje (Fiske, Taylor, 1991; Smirlich, 1983). Iz značenja koja realnost organizacije ima za njene članove, proizilaze i njihova ponašanja, odnosno akcije i interakcije (Alvesson, 2002; Martin, 2002).

Organizaciona kultura predstavlja jedan vid kolektivne interpretativne šeme članova organizacije, usled čega oni na sličan način dodjeljuju značenja pojavama, ljudima i događajima u organizaciji i van nje, i na sličan način se prema njima i odnose. U tom smislu, snažna kultura jedne organizacije implicira da svi članovi organizacije na sličan način razumiju organizaciju i ponašaju se u skladu sa tim (Schein, 2004).

Organizaciona kultura utiče na način na koji će se njeni članovi ponašati unutar organizacije, tj. u radnom okruženju, kao i na formiranje njihovog odnosa prema životnom okruženju. Dakle, organizaciona kultura preko njenog uticaja na interpretativne šeme i ponašanje članova organizacije učestvuje u oblikovanju različitih komponenti organizacije i menadžmenta. U zavisnosti od vrijednosti i normi koje sadrži organizaciona kultura, menadžment preduzeća bira strategiju i pravce razvoja, dizajnira organizacionu strukturu, menadžeri oblikuju svoj stil upravljanja, zaposleni definišu svoje motive i potrebe i sl. (Wilderom, 2000).

Do složene ekološke situacije došlo je i jer se dugo smatralo da su osnovne prirodne komponente koje čovek koristi u svojoj proizvodnoj djelatnosti praktično iscrpne. Smatralo se da su resursi prirode beskonačni i nepresušni. Takođe, nije se vodilo o računa o načinima na koji su se eksploatisali prirodni resursi. Stoga je i nastao veliki broj problema, među kojima vodeće mjesto zauzima problem ekološke krize. Ovaj problem se manifestuje prvenstveno u obliku iscrpljenosti privrednih resursa, zagađenja životne sredine i padom kvaliteta života u svakom segmentu. Naime, uporedo sa eksploatacijom prirodnih resursa uvećava se količina raznih otpadnih predmeta i materija u prirodnoj sredini.

Zaštita i unapređenje životne sredine jedan je od najvažnijih procesa današnjice, koji zahtijeva različite aspekte upravljanja i znanja. Zbog toga ova problematika ima sve veće posledice i na organizacije. U zavisnosti od reakcije organizacije, ekološki interesi mogu uticati pozitivno ili negativno na obim postizanja postavljenih ciljeva. Zaštita životne sredine predstavlja rizike, ali i prilike. Uspješna preduzeća se trude da upravljaju ovim rizicima i prilikama. Rade to iz dva važna razloga; prvi – ušteda finansijskih sredstava, smanjenje troškova i drugi – mogućnost nastajanja obaveza. Da bi se to realizovalo, neophodno je da se radikalnije izmijeni sadašnji tempo eksploatacije prirodnih bogatstava i u tom pravcu usmjeri dalji pravac naučno-tehničkog i tehnološkog procesa. U tom smislu, potrebno je stvoriti takvu organizacionu kulturu koja će usmjeriti ponašanje i aktivnosti zaposlenih da iskoriste kapacitete životne sredine za ljudski napredak i razvoj, ali na takav način da ne bude narušena i skroz iscrpljena. To se može postići pravilnim izborom strateških opcija, postavljanjem ciljeva zasnovanih na stalnom poboljšanju svojih procesa, izborom stilova liderstva koji će omogućiti da se donose odluke kojima će se regulisati uticaj ljudskih aktivnosti na životni prostor. U tom kontekstu će se omogućiti alociranje prirodnih i veštačkih resursa, ali na način da se dostigne optimum upotrebe životne sredine u zadovoljenju osnovnih ljudskih potreba i ako je moguće, na održivim osnovama.

MENADŽMENT SISTEM U FUNKCIJI ZAŠTITE ŽIVOTNE SREDINE

Kreiranje menadžment sistema

Kreiranje menadžment sistema životne sredine je veoma složen zadatak koji se može uspješno realizovati jedino ukoliko postoji dobro organizovan informacioni sistem o životnoj sredini. Zaštita i upravljanje životnom sredinom je sastavni deo upravljanja na svim organizacionim nivoima. To je kontinuiran proces koji mora biti koordiniran sa društvenim i ekonomskim procesima (kao što su zašti-

ta zdravlja, bezbjednost zaposlenih, finansije i dr.). Osnovni principi upravljanja životnom sredinom su: politika zaštite životne sredine, planiranje, uvođenje i implementacija, mjerenje i vrednovanje, stalno preispitivanje i poboljšavanje. U tom smislu, u svakoj od navedenih strategija upravljanja životnom sredinom javljaju se četiri osnovne faze: faza identifikacije, faza monitoringa, faza valorizacije i faza regulacije. (Mihajlović, Đurić, Stošić Mihajlović, 2008).

Identifikacija je najznačajnija faza, jer predstavlja dobijanje informacija o potencijalnim efektima zagađivanja. U ovoj je fazi upravo potrebno prepoznati i popisati sve vrste izvora i mjesta zagađivanja. U fazi monitoringa vrše se različita praćenja i mjerenja zagađujućih materija. Cilj ove faze je da se dobije što preciznija slika zagađivanja oblasti kako bi se moglo reagovati na pravi način. Sledeća faza, faza valorizacije ili ocjene manifestuje se u zbiru svih informacija o životnoj sredini koje su dobijene u prethodnim fazama. Faza regulacije predstavlja primjenu različitih instrumenata i mjera kako bi se efikasnije upravljalo životnom sredinom. (Mihajlović, Stošić Mihajlović, 2009).

