

UDK: 33



FIMEK

FAKULTET ZA EKONOMIJU I INŽENJERSKI MENADŽMENTU NOVOM SADU

ISSN 2217-5458

Ekonomija

teorija i praksa

Economics

Theory and Practice

GODINA XV • BROJ IV • NOVI SAD, 2022.

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
Prof. dr Marko Carić

Zamenik glavnog urednika
Prof. dr Dragan Soleša

Sekretari redakcije
Marija Sudar
Katarina Soleša

Lektor i korektor za srpski jezik
Marija Sudar

Lektor i korektor za engleski jezik
Kristina Marić

Tehnička realizacija i štampa
Štamparija FELJTON, Novi Sad

Tiraž
100

CIP – Katalogizacija u publikaciji
Biblioteka Mатице српске, Нови Сад

33

EKONOMIJA : teorija i praksa = Economics : theory and practice / glavni urednik Marko Carić. – God. 4, br. 3 (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

Časopis "Ekonomija - teorija i praksa" je kategorizovan kao istaknuti nacionalni časopis za društvene nauke – ekonomija i organizacione nauke - M51
(<https://mpn.gov.rs/wp-content/uploads/2022/10/Lista-naucnih-casopisa-domacih-izdavaca-za-2022.pdf>)

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 **Nikola Ćurčić**, Istraživačko-razvojni institut "Pančevo", Beograd
- Prof. 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. Assist. Prof. **Daniele Cavichioli**, Ph.D., State University of Milan, Department of Environmental Science, Milano, Italy
3. Prof. dr **Radovan Vladisljević**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
4. Dr sc **Goran Buturac**, znanstveni savjetnik, Ekonomski institut, Zagreb, Hrvatska
5. Prof. dr **Maja Ćirić**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
6. Prof. dr **Radmilo Pešić**, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet, Beograd
7. Prof. dr **Radivoj Prodanović**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
8. Prof. dr **Miodrag Brzaković**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije, Beograd
9. Prof. dr **Svetlana Ignjatijević**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
10. Prof. dr **Ivana Brkić**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad
11. Doc. dr **Jovana Gardašević**, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad

Sadržaj|Contents

ORIGINALNI NAUČNI RADovi

Kostić Sara

UTICAJ ATRIBUTA E-TRGOVINE NA SATISFAKCIJU I LOJALNOST KUPACA

Kostić Sara

INFLUENCE OF E-COMMERCE ATTRIBUTES ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY 1-24

Vujičić Slađana, Staletović Maja, Stevanović Mirjana, Gavrilović Milan

ORGANIZACIONE STRUKTURE PREDUZEĆA U SAVREMENIM USLOVIMA POSLOVANJA

Vujičić Slađana, Staletović Maja, Stevanović Mirjana, Gavrilović Milan

ORGANIZATIONAL STRUCTURES OF COMPANIES IN MODERN BUSINESS ENVIRONMENT 25-41

Radivojević Nikola, Pimić Miroslav, Mitrović Nenad

TROŠKOVI (RE)DIZAJNIRANJA ORGANIZACIONE STRUKTURE U FUNKCIJI UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI SAOBRAĆAJNIH PREDUZEĆA

Radivojević Nikola, Pimić Miroslav, Mitrović Nenad

COSTS OF (RE)DESIGNING THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE IN ORDER TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF TRANSPORT COMPANIES 42-55

Popović Svetlana

INFLATION CONVERGENCE IN NEW EMU MEMBERS

Popović Svetlana

KONVERGENCIJA INFLACIJE U NOVIM EMU ČLANICAMA 56-76

PREGLEDNI RADovi

Obučinski Dejan, Brkić Ivana, Mitrić Vidoje

UTICAJ KORUPCIJE U JAVNOM SEKTORU NA MIKROEKONOMSKE SUBJEKTE U ZEMLJAMA U RAZVOJU

Obučinski Dejan, Brkić Ivana, Mitrić Vidoje

THE IMPACT OF CORRUPTION IN THE PUBLIC SECTOR ON MICROECONOMIC ENTITIES IN DEVELOPING COUNTRIES 79-93

Knežević Milena, Ranisavljević Mihajlo

MILITARY TOURIST INSTITUTIONS IN THE FUNCTION OF TOURISM DEVELOPMENT IN SERBIA

Knežević Milena, Ranisavljević Mihajlo

SMEŠTAJNI KAPACITETI VOJNIH TURISTIČKIH USTANOVA I NJIHOVA ISKORIŠĆENOST U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA U SRBIJI 94-108

Kovačević Berleković Bojana, Milić Dragana, Bošković Tatjana

UTICAJ PANDEMIJE COVID-19 NA OSIGURANJE U TURIZMU NA PRIMERU REPUBLIKE SRBIJE

Kovačević Berleković Bojana, Milić Dragana, Bošković Tatjana

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON TOURISM INSURANCE ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF SERBIA 109-129

- Marković Svetlana, Soleša Dimitrije, Vladislavljević Radovan**
ELEMENTI KRIVIČNOG DELA KRIJUMČARENJE KAO OBLIKA PROFESIONALNOG KRIMINALITETA
Marković Svetlana, Soleša Dimitrije, Vladislavljević Radovan
ELEMENTS OF THE CRIMINAL OFFENSE OF SMUGGLING AS A FORM OF PROFESSIONAL CRIME 133-152
- Uzelac Ozren, Dukić Mijatović Marijana, Stoilković Aleksandra**
SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
– THEORETICAL BACKGROUND AND SOCIO-ECONOMIC CONTEXT
Uzelac Ozren, Dukić Mijatović Marijana, Stoilković Aleksandra
ODRŽIVI RAZVOJ I KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST
– TEORIJSKA POZADINA I DRUŠTVENO-EKONOMSKI KONTEKST 153-165
- Vladimirović Ivana**
SPECIFIČNOSTI PROCESA INICIJALNE JAVNE PONUDE U SJEDINJENIM AMERIČKIM DRŽAVAMA
Vladimirović Ivana
THE PARTICULARITIES OF THE INITIAL PUBLIC OFFERING PROCESS IN THE UNITED STATES OF AMERICA 166-182

ORIGINALNI NAUČNI RADOVI

UTICAJ ATRIBUTA E-TRGOVINE NA SATISFAKCIJU I LOJALNOST KUPACA

Kostić Sara¹

Sažetak: Internet je prodavcima omogućio potpuno nov način poslovanja, smanjenje fiksnih troškova poput zakupa prostora, ali u isto vreme povećao potrebu za razvojem i ulaganjem u instrumente digitalnog marketinga, unapređenja prodaje i postprodajnih usluga. Dolazi do otvaranja velikog broja virtuelnih prodavnica gde kupci mogu da „borave” i kupuju a da ne napuste svoj dom, radno mesto. Marketing istraživanje je sprovedeno sa ciljem analiziranja uticaja atributa e-trgovine na satisfakciju i lojalnost kupaca u Republici Srbiji. U radu je postavljeno sedam hipoteza. Posmatranjem značajnosti svih konstrukata ustanovljeno je da su atributi e-trgovine izuzetno važni i da gotovo svi utiču na satisfakciju. Uticaj sigurnosti veb-lokacije na satisfakciju potrošača pokazalo se kao manje relevantno, takođe kvalitet informacija ne utiče direktno na lojalnost kupaca. Ovo istraživanje je pokazalo da razvoj e-trgovine u Republici Srbiji raste, a da se kupci sve više okreću upravo ovakvom vidu kupovine. Zlatna nit u ovom radu je njegoova sposobnost kolektivnog merenja faktora koji utiču na zadovoljstvo i lojalnost onlajn potrošača. Na samom kraju rada date su implikacije za privredu, kao i preporuke za dalja istraživanja.

Ključne reči: e-trgovina / satisfakcija / lojalnost / kupci / digitalni marketing.