Da bi se kreirao menadžment sistem, neophodno je postojanje adekvatnih uslova. U tom smislu, moraju postojati menadžeri, koji su najvećim dijelom nosioci ovog projekta, koji zadovoljavaju određene uslove, i to:

Tehničke – koji se odnose na posjedovanje potrebnog znanja za obavljanje određenih aktivnosti.

Interpersonalne – koji predstavljaju sposobnost menadžera da rade sa ljudima, motivišu ih za rad, upravljaju konfliktima i sl.

Komunikacione sposobnosti – koji znače sposobnost menadžera da uspješno komuniciraju.

Konceptualne sposobnosti – koji znače sposobnost menadžera da shvati odnos između organizacije i sredine, tj. poziciju organizacije u svijetu biznisa.

Savremeni menadžer koristi sve informacione sisteme i pomoćne metode predviđanja (kvantitativne i kvalitativne) pri donošenju odluka. Odluke se mogu donositi u uslovima izvjesnosti, u uslovima rizika i u uslovima neizvjesnosti. Prema riziku menadžeri mogu imati različiti subjektivni odnos: mogu biti skloni riziku, odbojni prema riziku i mogu imati racionalan odnos prema riziku. Novi tip menadžera treba da bude dosledan svojoj viziji održivog razvoja, spreman da podnese rizik odlučivanja. On mora biti kompetentan da upravlja sopstvenim razvojem i razvojem organizacije i društva sa osjećanjem odgovornosti prema životnoj sredini, prema ljudima koji žive

i koji će se tek roditi. Takođe, mora biti svjestan da živi u doba informacija, mora posjedovati otvoreni senzorni sistem za prijem svih podataka, i biti sposoban da deluje na različitim nivoima razvoja. (Benis, Parikh, Lesem, 1994).

Postoje, takođe, različiti standardi (ISO 9000 i ISO 14000) koji zahtijevaju nove metode rada, nove oblike ponašanja i nove načine rukovođenja u organizacijama. Kvalitet počinje utvrđivanjem projekta od strane najvišeg rukovodstva koji se dalje razrađuje do konkretnih zadataka i uputstava. Dakle, ekomenadžment počinje projektima od strane najvišeg rukovodstva i njegova realizacija zavisi od rukovodstva. Nisu dovoljne samo zakonske regulative, spoljne mjere kontrole, monitorinzi, potreban je menadžer čije ponašanje uz ekonomsku logiku sadrži i ekološku etiku, ekološku svijest i savjest. (Gogue, 1996).

Instrumenti za kreiranje menadžment sistema životne sredine

Da bi se upravljalo životnom sredinom, potrebno je da postoje određena sredstva, tj. instrumenti pomoću kojih će se prikupiti informacije o životnoj sredini. Oni se mogu podijeliti na različite načine, u zavisnosti od toga šta se želi postići u datom momentu. U nekim situacijama instrumenti su više tehnički orijentisani na utvrđivanje ekološkog kapaciteta prostora i uticaja ljudskih aktivnosti na životnu sredinu, dok u drugim pristupima, pored tehničkih alata značajno mjesto zauzimaju politička sredstva, koja imaju za cilj stvaranje uslova za adekvatnije uključivanje javnosti u procese odlučivanja o životnoj sredini i razvoju. Svi instrumenti utiču na smanjenje zagađenja, što istovremeno znači očuvanje životne sredine i kvalitetan menadžment sistem koji je u funkciji njene zaštite. Instrumenti ekomenadžmenta mogu se podeliti u sledeće kategorije:

Organizaciono-pravni instrumenti – predstavljaju institucionalno-pravne mjere uključujući i tzv. ekološku administraciju kojom se direktno utiče na ponašanja zagađivača životne sredine putem proizvodnih procesa, zabrane ispuštanja zagađenja i sl.

Administrativni instrumenti – odnose se na utvrđivanje eko-standarda i normativa za emisiju zagađujućih supstanci putem sporazuma, organa lokalne vlasti i privrednog subjekta, uključujući i sankcije za narušavanje utvrđenih normativa.

Dobrovoljni instrumenti – označavaju sporazume i konvencije koje se zaključuju između subjekata različitog nivoa (lokalnog, regionalnog i međunarodnog), kroz mehanizam dobrovoljnosti i ubeđivanja.

Ekonomski instrumenti – ovi instrumenti obuhvataju razne dažbine, subvencije koje „zagađivač plaća”.

ORGANIZACIONA KULTURA KOJA GENERIŠE MENADŽMENT SISTEMA ŽIVOTNE SREDINE

Teorija menadžmenta polazi od pretpostavke da je jaka organizaciona kultura preduslov poslovnog uspjeha. Ona može biti „čarobni štapić uspjeha“, ali i „tihu ubi-ca“ – što će reći da organizaciona kultura može djelovati pozitivno i negativno na poslovanje preduzeća (Janićijević, 1997).

Uticaj organizacione kulture na poslovni uspjeh preduzeća zavisi od usklađenosti vrijednosti i vjerovanja koja je čine i okruženja. Dakle, kako će organizaciona kultura uticati na menadžment sistema životne sredine više zavisi od njenog sadržaja nego od snage konkretne kulture. S jedne strane, kultura može pozitivno uticati na motivaciju i posvećenost zaposlenih, olakšavati koordinaciju i kontrolu funkcionisanja organizacije, redukovati konflikte, a sa druge strane, snažna organizaciona kultura sa pogrešnim pretpostavkama, vrijednostima i verovanjima, koje nisu usklađene sa okruženjem može imati negativan uticaj na poslovni uspeh preduzeća. Osvrnucemo se na Hendijevu klasifikaciju organizacione kulture koja je značajna u objašnjavanju ovog procesa i koja razlikuje: kulturu moći, kulturu uloga, kulturu zadataka i kulturu podrške (Janićijević, 2013).