¹ Ekonomski fakultet u Subotici, Kolo srpskih sestara 13/b, 24 000 Subotica, e-mail: sara97kotic@gmail.com

UVOD

Razvoj digitalnih tehnologija i primena mobilnih telefona predstavlja poslovni izazov za organizacije (Prdić & Prdić, 2022), javlja se potreba za novim vidom trgovine – onlajn trgovinom. Dolazi do otvaranja velikog broja virtuelnih prodavnica gde kupci mogu da „borave” i kupuju a da ne napuste svoj dom ili radno mesto. Internet je prodavcima omogućio potpuno nov način poslovanja, smanjenje fiksnih troškova poput zakupa prostora, ali u isto vreme povećao potrebu za razvojem i ulaganjem u instrumente digitalnog marketinga, unapređenja prodaje i postprodajnih usluga. Prema podacima Narodne banke Srbije, u prvoj polovini 2021. godine, broj dinarskih transakcija plaćenih karticom putem interneta je veći za 91,07%. Broj transakcija plaćanja karticom putem interneta u Srbiji u 2020. godini je prešao cifru od 20 miliona transakcija, dok je samo za prvih šest meseci u 2021.godine napravljeno 14,5 miliona. Pored navedenog rasta broja transakcija u prvoj polovini 2021. godine u domaćoj valuti dinar, zabeležen je rast i kod ostalih valuta: EUR (+27,19%), USD (+37,77%), GBP (+30,52%), i CHF (+14,79%) (Ecommerce asocijacija Srbije, 2021). Rast e-trgovine u vreme pandemije doživeo je revoluciju, dok je zahvaljujući novim zakonima u oblasti elektronskog poslovanja i elektronske trgovine, ali i u oblasti informacione bezbednosti omogućeno je naglo preusmeravanje mnogih aktivnosti na onlajn okruženje, čime je u pandemijskim okolnostima u velikoj meri održano društveno i ekonomsko funkcionisanje (Pametno bezbedno, 2022). E-GDP u ukupnom GDPu Republike Srbije u 2021. godini iznosi 1,17% (European-Ecommerce-report-2021,2022). Ovaj rad ima cilj da istraži uticaj obeležja e-trgovine na satisfakciju i lojalnost kupaca. U pregledu literature dat je pregled domaće i inostrane literature koje doprinose istraživanju ove teme. Na kraju samog rada date su preporuke za privrednu kao i pravac daljeg istraživanja satisfakcije i lojanosti u oblasti e-trgovine.

PREGLED LITERATURE

U naučnoj literaturi je potvrđeno da na lojalnost utiču zadovoljstvo i različiti faktori kvaliteta (Brusch et al., 2019). Koriste se različita sredstva kako bi se održala lojanost kupaca brendu. (Kostić, 2022). Istraživanja

pojedinih autora u centar stavljaju ispitivanje različitih faktora zadovoljstva, ispituju uticaj različitih faktora na zadovoljstvo i lojalnosti kada je u pitanju e-trgovina. (Al-dweeri et al., 2019; Faraoni et al., 2018; Garcia et al., 2020). Istraživanje onlajn usluge poručivanja hrane pokazuje da kada je reč o satisfakciji i lojalnosti pomenutoj onlajn usluzi utiču hedonistički motivi, cena, kvalitet informacija, kao i promocija (Prasetyo et al., 2021). Takođe novije istraživanje onlajn usluge poručivanja hrane pokazuje da je kvalitet usluge neophodan uslov za satisfakciju potrošača, a zadovoljstvo potrošača neophodan uslov za lojalnost kupaca (Koay et al., 2022). Kvalitet e-usluga, poverenje i imidž brenda imaju značajan uticaj na zadovoljstvo i lojalnost kupaca. Sa tim u vezi, satisfakcija kupaca ima direktan uticaj na lojalnost (Handayani et al., 2021). Do sličnog zaključka dolaze i drugi autori u svojim istraživanjima kada je reč o kvalitetu e-usluge. Kvalitet ima značajan uticaj na e-satisfakciju i e-lojalnost kupaca. Takođe, e-lojalnost ima pozitivan uticaj na e-satisfakciju potrošača u e-trgovini (Purwanto, 2022). Cena, kvalitet proizvoda i blagovremena isporuka imaju pozitivan uticaj na e-satisfakciju kao i e-lojalnost, dok uslovi privatnosti utiču na e-satisfakciju u e-trgovini (Goutam et al., 2021). Sa tim u vezi, drugi autori zaključuju da cena, kvalitet proizvoda i e-usluge značajno utiču na satisfakciju potrošača prilikom onlajn kupovine (Yuniasih et al., 2022). U prethodnom istraživanju je utvrđeno da blagovremenost, stanje, tačnost porudžbine i rukovanje imaju pozitivan efekat na zadovoljstvo kupaca. Takođe je utvrđena pozitivna veza između zadovoljstva kupaca i lojalnosti kupaca (Akil & Ungan, 2022). Kvalitet logističke usluge ima pozitivnu vezu sa zadovoljstvom kupaca kompanijom (Fernandes et al., 2018), do sličnih zaključaka dolaze i drugi autori (Mentzer et al., 2001; Panayides & So 2005; Juga et al., 2010; Gil-Saura & Ruiz-Molina, 2011). Kvalitet e-usluge nema značajan uticaj na lojalnost e-kupaca, ali ima pozitivan uticaj na zadovoljstvo. Takođe, dokazano je da satisfakcija pozitivno utiče na lojalnost kupaca (Avania & Widodo, 2022). Percepcija bezbednosti veb-sajta je najvažnija dimenzija za lojalnost kupaca. E-prodavci moraju da obezbede adekvatne bezbednosne odredbe na svojim veb-lokacijama kako bi izgradili percepciju poverenja potrošača i lojalnost (Chakraborty et al., 2022). Zadovoljstvo kupaca i kvalitet informacija određuju lojalnost kupaca u e-trgovini. U svom istraživanju autori su došli do zaključka da su isporuka proizvoda i odnos zadovoljstva moderirani iskustvom u e-trgovini dužim od pet godina (Mofokeng, 2021). Dostava porudžbina van kuće ima pozitivan uticaj na satisfakciju kupaca (Kawa, 2020). Logistička

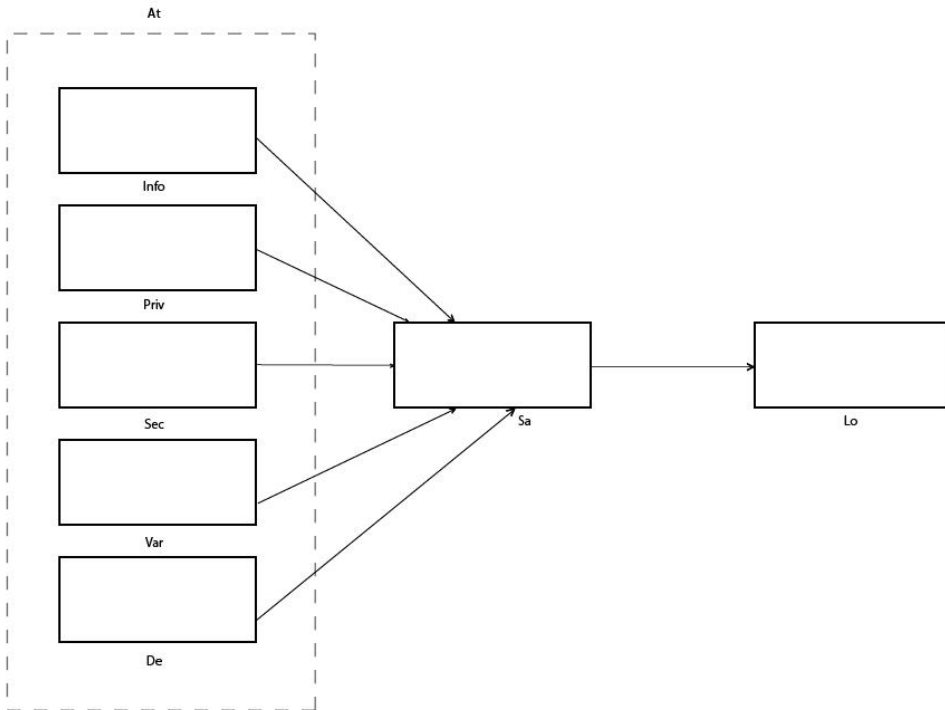
sposobnost ima direktan uticaj na zadovoljstvo kupaca kompanijom (Fernandes et al., 2018), što je u skladu sa prethodnim istraživanjima drugih autora koji potvrđuju da logistička sposobnost ima direktan uticaj na satisfakciju potrošača, a upravo putem različitih sposobnosti kompanija kreira satisfakciju kupaca (Morash et al., 1996; Daugherty et al., 1998; Mentzer et al., 2008; Glicor & Holcomb, 2012). Kvalitet logističke usluge je povezan sa pravovremenošću, osobljem, informacijama i kvalitetom isporuke, koji ima jasnu, jaku, pozitivnu i značajnu vezu sa uticajem na satisfakciju i lojalnost kupaca kompaniji. (Saura et al., 2008). Literatura ukazuje da su isporuka proizvoda, raznovrsnost proizvoda i povrat proizvoda neophodni faktori u korisničkoj podršci (Arora & Aggarwal, 2018; Raman, 2019). Prethodni autor pokazuje da su pogodnost, isporuka i ušteda vremena ključni motivi kupaca u e-trgovini, dok je brendiranje najmanje relevantan faktor (Rudanski-Kloppers, 2014). Takođe, kvalitet logističke usluge direktno utiče na zadovoljstvo, dok zadovoljstvo kupaca direktno utiče na lojalnost (Saura et al., 2008). Rezultati empirijskih testova su otkrili da inovacije u e-trgovini i kvalitet e-usluga mogu povećati zadovoljstvo i lojalnost kupaca. Takođe je poznato da je lakše generisati zadovoljstvo kupaca nego lojalnost kupaca (Rahman et al., 2022). Istraživanja sugerišu da dizajn veb-sajta može da uštedi vreme kupcima, čini ga lakim za korišćenje, nudi informacije o raznovrsnosti proizvoda i brzo isporučivanje artikla, što čini kupce izrazito zadovoljnim (Brusch et al., 2019; Raman, 2019). Kvalitet informacija je važan atribut za kupce u proceni efekata korišćenja veb-stranice, posebno tokom faze istraživanja pre kupovine (Tzeng et al., 2020). Bez mogućnosti da procene fizički proizvod, kupci delaju na osnovu nepotpunih informacija koje mogu biti netačne, sa tim u vezi moraju se suočavati sa posledicama rizika ili neizvesnosti u svojim odlukama o kupovini (Kim et al., 2008). Na zadovoljstvo kupaca veoma utiče korisnička podrška putem slušanja kupaca i razumevanja njihovih potreba, pridržavanje dogovora i date reči, brze reakcije, profesionalizam, stručnosti, ali i poštenja (Nisar & Prabhakar, 2017). Istraživanja pokazuju da veb-stranice koje poseduju kvalitetne informacije pozitivno i značajno povećavaju zadovoljstvo kupaca (Sabiote et al., 2012; Szymanski & Hise, 2000; Tzeng et al., 2020). Veb-lokacije koje imaju kvalitetne informacije pomažu u kreiranju lojalnosti potrošača (Mofokeng, 2021). Prethodno istraživanje je potvrdilo da su kvalitet informacija i percipirana vrednost