Kultura moći je kultura orijentisana ka lideru. Osnovna vrijednost ove kulture je autoritarizam lidera, tj. vjerovanje da sve odluke treba da se donose na jednom mestu, i to najčešće od strane lidera. To su porodične kulture u kojima je sve podređeno moći jedne osobe i koja traži istomišljenike. U kulturi moći primarne vrijednosti su poslušnost, lojalnost, a ne znanje, razvoj i proaktivno djelovanje.

Kultura uloga je u suštini birokratska kultura, jer u njoj ne postoji lider, već dominiraju pravila i procedure. Ovdje postoji jedinstvo ponašanja i shvatanja, koja se oblikuju pomoću pravila i procedura. Poslovi su standardizovani, a odnosi formalizovani. Ova kultura više vrednuje procedure i pravila, nego znanje i promjene. Moć se u ovoj kulturi izvodi iz hijerarhijske pozicije.

U kulturi zadataka sve je usmjereno i podređeno rješavanju zadataka u organizaciji. Kultura zadataka počiva na pretpostavci da organizacija postoji da bi rešavala zadatke. Sve je usmereno prema poslu koji treba da se obavi i tome je sve podređeno. Nju karakterišu projektni timovi, znanje, kreativnost i inovativnost. Ovdje nema stroge hijerarhije i podjele posla. Ljudi se ne cijene po hijerarhijskoj poziciji, nego prema svojoj stručnosti i sposobnosti da obave određene zadatke. Zaposleni imaju znatan stepen samostalnosti u svom poslu, a kontrola je usmjerena na rezultate. U ovim organizacijama ljudi najbolje rješavaju probleme kroz mješavinu kreativnosti i logike.

Kultura podrške je tip kulture koji se veoma rijetko može naći u organizacijama. Kultura podrške je individualistička kultura koja počiva na pretpostavci da organizacija postoji da bi omogućila svojim članovima da ostvare individualne ciljeve i interese. Ova kultura daje prednost individualnim ciljevima pojedinca, a pritom zanemaruje ciljeve preduzeća kao cjeline.

Hendijeva klasifikacija upućuje na zaključak da nije svaki tip organizacione kulture pogodan za kreiranje i razvoj menadžment sistema životne sredine. Dakle, samo ona organizaciona kultura koja je otvorena za promjene i inovativnost, koja generiše znanje i dijeljenje znanja, koja prihvata rizik, koja favorizuje timski rad, demokratske principe rukovođenja i fokusiranost prema rezultatima, predstavlja dobru osnovu za kreiranje i sprovođenje menadžment sistema životne sredine. Takva organizaciona kultura polazi od ekonomske logike, sadrži ekološku etiku i ekološku svijest (Gogue, 1996).

ZAKLJUČAK

Društvo treba da bude svjesno da odnos prema životnoj sredini definitivno treba mijenjati. Jedan od osnovnih koncepata ekonomike životne sredine jeste koncept njene zaštite. Suštinu koncepta održivog razvoja čini korelacija privrednog razvoja i životne sredine, uz uvažavanje zakonitosti ekoloških sistema. Ovakav koncept znači da preduzeća moraju racionalno koristiti prirodna bogatstva države i u skladu sa tim podizati kvalitet životne sredine i kvalitet života. Da bi se ovaj koncept realizovao, potrebno je uspostaviti nove društvene vrijednosti koje će se zasnivati na znanju, kreativnosti i sposobnosti ljudskih resursa i raditi na stvaranju kvalitetne organizacione kulture koja se bazira na pomenutim elementima.

Sve navedeno upućuje na zaključak da sadašnje generacije mogu iskoristiti svoje pravo na slobodno iskorišćavanje resursa i na zdravu životnu sredinu. Međutim, ne smiju ugroziti takvo pravo narednim generacijama. Pravilno upravljanje životnom sredinom znači kroz adekvatnu organizacionu kulturu sprovođenje osnovne strateške aktivnosti kojima će se definisati pravci razvoja životne sredine i odrediti sredstva za njenu zaštitu. Stoga, jedino snažna organizaciona kultura, koja drži zaposlene na okupu, može da stvori sistem upravljanja životnom sredinom ili ekološki menadžment koji se sastoji u težnji preduzeća da eliminiše negativne tendencije i uticaje na životnu sredinu i zdravlje ljudi.

Bez obzira što ovaj koncept nije nov, u našoj zemlji nije uspio da obezbijedi ravnotežu između organizacije i životne sredine kako bi zaštitio životnu sredinu. Različiti interesi na nivou preduzeća i društva uticali su na stvaranje različitih pristupa

zaštiti životne sredine. Postojeći modeli planiranja sistema menadžmenta podrazumijevaju zaštitu životne sredine kao poseban sektor planiranja, što sa stanovišta održivog razvoja nije dalo posebne rezultate. Stoga, u narednom periodu treba raditi na usaglašavanju ovih, prilično međusobno nepovezanih koncepata.

Za ovaj posao nam mogu biti od koristi iskustva razvijenih zemalja – u smislu potpisivanja različitih deklaracija, donošenja odluka i sl. Zacrtni cilj pretpostavlja edukaciju društva na svim nivoima, tj. sticanje znanja o neophodnosti zdrave životne sredine. U skladu sa tim, potrebno je pospješiti efikasan marketing u oblasti ekomenadžmenta kako bi se propagirao ovakav način razmišljanja – da sistem ekomenadžmenta mora postati imperativ u budućem razvoju.

ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE CONTEXT OF DESIGNING ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM

Gordana Nikcevic

Abstract: *The rapid development of science and technology in the recent decades has led to the fact that men have mastered nature and achieved the unseen economic progress. However, this has resulted in environmental degradation to the extent that it brought into question the survival of civilization itself. The desire for profit has led to a fairly irresponsible behavior of companies, resulting in the destruction of natural resources and environmental degradation. This paper aims to draw attention to the environmental management system as a separate discipline. In more specific terms, that refers to the need for environmental and working environment management, while emphasizing the role of organizational culture in that process.*

Keywords: *organizational culture, management, environment, company*

LITERATURA

1. Alvesson, M. (2002). *Understanding Organizational Culture*, London, Sage
2. Benis, W. Parikh, J. Lesem R. (1994). *Beyond Leadership*, Basil Blackwell Ltd., Cambridge, Massachusetts
3. Fiske, S. T., Taylor S. E. (1991). *Social cognition*, New York, McGraw Hill
4. Gogue, J. (1996). *Upravljanje kvalitetom*, Beograd, Poslovna politika
5. Janićijević, N. (1997). *Organizaciona kultura – kolektivni um preduzeća*, Novi Sad, Ulixes

6. Janićijević, N. (2011). Methodological Approaches in The Research of Organizational Culture. *Economic Annals*, 56 (189), 69–100.
7. Janićijević, N. (2013). *Organizaciona kultura i menadžment*, Beograd, Ekonomski fakultet
8. Martin, J. (2002). *Organizational Culture: Mapping the Terrain*, London, Sage
9. Mihajlović, P., Đurić, S., Stošić Mihajlović, Lj. (2008). *Upravljanje raspoloživim alternativnim energetske resursima u urbanoj sredini. Održivi prostorni razvoj gradova*, Beograd, IAUS
10. Mihajlović, P., Đurić, S., Stošić Mihajlović, Lj. (2009). *Procesi u ekomenadžmentu*, IAUS
11. O' Riordan, T. (1999). *Science for Environmental Management*, Singapore, Longman Group
12. Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership*, Thousand Oaks, Sage Publications
13. Smircich, L. (1983). Concepts of Culture and Organizational Analysis. *Administrative Science Quarterly*, 28(3), 339–358
14. Wilderom, C. et al. (2000). Organizational Culture as a Predictor of Organizational Performance“. In N. Ashkanasy et al. (eds) *Handbook of Organizational Culture & Climate* (193–209). Thousand Oaks, Sage.

UPUTSTVO AUTORIMA ZA PISANJE I PRIPREMANJE RUKOPISA

Ekonomija – teorija i praksa predstavlja časopis međunarodne orijentacije koji ima za cilj objavljivanje radova iz svih oblasti ekonomije i privrednog poslovanja. Časopis objavljuje radove na srpskom i na engleskom jeziku. Časopis *Ekonomija – teorija i praksa* otvoren je za sva argumentovana mišljenja i ideologije. Empirijska istraživanja i teorijske analize problema u svim oblastima ekonomije od podjednakog su značaja i biće objavljeni, ukoliko po mišljenju recenzentata i urednika zadovoljavaju kriterije časopisa u pogledu relevantnosti i profesionalnog nivoa.

DOSTAVLJANJE RUKOPISA

Autori mogu dostavljati rukopise, **obavezno** u elektronskoj formi na e-mail adresu: redakcija@fimek.edu.rs, a u papirnoj verziji na adresu: Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Novi Sad, Cvećarska 2, Srbija, sa naznakom „Za redakciju časopisa *Ekonomija – teorija i praksa*”. Rukopisi će biti uzeti u razmatranje za objavljivanje, uz uslov da isti rad nije istovremeno ponuđen nekom drugom časopisu, a u slučaju kolektivnih radova – kada su svi autori saglasni sa tim da rad bude objavljen. Ukoliko je rukopis prihvaćen za objavljivanje u časopisu, pravo reprodukcije rada u svim drugim medijima pripada izdavaču. Smatra se da sva mišljenja izneta u objavljenom radu spadaju pod isključivu odgovornost autora. Urednik, recenzenti ili izdavač ne prihvataju odgovornost za izneta mišljenja autora.

Rukopisi treba da ispunjavaju osnovne tehničke i stilske kriterijume. Nepoštovanje navedenih kriterijuma može da rezultira neprihvatanjem teksta, traženjem da se rad prilagodi ili kašnjenjem prilikom objavljivanja. (U slučaju da se dostavlja u papirnoj verziji, sa istovetnom verzijom u elektronskoj formi, tekst treba da bude odštampan jednostrano, sa duplim proredom, na papiru formata A4. Sve stranice, osim naslovne, treba da budu numerisane). Verzija dostavljena u elektronskoj formi, kao i ona u papirnoj, mora biti otkucana tačno i bez grešaka, u obliku dokumenta u Word-u, sa uključenim svim tabelama i grafikonima kao što se predviđa da bude u objavljenom tekstu. Redakcija će rukopis dostaviti recenzentima kompetentnim za odgovarajuće oblasti.

Pravila recenzije nalažu da se rukopis šalje bez identifikacije autora. Autori treba da **posebno pripreme naslovnu stranu rukopisa** tako da sadrži naslov rada i osnovne podatke o autoru (ili autorima), uključujući prezime i ime, naučno zvanje i titulu, instituciju zaposlenja, adresu stanovanja, telefon i *e-mail* adresu autora sa kojim će se obavljati sva eventualna prepiska. Na prvoj stranici koja dolazi posle naslovne strane, potrebno je ponovo napisati naslov rada, razmak, zatim dati sažetak do 200 reči, na srpskom i engleskom jeziku. Ispod sažetka treba navesti do 10 ključnih reči. Tekst rada počinje na drugoj strani. Mole se autori da unutar teksta ili fusnota ne navode bilo kakve podatke na osnovu kojih bi moglo da se ustanovi ili prepozna autorstvo rada.

Radove pisati jezgrovito, razumljivim stilom i logičkim redom koji, po pravilu, uključuje: uvodni deo, cilj i metode istraživanja, razradu teme i zaključak. Za pisanje referenci koristiti APA (Priručnik za publikovanje, Američko psihološko društvo) međunarodni standard za pisanje referenci. Napomene tj. fusnote mogu sadržati dopunska objašnjenja ili komentare koji su u vezi sa tekstem.

Na kraju svakog naučnog članka obavezno je napisati Literaturu, odnosno, spisak korišćenih, tj. citiranih referenci po abecednom redu.

TEHNIČKO UPUTSTVO ZA FORMATIRANJE RADOVA

Rad treba da sadrži sledeće:

1. Naslov rada (ne više od 10 reči) na srpskom i engleskom jeziku, centrirano.
2. Podnaslov (opciono) na srpskom i engleskom jeziku.
3. Podaci o autorima: prezime, ime (u fusnoti institucija zaposlenja, adresa, telefon i e-mail).
4. Apstrakt rada maksimalne dužine do 200 reči na srpskom i engleskom jeziku.
5. Ključne reči (ne više od 10) na srpskom i engleskom jeziku.
6. Tekst rada na srpskom ili engleskom, maksimalnog obima 16 stranica, uključujući tabele, slike, grafikone, literaturu i ostale priloge.
7. Bibliografiju.

Uputstvo za oblikovanje teksta:

1. Rad treba pripremiti pomoću tekst procesora Word.
2. Format stranice: A4
3. Sve margine: 25 mm
4. Font: latinični, Times New Roman, veličine 12 pt., (važi za sve podnaslove, nazive tabela, slika, sažetak, ključne reči), sa proredom 1,5. Sažetak (Abstract) kucati *italic*. Naslov rada 14 pt. bold, fusnote 10 pt.
5. Nazivi tabela, slike treba da su numerisani arapskim brojevima. Slike, ilustracije, sheme potrebno je priložiti u jednom od formata: jpg ili tiff formatu, rezolucije 300 dpi (minimalno!), crno-bele (grayscale). Ako ima vektorskih crteža (grafikona, shema, blok dijagrami), oni bi trebalo da budu u ai, eps ili cdr formatu, isto crno-bele. Za tekst u slikama, ilustracijama i shemama poželjno je koristiti font Arial, veličine 9 pt.
6. Za listu referenci i citate dato je posebno uputstvo.

1. Lista referenci:

U referencama se izvori kao što su: knjiga, članak u časopisu ili internet stranica, navode detaljno tako da čitaoci mogu da ih identifikuju i konsultuju. Reference se stavljaju na kraju rada, a izvori se navode po abecednom redu: (a) po prezimenu autora ili (b) po na-

slovima ako nije poznato ime autora. Više izvora jednog autora prikazuju se hronološkim redom, npr.:

Bandin, T. (1995).

Bandin, T. (1998).

Bandin, T. (2000).

A. Knjige, brošure, poglavlja iz knjige, enciklopedijske odrednice, recenzije

Osnovni format za knjige

Autor, S. I. (godina izdavanja). *Naslov dela*, Mesto izdavanja, Izdavač

Jedan autor

Carić, S. (2007). *Bankarski poslovi i hartije od vrednosti*, Novi Sad, Privredna akademija

Jedan autor, novo izdanje

Vunjak, M. N. (2008). *Finansijski menadžment: Poslovne finansije* (7. izd.). Subotica, Proleter A.D. Bečej, Ekonomski fakultet

Dva autora

Van Horn, J. C., Wachowicz, J. M. JR. (2007). *Osnovi finansijskog menadžmenta* (12. izd.). Beograd, DATA STATUS

Tri do šest autora

Ljubojević, K., Dimitrijević, M., Mirković, D., Tanasijević, V. i Perić, O. (2006). *Importance of software testing*, Subotica, Ekonomski fakultet

Bez autora

Publication Manual of the American Psychological Association (Fourth Edition). (1994). Washington, D.C., American Psychological Association

Bez autora, ima samo urednika, editora, ed.

Cattell, R.B. (Ed.). (1966). *Handbook of Multivariate Experimental Psychology*, Chicago, Rand McNally & Company.

Navođenje neobjavljenih radova (doktorska disertacije, magistarski radovi i drugi neobjavljeni radovi)

Jovanović, M. (2009). *Investicioni instrumenti u bankarskom poslovanju*. Magistarski rad, Novi Sad, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment.

Ignjatijević, S. (2011). *Komparativne prednosti agrara Srbije u spoljnoj trgovini*, Doktorska disertacija, Novi Sad, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment.

Poglavlje u knjizi

Prezime, inicijal imena. (Godina). Naslov poglavlja. U inicijal imena urednika prezime urednika (ur.), Naslov knjige (str. Prva strana poglavlja-poslednja strana poglavlja). Mesto, Izdavač.

Momirović, K., Bala, G. i Hošek, A. (2002). Taksonomska struktura nekih simptoma aberantnog ponašanja dece od 4 do 7 godina. U: K. Momirović i D. Popović (ur.), *Psihopatija i kriminal* (str. 125-142). Leposavić, Univerzitet u Prištini, Centar za multidisciplinarna istraživanja Fakulteta za fizičku kulturu.