onlajn zajednice koja podržava firmu direktno i značajno utiče na poverenje kupaca, dok samo kvalitet informacija ima direktan i značajan uticaj na lojalnost potrošača (Wang et al., 2009). Informacije o kvalitetu proizvoda su najznačajniji faktor, koji direktno utiče na zadovoljstvo korisnika, informacije o kvalitetu proizvoda su jače nego informacija o kvalitetu usluga (Park & Kim, 2003). Prethodni autori takođe dolaze do zaključka da iskustvo kupaca u onlajn kupovini i njihova angažovanost pozitivno utiču na njihovu satisfakciju i lojalnost (Zaid & Patwayati, 2021). Isprobavanje i testiranje proizvoda oflajn (u realnom svetu) i plaćanje onlajn ima pozitivan uticaj na percipiranu zaštitu privatnosti i satisfakciju kupaca što vodi ka lojalnosti kroz uspešan model informacionog sistema (Kim et al., 2021). Sa tim u vezi, grupa autora dolazi do zaključka da privatnost ima značajan uticaj na zadovoljstvo kupaca (Sabiote et al., 2012). Kupci uglavnom očekuju kvalitetne informacije o proizvodima ili uslugama koje će im pomoći da donesu pametnije odluke o kupovini, bilo da je reč o kupovini u fizičkoj prodavnici ili onlajn (Cyr, 2008), a potencijalni kupci na internetu posebno vode računa o kvalitetu informacija na veb-lokaciji kako bi im pomogle da donesu dobre odluke o kupovini (Kim et al., 2008). Ponašanje kupaca se menja pod uticajem iskustva jer iskustvo stečeno iz prošlih e-kupovina razvija percepciju kupaca. Percepcija o e-trgovini se menja pod stečenim prethodnim iskustvom u kupovinama, dok uticaj internet iskustva ostaje nepromenjen za sve korisnike (Hernández et al, 2010).

METODOLOGIJA

Početak maja meseca 2021. godine, sprovedeno je istraživanje sa ciljem analiziranja uticaja atributa e-trgovine na satisfakciju i lojalnost kupaca na uzorku od 300 ispitanika na teritoriji Republike Srbije. Kao instrument za prikupljanje podataka korišćen je strukturisan elektronski anketni upitnik. Za merenje konstrukata korišćene su stavke iz Tabele 1.

Slika 1. Prikaz istraživačkog okvira



*(At- atributi e/trgovine, De- isporuka proizvoda, Info- kvalitet informacija, Lo- lojalnost, Se- satisfakcija, Priv- privatnost, Sec- sigurnost, Var- raznolikost proizvoda).

Model je sačinjen od 7 reflektivnih konstrukata: pet prediktora koja se odnose na attribute e-trgovine (kvalitet informacija, privatnost, sigurnost, raznolikost proizvoda, isporuku proizvoda), satisfakcije i lojanosti kao zavisnih varijabli. Testiranje strukturalnog modela latentnih promenljivih korišćenog u istraživanju biće sprovedeno shodno preporukama vodećih autora (Hair et al, 2011) koji su uz zahteve u vezi sa karakteristikama podataka i modela, dali i pregled osnovnih kriterijuma za procenu rezultata reflektivnih modela. Shodno tome, ovakvo testiranje treba da obuhvati (Grubor & Milićević, 2019): Merenje pouzdanosti indikatora latentnih konstrukata - putem pokazatelja „opterećenja” (Outer Loadings) koji bi za svaki indikator trebao biti jednak ili veći od 0,7. Merenje interne konzistentnosti latentnih konstrukata – putem vrednosti kompozitne

pouzdanosti konstrukata (Composite Reliability) koja bi za svaki konstrukt trebala biti veća od 0,7. Merenje konvergentne validnosti latentnih konstrukata – putem prosečne vrednosti izdvojene varijanse (Average Variance Extracted – AVE) koja bi za svaki konstrukt trebala biti veća od 0,5;

Merenje diskriminantne validnosti latentnih konstrukata – koje će biti sprovedeno putem HTMT (Heterotrait-Monotrait) odnosa korelacija. Analiza multikolinerarnosti – putem faktora inflacije varijanse (engl. Variance Inflation Factor - VIF) za svaki indikator bi trebalo da bude manji od 5, ali ne manji od 0,2. Multikolinearnost je problem koji se javlja kod regresijske analize kada postoji visoka korelacija barem jedne nezavisne varijable sa drugim nezavisnim varijablama (Hair et al., 2011).

Na osnovu pregleda literature u radu su testirane sledeće hipoteze:

H1: Kvalitet informacija pozitivno utiče na zadovoljstvo kupaca onlajn veb-stranicom za e-trgovinu

H2: Kvalitet informacija pozitivno utiče na lojalnost kupaca onlajn veb-stranici za e-trgovinu

H3: Briga o privatnosti pozitivno utiče na zadovoljstvo kupaca veb-stranicom za e-trgovinu

H4: Sigurnost pozitivno utiče na zadovoljstvo kupaca veb-stranicom za e-trgovinu

H5: Raznovrsnost proizvoda na veb-stranici za e-trgovinu pozitivno utiče na zadovoljstvo kupaca

H6: Isporuca proizvoda pozitivno utiče na zadovoljstvo kupaca veb-stranicom za e-trgovinu

H7: Zadovoljstvo kupaca pozitivno utiče na lojalnost kupaca veb-stranici za e-trgovinu

Tabela 1. *Indikatori za merenje konstrukata*

Kvalitet informacija (IQ)	IQ1	Veb-sajt za e-trgovinu trebalo bi da ima ažurirane informacije o proizvodima.
	IQ2	Veb-sajt za e-trgovinu trebalo bi da pruža dovoljno informacija o proizvodu.
	IQ3	Veb-sajt za e-trgovinu trebalo bi da ima razumljive informacije o proizvodu.
	IQ4	Veb-sajt za e-trgovinu trebalo bi da ima tačne informacije o proizvodu.
	IQ5	Veb-sajt za e-trgovinu trebalo bi da ima korisne informacije o proizvodima.
	IQ6	Veb-sajt za e-trgovinu trebalo bi da ima važne informacije o proizvodima.
Privatnost (PR)	PR1	Veb-sajt za e-trgovinu trebalo bi da jasno objašnjava kako će biti korišćeni podaci kupaca.
	PR2	Veb-sajt za e-trgovinu mora da štiti samo lične informacije koje su neophodne za transakciju.
	PR3	Informacije o politici i privatnosti na veb-sajtu za e-trgovinu moraju biti jasno predstavljene.
Sigurnost (PS)	PS1	Važno mi je da se mojim privatnim informacijama upravlja na siguran način na veb-sajtu za e-trgovinu.
	PS2	Važno mi je da informacije o plaćanju budu zaštićene na veb-sajtu za e-trgovinu.
	PS3	Važno mi je da veb-sajt za e-trgovinu pruža detaljne informacije o sigurnosti.
	PS4	Bojim se da će moji privatni podaci koje ostavljam na veb-sajtu za e-trgovinu biti korišćeni u nepoželjne svrhe.
Raznolikost proizvoda (PV)	PV1	Ponuda proizvoda na veb-sajtu za e-trgovinu mora da bude jasna.
	PV2	Proizvodi sa sličnih veb-sajtova bi trebalo da se nalaze se na veb-sajtu za e-trgovinu na kom najčešće kupujem.
	PV3	Većina proizvoda koji mi trebaju bi trebali da budu na veb-sajtu za e-trgovinu na kom najčešće kupujem.
Isporuka proizvoda (DE)	DE1	Poružbina bi trebalo da bude dostavljena u vreme kada je obećano.
	DE2	Trebalo bi da mi bude dostavljeno ono što poručim na veb-sajtu za e-trgovinu na kom najčešće kupujem.
	DE3	Paket koji je poslat sa veb-sajta za e-trgovinu na kom najčešće kupujem bi treba da bude dobro upakovan.

	DE4	Zadovoljan/na sam načinom isporuke paketa koje poručujem sa veb-sajta za e-trgovinu sa kog najčešće kupujem.
Zadovoljstvo kupaca (CS)	CS1	Generalno sam zadovoljan/na veb-sajtom za e-trgovinu sa kog najčešće. kupujem
	CS2	Veb-sajt za e-trgovinu na kom najčešće kupujem je prijatan za korišćenje.
	CS3	Veoma sam zadovoljan sa onlajn uslugom veb-sajta za e-trgovinu na kom najčešće kupujem.
Lojalnost kupaca (CL)	CL1	Preporučio/la bih drugim ljudima veb-sajt za e-trgovinu sa kog najčešće kupujem.
	CL2	Nastaviću da kupujem sa veb-sajta za e-trgovinu sa kog najčešće kupujem.
	CL3	Preferiram kupovinu sa veb-sajta za e-trgovinu sa kog najčešće kupujem.

*preuzeto (Mofokeng, 2021) i modifikovano u skladu sa potrebama tržišta Republike Srbije.

Svaka stavka je ocenjena petostepenom Likertovom skalom, gde je 1: u potpunosti se ne slažem, dok je 5: u potpunosti se slažem.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

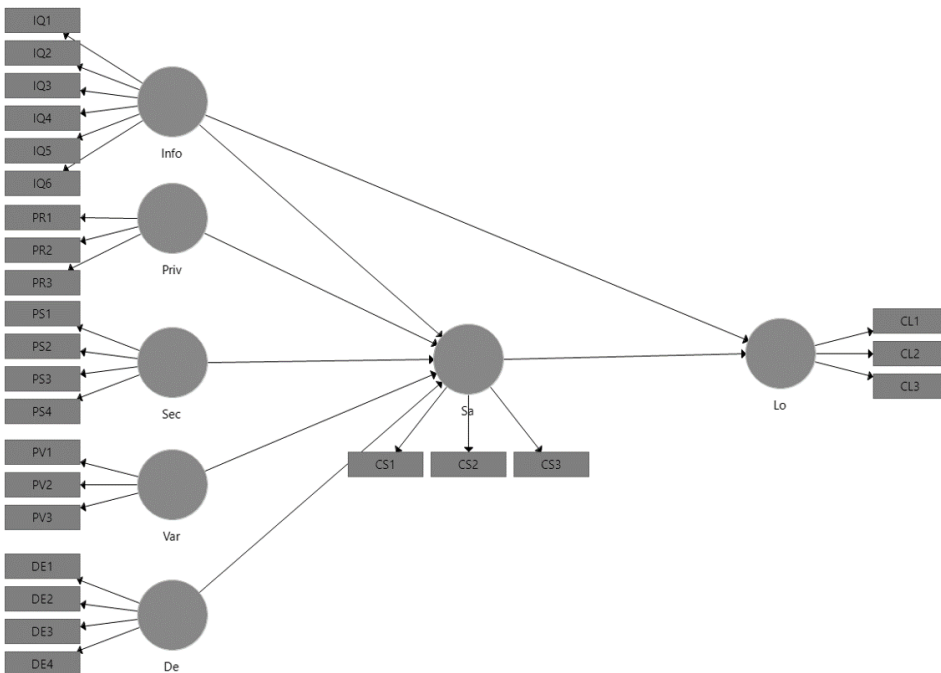
Tabela 2. Opis uzorka

Pol ispitanika:				
muški		ženski		
33%		67%		
Bračni status:				
neudata/neoženjen		udata/oženjen		udovica/udovac
60,3%		39,7%		0%
Radni status:				
učenik(ca)/student(kinja)		zaposlen(a)		nezaposlen(a)
24,3%		64,3%		11,3%
Ocena ukupnih mesečnih prihoda na nivou domaćinstva:				
1	2	3	4	5
0,7%	2,4%	36%	37,3%	23,3%
Varijable	M		SD	
Godine starosti	30,92		10,01	
Godine obrazovanja	14,37		3,72	
Broj članova u domaćinstvu	3		1,396	

*Napomena: proračun autora. (M – Mean; SD – Standard Deviation)

Kontrolno pitanje u upitniku je glasilo: „Da li kupujete onlajn?” Od 300 ispitanika 91,7% ispitanika se izjasnilo da kupuje onlajn dok je 8,3% izrazilo stav da ne kupuje onlajn. Na pitanje koje je glasilo: „Koji veb-sajt za e-trgovinu najčešće koristite?” Najveći broj ispitanika je odgovorio da najčešće kupuje na veb-sajtu brenda Zara (12,6%), na veb-sajtu Fashion & Friendsa (14,5%), putem platforme Instagram (10,3%), ostali portali za e-trgovinu koje su naveli ispitanici čine procentualno manji udeo. U skladu sa ranije predstavljenim kriterijumima za procenu rezultata reflektivnih modela, a shodno činjenici da je u istraživanju korišćen strukturalni model latentnih promenljivih, u nastavku će biti testirani konstrukti modela merenjem: pouzdanosti indikatora, interne konzistentnosti, konvergentne validnosti, te diskriminante validnosti latentnih konstrukata te analize multikolinearnosti putem faktora inflacije varijanse.

Slika 2. Prikaz strukturalnog modela latentnih konstrukata



Tabelom 4. predstavljeno je testiranje pouzdanosti indikatora latentnih konstrukata putem „Outer Loadings“ pokazatelja opterećenja. Prethodni autori navode (Hair et al., 2011; Grubor & Milićević, 2019) da bi kriterijum za pouzdanost indikatora trebao biti jednak ili veći od 0,7, kriterijum za pouzdanost je snižen na 0,65. To je učinjeno u skladu sa prethodnim istraživanjima autora (Bagozzi & Yi, 1988) u kojem je vrednost od 0,6 označena kao minimalni nivo kriterijuma za pouzdanost indikatora. Nakon snižavanja referentne vrednosti kriterijuma nije bilo moguće zadovoljiti referentni okvir, te je u skladu sa tim, iz dalje analize uklonjeno 12 indikatora: DE1 (0,393), DE2 (0,517), DE3 (0,621), IQ2 (0,376), IQ3 (0,004), IQ4 (-0,038), IQ5 (-0,106), IQ6 (-0,389), PR1 (0,262), PR3 (0,516), PS2 (0,444) i PV1(0,197).

Nakon eliminisanja navedenih indikatora iz analize, izvršeno je ponovno ispitivanje pouzdanosti preostalih indikatora putem „Outer Loadings“ pokazatelja i prikazano u Tabeli 5. Nakon testiranja pouzdanosti indikatora latentnih konstrukata, sledi istovremeno testiranje interne konzistentnosti konstrukata kroz pokazatelj kompozitne pouzdanosti (Compostite Reliability), testiranje konvergentne validnosti konstrukata kroz pokazatelj prosečne vrednosti izdvojene varijanse (Average Variance Extracted – AVE), kao analiza multikolinearnosti. Dobijeni rezultati predstavljani su Tabelom 6. Kako je već ranije naglašeno, vrednost kompozitne pouzdanosti (Compostite Reliability) za svaki konstrukt treba da bude veća od 0,7, kako bi bio okarakterisan kao pouzdan.