B. Časopisi i ostale periodične publikacije

Članak u časopisu, jedan autor

Prezime, inicijal imena. (Godina). Naslov. Naziv časopisa, volumen, (broj), prva strana članka-poslednja strana članka.

Schneider, F. (2005). Shadow economies around the world: what do we really know?. *European Journal of Political Economy*, 21(3), 598-642

Članak u časopisu, dva autora

Hill, M., & Hupe, P. (2007). Street-level bureaucracy and public accountability. *Public Administration*, 85 (2), 279-299.

Članak u časopisu, tri do šest autora

Vunjak, N., Ćurčić, U., Simetić, R. i Davidović, M. (2008). Korporativne performanse banke. *Anali*, 19, 175-182.

Članak u časopisu, više od šest autora

Ljubojević, K., Dimitrijević, M., Mirković, D., Tanasijević, V., Perić, O., Jovanov, N. et al. (2005). Putting the user at the center of software testing activity. *Management Information Systems*, 3 (1), 99-106.

Saopštenje u zborniku konferencije, simpozijuma ili kongresa ili prilog iz Enciklopedije)

Inicijali prezimena autora, godina, naslov rada, naziv simpozijuma, strane, mesto izdavanja, izdavač.

Veselinović, B., Ševarlić, M., Nikolić M.(2007). Long term-trends in Serbian Agriculture. *Trends in the Development of European Agriculture* (617-622), Temisoara, The Faculty of Agriculture of the Agricultural and Veterinary University of the Banat

Ukoliko koristite izvor sa interneta (Naslov strane, datum preuzimanja podataka, sajt)

1. Ministarstvo za nauku i tehnološki razvoj (2010, Januar 20), Lista časopisa za društvene nauke, Preuzeto sa http://www.nauka.gov.rs/cir/index.php?option=com_content&task=view&id=930&Itemid
2. Ekonomija u Wikipediji (2010, Februar 02), Preuzeto sa: <http://bs.wikipedia.org/wiki/Ekonomija>

CITATI IZ IZVORA U TEKSTU RADA

Citati

Ukoliko se izvor citira doslovce, navodi se ime autora, godina izdanja i stranica sa koje je citat preuzet (sa naznakom „str.”)

Citat se uvodi frazom koja sadrži autorovo prezime, a iza njega se stavlja godina objavljivanja u zagradama.

Po Mirkoviću (2001), „primena skladišta...”(str. 201) ili
Mirković (2001) smatra da „primena skladišta...”(str. 201).

Ukoliko se u uvodnoj fazi ne imenuje autor, na kraj citata se stavlja autorovo prezime, godina izdanja i broj stranice u zagradama.

Rezime ili parafraza

Po Vunjaku (2008), elastičnost finansijskog menadžmenta se ispoljava u sposobnosti pribavljanja jeftinijeg dopunskog kapitala, (str. 32).

Elastičnost finansijskog menadžmenta se ispoljava u sposobnosti pribavljanja jeftinijeg dopunskog kapitala (Vunjak, 2008, str. 32)

Jedan autor

Babović (2009) upoređuje strukturu pristupa ...

Dva autora

Uvek se navode dva prezimena

U jednom drugom istraživanju (Babović i Lazić, 2008) zaključuju da se ...

U engleskom tekstu se (veznik *i*) označava sa „&”

Tri do pet autora

Prvi put se navode imena svih autora. Kod narednih navoda, navodi se prezime prvog autora, iza koga se stavlja „i sar.” a u engleskom tekstu „et al.”

(Babović, Veselinović, Carić, Đorđević i Ćirić, 2011)

Šest ili više autora

U uvodnoj frazi navodi se prezime prvog autora ili u zagradi

Carić i sar. (2010) tvrde da...

...nije relevantna (Carić i sar., 2011)

Kada se navodi više od jednog dela istog autora:

(Bandin, 2005, 2007)

Kada je više od jednog dela istog autora objavljeno iste godine, navode se sa slovima a, b, c itd.

(Bandin, 2006a, 2006b, 2006c)

Ukoliko niste pročitali originalno delo navodi se autor koji vas je uputio na isto:

Bergsonovo istraživanje (pomenuto kod Mirkovića i Boškova, 2006).

Kod citata se uvek navode stranice:

(Mirković, 2006, str. 12)

Kod korišćenja delova
(Carić, 2008, pogl. 3)
(Carić, 2008, str. 231–258)

Neimenovan autor

Ukoliko delo nije autorizovano, izvor se navodi po naslovu u uvodnoj frazi, ili se prve jedna do dve reči stave u zagradu. Naslovi knjiga i izveštaja se pišu kurzivom, dok se naslovi članaka i poglavlja stavljaju u navodnike.

Slična anketa je sprovedena u jednom broju organizacija koje imaju stalno zaposlene menadžere baze podataka („Limiting database access”. 2005).

FUSNOTE

Ponekad se neko pitanje pokrenuto u tekstu mora dodatno obraditi u fusnotama, u kojima se dodaje nešto što je u indirektnoj vezi sa temom, ili se daju dodatne tehničke informacije.

Fusnote se numerišu eksponentom, arapskim brojevima na kraju rečenice.

Pored toga što na adresu mogu da šalju rukopise, potencijalni autori mogu na istu adresu redakcija@fimek.edu.rs da upute i upite u vezi sa odlukom o (ne)objavljivanju tekstova i sa fazom do koje je tekst stigao u redakcijskoj proceduri.