Tabela 4. *Merenje pouzdanosti indikatora latentnih konstrukata (Outer Loadings 1)*

Indikatori	De	Info	Lo	Priv	Sa	Sec	Var
CL1			0.876				
CL2			0.846				
CL3			0.865				
CS1					0.855		
CS2					0.831		
CS3					0.880		
DE1	0.393						
DE2	0.517						
DE3	0.621						
DE4	0.813						
IQ1		0.791					
IQ2		0.376					
IQ3		0.004					
IQ4		-0.038					
IQ5		-0.106					
IQ6		-0.389					
PR1				0.262			
PR2				0.867			
PR3				0.516			
PS1						0.719	
PS2						0.444	
PS3						0.793	
PS4						0.633	
PV1							0.197
PV2							0.922
PV3							0.906

*Napomena: proračun autora. (De- isporuka proizvoda, Info- kvalitet informacija, Lo- lojalnost, Se- satisfakcija, Priv- privatnost, Sec- sigurnost, Var- raznolikost proizvoda).

Tabela 5. *Merenje pouzdanosti indikatora latentnih konstrukata (Outer Loadings 2)*

Indikatori	De	Info	Lo	Priv	Sa	Sec	Var
CL1			0,876				
CL2			0,845				
CL3			0,866				
CS1					0,852		
CS2					0,835		
CS3					0,878		
DE4	1						
IQ1		1					
PR2				1			
PS1						0,696	
PS3						0,798	
PS4						0,656	
PV2							0,941
PV3							0,929

*Napomena: proračun autora. (De- isporuka proizvoda, Info- kvalitet informacija, Lo- lojalnost, Se- satisfakcija, Priv- privatnost, Sec- sigurnost, Var- raznolikost proizvoda).

Nakon eliminisanja 12 gore navedenih indikatora iz analize, konstrukti isporuka proizvoda (De), kvalitet informacija (Info) i privatnost (Priv) su postali konstrukti sa jednim indikatorom, zbog toga po uzoru na prethodne autore konstrukti sa jednim indikatorom se ne mogu interpretirati kao relevantni, te neće biti prezentovani zbog same činjenice da prilikom testiranja interne konzistentnosti, konvergentne validnosti vrednost konstrukata mora biti jedan (Hair et al., 2017).

Prema rezultatima prikazanim u Tabeli 6., svi konstrukti ispunjavaju kriterijume interne konzistentnosti. S druge strane, prosečna vrednost izdvojene varijanse (Average Variance Extracted - AVE) za svaki konstrukt treba da bude veća od 0,5, kako bi bio okarakterisan kao validan. Shodno rezultatima prikazanim u Tabeli 6., svi konstrukti ispunjavaju kriterijume konvergentne validnosti.

Tabela 6. *Merenje interne konzistentnosti i konvergentne validnosti latentnih konstrukata (Construct Reliability and Validity)*

Konstrukti	CR	AVE
Lo	0,897	0,744
Sa	0,891	0,732
Sec	0,761	0,517
Var	0,933	0,874

*Napomena: proračun autora. (Lo- lojalnost, Se- satisfakcija, Sec- sigurnost, Var- raznolikost proizvoda, CR- Composite Reliability; AVE- Average Variance Extracted).

Nakon testiranja interne konzistentnosti i konvergentne validnosti konstrukata sledi ispitivanje jedinstvenosti svakog latentnog konstrukta u odnosu na ostale latentne konstrukte u strukturnom modelu, testiranjem diskriminantne validnosti latentnih konstrukata. Za ovakvu vrstu testiranja biće korišćen „HTMT” kriterijum. HTMT je odnos korelacija između osobina i unutar osobine korelacije. HTMT je srednja vrednost svih korelacija indikatora u različitim konstrukcijama koje mere različite konstrukte (tj. korelacije heterotrait-heterometoda) u odnosu na (geometrijsku) srednju vrednost prosečne korelacije indikatora koji mere isti konstrukt (Hair et al., 2017). Rezultati testiranja prikazani su u Tabeli 7. Prilikom ocene diskriminantne validnosti prema HTMT pristupu, kriterijum je posmatran u skladu sa istraživanjem prethodnog autora (Henseler et al., 2015) utvrđeno je da su HTMT vrednosti svih konstrukata ispod 0,90 te ne postoji problem diskriminantne validnosti konstrukata.

Tabela 7. *Merenje diskriminantne validnosti latentnih konstrukata modela (Discriminant Validity) – „HTMT” kriterijum*

Konstrukti	De	Info	Lo	Priv	Sa	Sec	Var
De							
Info	0,003						
Lo	0,509	0,200					
Priv	0,195	0,080	0,196				
Sa	0,733	0,154	0,877	0,342			
Sec	0,210	0,215	0,496	0,334	0,552		
Var	0,330	0,080	0,444	0,505	0,508	0,611	

*Napomena: proračun autora. (De- isporuka proizvoda, Info- kvalitet informacija, Lo- lojalnost, Se- satisfakcija, Priv- privatnost, Sec- sigurnost, Var- raznolikost proizvoda).

U Tabeli 8. testirana je multikolineranost putem faktor inflacije varijanse (Variance Inflation Factor – VIF), za svaki indikator bi trebalo da bude manji od 5. Vrednosti koje se nalaze u ovom strukturnom modelu ne prelaze 5, što znači da ne postoji problem multikolinearnosti.

Tabela 8. *Merenje faktora inflacije varijanse (Variance Inflation Factor – VIF)*

Konstrukti	De	Info	Lo	Priv	Sa	Sec	Var
De					1,109		
Info			1,020		1,042		
Lo							
Priv					1,311		
Sa			1,020				
Sec					1,231		
Var					1,585		

**Napomena: proračun autora.* (De- isporuka proizvoda, Info- kvalitet informacija, Lo- lojalnost, Se- satisfakcija, Priv- privatnost, Sec- sigurnost, Var- raznolikost proizvoda).

Tabela 9. pokazuje da uticaj kvaliteta informacija na satisfakciju potrošača e-trgovinom ima p- vrednost $< 0,05$, što znači da se hipoteza H_1 prihvata. Uticaj kvaliteta informacija na lojalnost kupaca e-trgovini beleži p- vrednost 0,221, p- vrednost ne zadovoljava referentnu vrednosti kako bi hipoteza bila prihvaćena što implicira da se H_2 odbacuje. Treća hipoteza proverava uticaj privatnosti u e-trgovini na satisfakciju potrošača beleži p- vrednost $> 0,05$, što implicira da se hipoteza H_3 odbacuje. Četvrta hipoteza je testirana kako bi testirao uticaj sigurnosti e-trgovine na satisfakciju potrošača, p- vrednost je 0,010 i nalazi se u okviru referentne vrednosti, što implicira da se hipoteza H_4 prihvata. Testiran je uticaj raznovrsnosti proizvoda na veb-sajtovima za e-trgovinu na satisfakciju potrošača p- vrednost $< 0,05$, što implicira da se hipoteza H_5 prihvata. Šesta hipoteza podvrgnuta je testu kako bi se dokazao uticaj isporuke proizvoda na satisfakciju potrošača u e-trgovini beleži p- vrednost $< 0,05$, zaključuje se da se hipoteza H_6 prihvata. Hipoteza H_7 je testirana u svrhu dokazivanja uticaja satisfakcije potrošača uslugama e-trgovine na lojalnost kupaca, p- vrednost $< 0,05$, što implicira da se hipoteza H_7 prihvata.

Tabela 9. Testiranje hipoteza

Relacije	Koeficijent puta	P vrednost	Zaključak
Info -> Sa	0,125	0,004	H1 se prihvata
Info -> Lo	0,081	0,221	H2 se odbacuje
Priv -> Sa	0,071	0,260	H3 se odbacuje
Sec -> Sa	0,190	0,010	H4 se prihvata
Var -> Sa	0,146	0,011	H5 se prihvata
De -> Sa	0,575	0,000	H6 se prihvata
Sa -> Lo	0,713	0,000	H7 se prihvata

*Napomena: proračun autora. (De- isporuka proizvoda, Info- kvalitet informacija, Lo- lojalnost, Se- satisfakcija, Priv- privatnost, Sec- sigurnost, Var- raznolikost proizvoda).

DISKUSIJA I ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Sprovedenim istraživanjem analiziran je uticaj atributa e-trgovine na satisfakciju i lojalnost potrošača. Posmatranjem značajnosti svih konstrukata ustanovljeno je da su atributi e-trgovine izuzetno važni i da gotovo svi utiču na satisfakciju. Uticaj sigurnosti veb-lokacije na satisfakciju potrošača pokazalo se kao manje relevantno, međutim jedan od razloga za to može biti što kupci i dalje nemaju razvijenu svest o tome kome ostavljaju podatke i šta sa tim podaci može da se dogodi ukoliko se ne štite na adekvatan način. Ovo istraživanje je pokazalo da razvoj e-trgovine u Republici Srbiji raste, a da se kupci sve više okreću upravo ovakvom vidu kupovine. Zlatna nit u ovom radu je njegoja sposobnost kolektivnog merenja faktora koji utiču na zadovoljstvo i lojalnost onlajn potrošača u Republici Srbiji. Rezultati ovog istraživanja potkrepljuju predloženi konceptualni model, pružajući empirijske dokaze koji podržavaju pet od sedam hipoteza. Rezultati naučne analize u ovom istraživanju pokazali da faktori koji utiču na zadovoljstvo onlajn kupovinom se odnose na isporuku proizvoda, raznovrsnost proizvoda, sigurnost i kvalitet informacija kao ključni preduslovi zadovoljstva, čija uloga u poslovanju ima za cilj razvoj odnosa sa kupcima na duži rok i stvaranje lojalnosti veb-lokaciji, odnosno platformi e-trgovine. Do sličnih zaključaka su došli i drugi autori koji u svojim istraživanjima pokazuju da su raznovrsnost i isporuka proizvoda izuzetno bitni faktori za kupce

prilikom onlajn kupovine (Liu et al., 2008, Chen et al., 2012, Rudansky-Kloppers, 2014). Jedna od strateških implikacija za menadžere e-trgovine je da prodavci na internetu treba da obezbede fleksibilno ispunjavanje porudžbina uključujući različite opcije isporuke proizvoda (Vakulenko et al., 2019; Xiao et al., 2018, Kawa & Światowiec-Szczpańska, 2021; Lisińska-Kuśnierz & Gajewska, 2014), sa tim u vezi prodavci bi trebali da budu kompetentni u isporuci porudžbina u dogovorenom roku, što bi poboljšalo zadovoljstvo i lojalnost (Haridasan & Fernando, 2018; Khan et al., 2019). Rezultat istraživanja podržavaju zapažanje da uočeni bezbednosni rizik u e-trgovinu utiče na zadovoljstvo kupaca (Massad et al., 2006). Takođe, i drugi autori su uočili da percipirana bezbednosti značajno doprinosi razvoju zadovoljstva kupaca (Chang & Chen, 2009). Veb-prodavnice koje nude bezbednosne funkcije imaju pouzdane i zadovoljne potrošače (Vasić et al., 2018).

OGRANIČENJA I NAREDNA ISTRAŽIVANJA

Suštinsko ograničenje je to što model identifikacije univerzalne odnose koji stvaraju mehanizam zadovoljstva i lojalnosti kupaca u e-trgovini. Međutim, to se može odraziti kod drugih elemenata zadovoljstva kupaca koja se zanemaruju. Stvaranju vrednosti kompanije u elektronskoj trgovini mora se pristupiti na sistematičan način. S jedne strane, bez marketinga i prodajne podrške, teško je identifikovati potrebe kupaca i pripremiti adekvatne ponude za kupce, a na drugoj strani nemar u oblast logistike eliminiše napore učinjene u oblasti marketinga. Štaviše, vrednost se stvara i isporučuje ne samo od strane onlajn prodavaca, veći od drugih poslovnih subjekata. U e-trgovini svi učesnici u lancu učestvuju u kreiranju vrednosti. Naredna istraživanja bi trebalo da ispituju uticaj logističke vrednosti na satisfakciju potrošača u konkretnoj industrijskoj grani. Takođe, naredna istraživanja trebala bi da ispituju uticaj logistike na marketing aktivnosti u digitalnom okruženju. Ograničenja ovog istraživanja leže u činjenici da su podaci prikupljeni od onlajn kupaca za generalno merenje percepcije u vezi sa satisfakcijom i lojalnosti u oblasti onlajn kupovine u Republici Srbiji. Bilo bi idealno da se proširi obim istraživanja na konkretne veb-prodavnice i usvoji multikulturalna istraživačka perspektiva. Buduća istraživanja bi mogla da budu usmerena na određene tipove veb-prodavnica (bele tehnike, kozmetike, odeće itd.) Bilo bi zanimljivo istražiti angažovanost potrošača i percipiranu vrednost

u onlajn kupovini, sa tim u vezi i istraživanje uočenih rizika, kulturu kupovine, ali i stavove o zakonodavstvu, privatnosti, bezbednosti, uključujući korisničku podršku pre i posle kupovine na internetu. Zahvaljujući brzom rastu e-trgovine na globalnom nivou, konkurencija u e-trgovini je pojačana, dakle buduća istaživanja bi mogla biti orijentisana na istraživanja različitih načina stimulacije i nagrađivanja kupaca u e-trgovini.

LITERATURA

1. Akıl, S., & Urgan, M. C. (2022). E-Commerce Logistics Service Quality: Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 20(1), 1-19.
2. Al-dweeri, R. M., Moreno, A. R., Montes, F. J. R., Obeidat, Z. M., & Al-dwairi, K. M. (2019). The effect of e-service quality on Jordanian students' e-loyalty: An empirical study in online retailing. *Industrial Management & Data Systems*, 119(4), 902–923.
3. Arora, N., & Aggarwal, A. (2018). The role of perceived benefits in formation of online shopping attitude among women shoppers in India. *South Asian Journal of Business Studies*, 7(1), 91–1
4. Avania, I. K., & Widodo, A. (2022). Effect of E-Service Quality on E-Customer Loyalty through E-Customers Satisfaction on E-Commerce Shopee Application. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): *Humanities and Social Sciences*, 5(1), 535-546.
5. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988) On the Evaluation of Structural Equation Models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16 (1), 74-94
6. Bruschi, I., Schwarz, B., & Schmitt, R. (2019). David versus Goliath – Service quality factors for niche providers in online retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 266–276.
7. Chakraborty, D., Banerjee, J., Mehta, P., & Singh, N. P. (2022). The impact of website design on online customer buying satisfaction and loyalty to e-tailers: An exploratory study of e-tailers in India. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 35(1), 1-18.

8. Chang, H. H., & Chen, S. W. (2009). Consumer perception of interface quality, security, and loyalty in electronic commerce. *Information & Management*, 46(7), 411–417.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2009.08.002>
9. Chen, Z., Ling, K. C., Ying, C. X., & Meng, T. C. (2012). Antecedents of online customer satisfaction in China. *International Business Management*, 6 (2), 168–175.
<https://doi.org/10.3923/ibm.2012.168.175>
10. Cyr, D. (2008). Modeling website design across cultures: Relationships to trust, satisfaction, and e-loyalty. *Journal of Management Information Systems*, 24(4), 47–72.
11. Daugherty, P.J., Stank, T.P., Ellinger, A.E. (1998). Leveraging logistics/distribution capabilities: the effect of logistics service on market share. *Journal of Business Logistics*, 19 (2), 35–51.
12. Faraoni, M., Rialti, R., Zollo, L., & Pellicelli, A. C. (2018). Exploring e-loyalty antecedents in B2C e-commerce: Empirical results from Italian grocery retailers. *British Food Journal*, 121(2), 574–589.
13. Fernandes, D. W., Moori, R. G., Vitorino Filho, V. A. (2018). Logistic service quality as a mediator between logistics capabilities and customer satisfaction. *Revista de Gestão*, 25 (4), 358–372, DOI 10.1108/REG-01-2018-0015.
14. Garcia, J. M., Freire, O. B. D., Santos, E. B. A., & Andrade, J. (2020). Factors affecting satisfaction and loyalty to online group buying. *Revista de Gestao*, 27(3), 211–228.
15. Gil-Saura, I., & Ruiz-Molina, M. E. (2011). Logistics service quality and buyer–customer relationships: the moderating role of technology in B2B and B2C contexts. *The service industries journal*, 31(7), 1109–1123.
16. Glicor, D.M., Holcomb, M.C. (2012). Understanding the role of logistics capabilities in achieving supply chain agility: a systematic literature review. *Supply Chain Management: An International Journal*, 17(4), 438–453.
17. Goutam, D., Gopalakrishna, B. V., & Ganguli, S. (2021). Determinants of customer satisfaction and loyalty in e-commerce settings: an emerging economy perspective. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 15(3), 327–348.
18. Grubor, A., & Milićević, N. M. (2019) Primena hijerarhijskih latentnih modela u merenju percipiranog kvaliteta usluge, *Marketing*, 50 (3), 179–185.

19. Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2011) An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40, 414–433
20. Hair, J., Hult, G., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage Publications.
21. Handayani, D. F. R., Widowati, R., & Nuryakin, N. (2021). The influence of e-service quality, trust, brand image on Shopee customer satisfaction and loyalty. *Jurnal Siasat Bisnis*, 25(2), 119-130.
22. Haridasan, A. C., & Fernando, A. G. (2018). Online or in-store: Unravelling consumer's channel choice motives. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(2), 215–230.
<https://doi.org/10.1108/JRIM-07-2017-0060>
23. Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135.
24. Hernández, B., Jiménez, J., & Martín, M. J. (2010). Customer behavior in electronic commerce: The moderating effect of e-purchasing experience. *Journal of business research*, 63(9-10), 964-971.
25. Juga, J., Juntunen, J. and Grant, D.B. (2010). Service quality and its relation to satisfaction and loyalty in logistics outsourcing relationships. *Managing Service Quality*, 20 (6), 496-510.
26. Kawa, A. (2020). Out-of-Home Delivery as a Solution of the Last Mile Problem in E-commerce. In: *Smart and Sustainable Supply Chain and Logistics–Trends, Challenges, Methods and Best Practices* (pp. 25-40). Springer, Cham.
27. Kawa, A., & Światowiec-Szczpańska, J. (2021). Logistics as a value in e-commerce and its influence on satisfaction in industries: a multilevel analysis. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36 (13), 220-235.
28. Khan, M. A., Zubair, S. S., & Malik, M. (2019). An assessment of e-service quality, e-satisfaction and e-loyalty: Case of online shopping in Pakistan. *South Asian Journal of Business Studies*, 8(3), 283–302.
29. Kim, C., Zhao, W., & Yang, K. H. (2008). An empirical study on the integrated framework of e-CRM in online shopping: Evaluating the

- relationships among perceived value, satisfaction, and trust based on customers' perspectives. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 6(3), 1–19.
30. Kim, Y., Wang, Q., & Roh, T. (2021). Do information and service quality affect perceived privacy protection, satisfaction, and loyalty? Evidence from a Chinese O2O-based mobile shopping application. *Telematics and informatics*, 56, 101483.
 31. Koay, K. Y., Cheah, C. W., & Chang, Y. X. (2022). A model of online food delivery service quality, customer satisfaction and customer loyalty: a combination of PLS-SEM and NCA approaches. *British Food Journal*, 124, 4516-4532.
 32. Kostić, S. (2022). Istraživanje uticaja marketinga na društvenim mrežama na lojalnost potrošača brendu u Republici Srbiji, *Ekonomist*, 1(1), 55-64.
 33. Lisińska-Kuśnierz, M., & Gajewska, T. (2014). Customer satisfaction with the quality of the logistic services. *LogForum*, 10(1), 13-19.
 34. Liu, H., He, M., Gao, F., & Xie, P. (2008). An empirical study of online shopping customer satisfaction in China: A holistic perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(11), 919–940. <https://doi.org/10.1108/09590550810911683>
 35. Massad, N., Heckman, R., & Crowston, K. (2006). Customer satisfaction with electronic service encounters. *International Journal of Electronic Commerce*, 10(4),73–104. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415100403>
 36. Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2001). Logistics service quality as a segment-customized process. *Journal of marketing*, 65(4), 82-104.
 37. Mentzer, J. T., Stank, T. P., & Esper, T. L. (2008). Supply chain management and its relationship to logistics, marketing, production, and operations management. *Journal of business logistics*, 29(1), 31-46.
 38. Mofokeng, T. E. (2021). The impact of online shopping attributes on customer satisfaction and loyalty: Moderating effects of e-commerce experience. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1968206.
 39. Morash, E. A., Droge, C. L., & Vickery, S. K. (1996). Strategic logistics capabilities for competitive advantage and firm success. *Journal of business Logistics*, 17(1), 1.

40. Nisar, T. M., & Prabhakar, G. (2017). What factors determine e-satisfaction and consumer spending in e-commerce retailing?. *Journal of retailing and consumer services*, 39, 135-144.
41. Panayides, P.M. and So, M. (2005), „The impact of integrated logistics relationships on third-party logistics service quality and performance”, *Maritime Economics & Logistics*, 7 (1), 35-55.
42. Park, C., & Kim, Y. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(1), 16–29.
43. Prasetyo, Y. T., Tanto, H., Mariyanto, M., Hanjaya, C., Young, M. N., Persada, S. F., ... & Redi, A. A. N. P. (2021). Factors affecting customer satisfaction and loyalty in online food delivery service during the COVID-19 pandemic: Its relation with open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 76.
44. Prdić, N., & Prdić, I. (2022). Mobilni uređaji u funkciji prodaje na pijaci, *Ekonomist*, 1(1), 7-15.
45. Purwanto, A. (2022). The Role of Digital Leadership, e-loyalty, e-service Quality and e-satisfaction of Indonesian E-commerce Online Shop. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(5), 51-57.
46. Rahman, S., Fadrul, F., Yusrizal, Y., Marlyna, R., & Momin, M. M. (2022). Improving the satisfaction and loyalty of online shopping customers based on e-commerce innovation and e-service quality. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 56-81.
47. Raman, P. (2019). Understanding female consumers' intention to shop online: The role of trust, convenience and customer service. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(4), 1138–1160.
48. Rudansky-Kloppers, S. (2014). Investigating factors influencing customer online buying satisfaction in Gauteng, South Africa. *International Business & Economics Research Journal*, 13(5), 1187–1198.
49. Sabiote, C. M., Frías, D. M., & Castañeda, J. A. (2012). E-service quality as antecedent to e-satisfaction: The moderating effect of culture. *Online Information Review*, 36(2), 157–174.
50. Saura, I. G., Francés, D. S., Contri, G. B., & Blasco, M. F. (2008). *Logistics service quality: a new way to loyalty*. Industrial management & data systems.

51. Szymanski, D. M., & Hise, R. T. (2000). E-satisfaction: An initial examination. *Journal of Retailing*, 76(3), 309–322.
52. Tzeng, S., Ertz, M., Jo, M. J., & Sarigollu, E. (2020). Factors affecting customer satisfaction on online shopping holiday. *Marketing Intelligence & Planning*, 39(4).
53. Vakulenko, Y., Shams, P., Hellström, D., & Hjort, K. (2019). Online retail experience and customer satisfaction: The mediating role of last mile delivery. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 29(3), 306–320.
<https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1598466>
54. Vasić, N., Kilibarda, M., and Kaurin, T. (2018). The Influence of Online Shopping Determinants on Customer Satisfaction in the Serbian Market. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(2), 70–89. doi:10.4067/S0718-18762019000200107
55. Wang, M. C., Wang, E. S., Cheng, J. M., & Chen, A. F. (2009). Information quality, online community and trust: a study of antecedents to shoppers' website loyalty. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 29(3), 203–219.
56. Xiao, Z., Wang, J. J., & Liu, Q. (2018). The impacts of final delivery solutions on e-shopping usage behaviour. The case of Shenzhen, China. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2016-0036>
57. Yuniasih, I., Winarno, S. H., Zuniarti, I., & Marwansyah, S. (2022). The Effect of Price, Product Quality and Customer Service Toward Customer Satisfaction on Online Buying at COVID-19 Pandemic.
58. Zaid, S., & Patwayati, P. (2021). Impact of customer experience and customer engagement on satisfaction and loyalty: A case study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 983-992.
59. <https://ecommsrbia.org/2021/09/23/nastavlja-se-rast-elektronske-trgovine-u-srbiji-u-prvoj-polovini-2021-godine/5.5.2022>.
60. <https://pametnoibezbedno.gov.rs/vest/1541> 5.5.2022.
61. https://www.cmihva.nl/wp-content/uploads/2021/09/European-Ecommerce-report-2021_Light.pdf, 5.5.2022.

INFLUENCE OF E-COMMERCE ATTRIBUTES ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY

Sara Kostić

Abstract: *The Internet has provided retailers with a whole new way of conducting business, reducing fixed costs such as renting space, but at the same time a way of increasing the need to develop and invest in digital marketing tools, sales promotions and after-sales services. A large number of virtual stores where customers can shop without leaving their home or workplace have been opened. Marketing research was conducted with the aim of analyzing the impact of e-commerce attributes on customer satisfaction and loyalty in the Republic of Serbia. Seven hypotheses have been tested in this paper. Observing the importance of all constructs, it has been found that the attributes of e-commerce are extremely important and that almost all of them affect satisfaction. The impact of website security on customer satisfaction has proven to be less relevant, and the quality of information does not directly affect customer loyalty. This research has shown that the development of e-commerce in the Republic of Serbia is growing, and that customers are increasingly preferring this type of shopping. The golden thread in this paper is its ability to collectively measure the factors that affect the satisfaction and loyalty of online consumers. At the very end of the paper, economic implications are given, as well as recommendations for further research.*

Keywords: *e-commerce, satisfaction, loyalty, customers, digital marketing.*

UDK: 658

005.7 | DOI: 10.5937/etp2204025V

Datum prijema rada: 10.11.2022.

Datum korekcije rada: 21.11.2022.

Datum prihvatanja rada: 14.12.2022.