GUIDELINES FOR AUTHORS ON WRITING AND PREPARING MANUSCRIPTS FOR SUBMISSION

“Economics – Theory and Practice” presents an internationally oriented journal which aims to publish papers from the broad fields of economics and economic affairs. The journal publishes papers in Serbian and English language and is open to all kinds of argumentative writing. Empirical studies and theoretical analyses of economic issues from all areas of economics are equally important and will be published provided that, in the opinion of reviewers and the editor, they meet the set criteria in terms of subject relevance and level of expertise.

SUBMISSION OF MANUSCRIPTS

Authors can submit manuscripts, in the electronic form ONLY to the following e-mail address: redakcija@fimek.edu.rs or by mailing paper versions to: Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Novi Sad, Cvećarska 2, Srbija, clearly marked as follows: “Za redakciju časopisa Ekonomija- teorija i praksa”. The manuscripts will be considered for publishing on the condition that they have not been offered to any other journals, while works written by multiple authors can be published only if all of the contributing authors give their consent for publication. Provided that a manuscript has been accepted for publication, the editor reserves all further reproduction rights. All points of view expressed in papers are held as the sole responsibility of authors. The editor, reviewers or the publisher do not assume responsibility for the expressed viewpoints in the papers.

Manuscripts must be in accordance with the basic technical and stylistic criteria. Disregard of the mentioned criteria can result in non-acceptance of the manuscript, request for further paper adjustments or delayed publication (When paper versions of manuscripts are mailed, with an identical copy available in electronic format, texts must be printed as single-sided, with double spacing, using the A4 paper size. All pages, except for the cover need to have proper pagination). Manuscripts in electronic format, just like their paper versions, need to be typed correctly and without typing errors, as MS Word documents, including all tables and charts intended for illustration. The editorial board will send all manuscripts to the selected expert reviewers for the respective fields

Rules are such that a manuscript has to be sent to reviewers without the author's identity. Authors need to pay special attention to the content of the manuscript cover, so that it contains the title of the paper and most important facts about the author(s), including first and last name, academic degree and title, affiliation, address and contact telephone and e-mail address of the author for further correspondence. The first page coming right after the cover has to contain once again the title of the paper, followed

by spacing and then an abstract not exceeding 200 words in Serbian and English. Below the abstract, authors have to supply up to 10 key words. The text of the paper starts from page two. Authors are kindly asked not to mention any personal details/facts within the text or footnotes that might reveal the identity of authors.

Papers should be written clearly, concisely, and presented in a logical sequence, assuming the introductory part, objectives and research methods, body of the paper and conclusion. When writing references, authors need to use the internationally recognized APA standard. Footnotes can contain further explanations and comments related to the text.

At the end of each scientific paper, authors need to provide a list of used Literature, i.e. the cited references in alphabetical order.

TECHNICAL GUIDELINES FOR FORMATTING MANUSCRIPTS

Each paper/article should contain the following elements:

1. Title (not more than 10 words) in Serbian and English, centered.
2. Subtitle (optional) in Serbian and English.
3. Information about authors: last name, first name (in footnote- place of work, address, telephone and e-mail.
4. Paper abstract- maximum length up to 200 words, in Serbian and English.
5. Key words (not more than 10) in Serbian and English.
6. Text in Serbian and English, maximum 16 pages, including tables, pictures, graphs, literature and other appendices.
7. Bibliography.

Guidelines for text formatting:

1. Text should be written using MS Word.
2. Page format: A4
3. All margins: 25 mm
4. Font: Latin, Times New Roman, Font size 12 pt., (applies to all subtitles, table titles, pictures, abstract, key words), with spacing of 1.5. Abstract should be written in *italic*. Paper title: 14 pt. bold, footnotes: 10 pt.
5. Table titles, pictures should be marked with Arabic numbers. Pictures, illustrations and schemes should be submitted in jpg or tiff format, in resolution 300 dpi (minimum!), black and white (grayscale). If there is any vector graphics included (graphs, schemes or block diagrams, it should be in ai, eps or cdr format, black and white again. For text inside pictures, illustrations and schemes, it is suggested to use font type Arial, size 9 pt.
6. For reference list and quotations separate guidelines are given.

Reference list:

Sources such as: book, article from a journal, or web page are cited in such detailed manner that readers can easily identify and consult them, if necessary. Reference list is supplied at the end of the paper and sources are listed in alphabetical order: (a) by author's last name or (b) titles- if author's identity is unknown. More sources by the same author are presented in chronological order, e.g.:

Bandin, T. (1995).

Bandin, T. (1998).

Bandin, T. (2000).

Books, brochures, book chapters, encyclopedia entries, reviews

The main format for books

Author, S. I. (year of publishing). *Title*, Place of publishing, Publisher

One author

Carić, S. (2007). *Bankarski poslovi i hartije od vrednosti*, Novi Sad, Privredna akademija

One author, new edition

Vunjak, M. N. (2008). *Finansijski menadžment: Poslovne finansije* (7th edition). Subotica, Proleter A.D. Bečej, Ekonomski fakultet

Two authors

Van Horn, J. C., Wachowicz, J. M. JR. (2007). *Osnovi finansijskog menadžmenta* (12th edition). Beograd, DATA STATUS

Three to six authors

Ljubojević, K., Dimitrijević, M., Mirković, D., Tanasijević, V. i Perić, O. (2006). *Importance of software testing*, Subotica, Ekonomski fakultet

Without author

Publication Manual of the American Psychological Association (Fourth Edition). (1994). Washington, D.C., American Psychological Association

Without author, has only editor, ed.

Cattell, R.B. (Ed.). (1966). *Handbook of Multivariate Experimental Psychology*, Chicago, Rand McNally & Company.

Citing unpublished papers (doctoral dissertations, master's theses and other unpublished works)

Jovanović, M. (2009). *Investicioni instrumenti u bankarskom poslovanju*. Master's Thesis, Novi Sad, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment.

Ignjatijević, S. (2011). *Komparativne prednosti agrara Srbije u spoljnoj trgovini*, Doctoral dissertation, Novi Sad, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment.

Book chapter

Last name, First name initial. (Year). Title of the chapter. In: Initial of the first name of editor.

Last name of editor (Ed.), *Title of the book* (p. first page of the chapter- last page of the chapter). Place of publishing, Publisher.

Momirović, K., Bala, G. i Hošek, A. (2002). Taksonomska struktura nekih simptoma aberantnog ponašanja dece od 4 do 7 godina. In: K. Momirović i D. Popović (Ed.), *Psihopatija i kriminal* (p. 125-142). Leposavić, Univerzitet u Prištini, Centar za multidisciplinarna istraživanja Fakulteta za fizičku kulturu.

Journals and other periodicals:

Article from a journal, single author

Last name, first name initial. (Year). Title. *Name of the journal*, volume, (number), first page of the article- last page of the article.

Schneider, F. (2005). Shadow Economies Around the World: What do we really know?. *European Journal of Political Economy*, 21(3), 598-642

Article from a journal, two authors

Hill, M., & Hupe, P. (2007). Street-level bureaucracy and public accountability. *Public Administration*, 85 (2), 279-299.

Article from a journal, three to six authors

Vunjak, N., Ćurčić, U., Simetić, R. i Davidović, M. (2008). Korporativne performanse banke. *Anali*, 19, 175-182.

Article from a journal, more than six authors

Ljubojević, K., Dimitrijević, M., Mirković, D., Tanasijević, V., Perić, O., Jovanov, N. et al. (2005). Putting the user at the center of software testing activity. *Management Information Systems*, 3 (1), 99-106.

Proceedings of conferences, symposiums or congresses or excerpts from encyclopedias

Author's last name initial, year, title of the paper, name of symposium, page numbers, place of publishing, publisher.

Veselinović, B., Ševarlić, M., Nikolić M.(2007). Long term-trends in Serbian Agriculture. *Trends in the Development of European Agriculture* (617-622), Temisoara, The Faculty of Agriculture of the Agricultural and Veterinary University of the Banat

If you use an Internet source (Title/Heading of the web-page, date of using the source, web-site)

1. Ministarstvo za nauku i tehnološki razvoj (2010, January 20), Lista časopisa za društvene nauke, Taken from http://www.nauka.gov.rs/cir/index.php?option=com_content&task=view&id=930&Itemid
2. Ekonomija u Wikipediji (2010, February 02), Taken from: <http://bs.wikipedia.org/wiki/Ekonomija>

QUOTATIONS FROM SOURCES USED IN THE PAPER

Quotations

If a source is quoted word by word, it is necessary to give the author's name, year of publishing and page from which the quotation was taken (using "p.")

The quote is introduced by giving the author's last name, followed by the year of publishing in brackets.

According to Mirković (2001), "primena skladišta..." (p. 201) or Mirković (2001) believes that "primena skladišta..." (p. 201).

If the introducing phrase does not mention the author's name, the author's last name should be put at the end of the quotation, followed by the year of publishing and page number in brackets.

Summary or paraphrase

According to Vunjak (2008), the elasticity of financial management ischeaper additional capital, (p. 32).

The elasticity of financial management ischeaper additional capital (Vunjak, 2008, p. 32)

One author

Babović (2009) compares the structures of approaches...

Two authors

Both last names have to be supplied

In another research (Babović and Lazić, 2008) it is concluded that...

In the English text (conjunction *and*) is marked as "&"

Three to five authors

When mentioned for the first time, all the authors' names need to be supplied. In repeated quoting, the last name of the first author is supplied, followed by "et al."

(Babović, Veselinović, Carić, Đorđević i Ćirić, 2011)

Six or more authors

In the introductory phrase, there has to be the last name of the first author, or in brackets

Carić et al. (2010) claim that...
...is not relevant (Carić et al., 2011)

When more than one work by the same author are mentioned:
(Bandin, 2005, 2007)

When more than one work by the same author were published the same year, they are marked with letters a, b, c etc.
(Bandin, 2006a, 2006b, 2006c)

If you haven't read the original work, you should give the name of the author which referred you to the mentioned source:
Bergson's research (mentioned by Mirković and Boškov, 2006).

Pages are always supplied in quotations:
(Mirković, 2006, p. 12)

When quoting parts
(Carić, 2008, ch. 3)
(Carić, 2008, p. 231–258)

Unnamed author

If a work has not been authorized, that source is mentioned by the introducing phrase, or with the first one or two words put in brackets.

Titles of books and reports are given in italic, while titles of articles and chapters are given under quotation marks.

A similar poll has been conducted in a number of organizations with database managers employed full-time ("Limiting database access". 2005).

FOOTNOTES

Sometimes it is necessary to supply additional comments or explanations for certain issues mentioned in the text. This is done in the form of footnotes, which can be directly related to the topic or simply give some additional technical information.

Footnotes are marked with exponent in Arabic numbers at the end of the sentence.

Apart from mailing manuscripts, prospective authors can also use the same e-mail address (redakcija@fimek.edu.rs) to inquire about the decision on (non)publishing texts and progress in the process of processing manuscripts.

The journal "Economics – Theory and Practice", ISSN 2217-5458 is the continuation of the "Anthology of academic papers", ISSN 1820-9165

**Pretplata je 3.000 dinara po jednom primerku časopisa.
Časopis izlazi kvartalno.
Pretplata se može izvršiti na račun br.: 330-15003002-53**