ORIGINALNI NAUČNI RAD

EKONOMIJA
TEORIJA I PRAKSA

Godina XV • broj 4
str. 25–41

ORGANIZACIONE STRUKTURE PREDUZEĆA U SAVREMENIM USLOVIMA POSLOVANJA

Vujičić Slađana¹

Staletović Maja²

Stevanović Mirjana³

Gavrilović Milan⁴

Sažetak: *Savremeni trendovi koji deluju iz okruženja zahtevaju drugačije oblikovanje organizacione strukture preduzeća. Shodno tome, umesto tradicionalnih formi javljaju se fleksibilnije organizacione strukture koje su zasnovane na karakteristikama organskog dizajna. Akcenat se pre svega stavlja na prihvatanju promena, decentralizaciji odlučivanja, širem rasponu kontrole, timskom radu, adekvatnoj organizacionoj kulturi, dobrim međuljudskim odnosima, kontinuiranom učenju i razvoju inovativnosti. Tehnološki napredak, naučni dostignuća, a time i velika potreba za kontinuiranim učenjem i sticanjem novog znanja, kao značajne karakteristike savremenog poslovnog okruženja, imale su najveći uticaj na oblikovanje organizacione strukture preduzeća. U prilog tome govori činjenica da se u osnovi novih organizacionih formi nalazi informaciona*

¹ Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd, e-mail:sladjanakonto@gmail.com

² Visoka poslovna škola strukovnih studija „Prof. dr Radomir Bojković“, Kruševac, e-mail: staletovicmaja3@gmail.com

³ Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd, e-mail: mira.stev@mts.rs

⁴ Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd, e-mail:milan.gavrilovic@vspep.edu.rs

tehnologija i znanje. Globalizacija je takođe imala udela u stvaranju uslova za promenom organizacione strukture preduzeća kao i vreme pandemije COVID 19. Organizacije su bile prinuđene da posluju drugačije, poslovni procesi su morali brzo da se menjaju da bi organizacije preživjele. Cilj rada je da ukaže na fundamentalne trendove koji deluju iz poslovnog okruženja i uslovljavaju potrebu za primenom fleksibilnijih organizacionih formi.

Ključne reči: *poslovno okruženje / promene / organizaciona struktura / informaciona tehnologija / znanje.*

UVOD

Savremeno okruženje je veoma dinamično i kompleksno i nosi raznovrsne izazove koji od preduzeća zahtevaju brz i kvalitetan odgovor. U takvim uslovima, preduzeća su primorana da napuštaju klasične modele poslovanja i da razvijaju nove forme zasnovane na informaciono-komunikacionoj tehnologiji, inovacijama, znanju, i tome slično. Svedoci smo dinamičnog poslovnog ambijenta u celom svetu i neprestane borbe za opstanak na tržištu (Jovanović, 2021). Kupac je u fokusu svih proizvodnih i uslužnih procesa, koji postaju sve globalniji (Matavulj, 2021). Autori Micić, Krstić, Randić (2022) navode da je „za nesmetan rad i funkcionisanje važno postaviti jasne ciljeve, strategiju, adekvatnu organizacionu strukturu i okvir performansi za ocenu učinka” (str. 63). Analiza okruženja i prilagođavanje novim trendovima predstavlja ključni uslov za rast, razvoj kao i za opstanak savremenih preduzeća, bez obzira na njihovu veličinu i vrstu delatnosti. Islam (2020) je sproveo istraživanje kako je menadžment redizajnirao svoju organizacionu strukturu za vreme COVID-19 kako bi se izborio sa poslovnom krizom. Alves et al. (2020) sprovedi su empirijsko istraživanje u uslužnoj industiji i zaključili da organizacije moraju redizajnirati svoje operativne procese, npr. smanjenje radnih sati, smanjenje nebitnih operativnih troškova, smanjene zaliha kao i uvođenje onlajn platforme za poboljšanje njihovog odnosa sa kupcima. Dakle, adekvatna organizaciona struktura, odnosno organizaciona struktura koja je u stanju da odgovori na promene u okruženju, predstavlja jedan od značajnih preduslova za uspeh i opstanak svakog modernog preduzeća. S obzirom da je neizvesnost okruženja

velika, sve veći broj preduzeća pribegava upravo takvoj organizacionoj strukturi.

ODLIKE SAVREMENOG POSLOVNOG OKRUŽENJA

Veliki broj različitih faktora, njihova učestalost, smer, jačina ali i međuzavisnost doprineli su tome da okruženje postane veoma kompleksno. Lazarević Moravčević, Erić, Kamenković (2018) smatraju da „globalizacija, tehnološki napredak, velika naučna dostignuća i hiperkonkurencija stvaraju uslove visoko dinamičnog i teško predvidivog okruženja na globalnom nivou” (str. 35). Samim tim, jedna od najvažnijih karakteristika savremenog okruženja zasniva se na delovanju različitih faktora koji stvaraju dinamične i kontinuirane promene. Šehić (2011) ističe da se ključne karakteristike savremenog okruženja ogledaju u pojavi globalizacije, inovacija, višestruke funkcionalnosti, povezanosti sa kupcima i dobavljačima ali i u zaposlenima koji poseduju znanje i intelektualni kapital. Šehić (2011) smatra i da ove karakteristike treba da predstavljaju osnovu za pozicioniranje preduzeća u vrlo složenom poslovnom okruženju. Takođe, u ovom slučaju ne treba izostaviti i dinamičan razvoj tehnologija koji je u značajnoj meri uticao na stvaranje novih trendova i novih formi poslovanja. Recimo, značaj tehnologije ističe Vesić (2010) navodeći da se promene sa kojima se u novije vreme suočavaju preduzeća rezultat dva faktora: globalizacije i tehnologije. Sundać, Škalamera-Alilović, Babić (2016) navodi da uspeh preduzeća u uslovima ekonomije zasnovane na znanju koja se ogleda u ubrzanom tehnološkom razvoju, globalizaciji i tranziciji mora da se posmatra iz drugačijeg ugla, jer više nije dovoljno analizirati samo interno okruženje i upravljanje resursima preduzeća. Spomenuti procesi koji nedvosmisleno doprinose kompleksnosti i dinamičnosti okruženja, postaju nužna preokupacija preduzeća (Sundać i sar., 2016). Još jedna od značajnijih karakteristika savremenog okruženja koja takođe u velikoj meri utiče na funkcionisanje svakog privrednog subjekta, ogleda se u potrebi za primenom koncepta održivog razvoja. Prethodno podrazumeva da su brojni problemi sa kojima se savremeno društvo susreće u svom okruženju, nametnuli potrebu za uvažavanjem različitih ekoloških i socijalnih zahteva. Okruženje je poprimilo nove karakteristike koji zahtevaju drugačije pristupe u stvaranju dugoročne profitabilnosti.

Značajno povećanje uticaja inovacija i informacionih tehnologija u savremenom svetu, uključujući i ekonomske procese, njihova stalna

interakcija sa klasičnim tržištima proizvodnih faktora (Garipova, Kulik, Nabieva, 2020) nametnuli su potrebu za promenom klasične forme funkcionisanja i time stvorila složenije izazove sa kojima se suočavaju preduzeća. Globalizacija tržišta izaziva internacionalizaciju poslovanja i globalizaciju preduzeća (Vesić, 2010). „Tržišna orijentacija predstavlja najvažniju determinantu poslovnog uspeha i da ima snažan uticaj na inovativnost u uslovima velikih tržišnih turbulencija” (Šlogar, 2021.; vidi kod Stojković Hadži, Kastratović, Stanković, 2022. str. 23). Razvojno ponašanje preduzeća je uslovljeno stanjem tržišta proizvoda i kapitala, razvojem inovacija i organizacionih formi, pa se u savremenim uslovima sve više potvrđuje kvalitet, a ne kvantitet proizvoda (Vesić, 2010). U tom slučaju, uključivanje u međunarodne tokove i uvažavanje zahteva globalizacije nameće potrebu da preduzeća vode računa o različitim elementima poslovnog okruženja. U poslednje dve decenije, globalizacija je zaokupila posebnu pažnju naučnika (Radović Marković, Salamzadeh, Vujičić, 2019) jer se zasniva na seriji procesa koji su složeni, nezavisni ili povezani, tako da događaji, odluke i delovanja u jednom delu sveta imaju posledice za pojedince, grupe i države u drugim delovima sveta (Vukašinić, 2013). Najvažnije karakteristike globalizacije odnose se na sledeće: razvoj globalnih finansija i finansijskih tržišta, širenje znanja zahvaljujući poboljšanoj komunikaciji, pružanje širokih mogućnosti u upotrebi tehnologije, stalnoj ekspanziji multinacionalnih firmi i decentralizaciji ekonomskih aktivnosti unutar i između firmi, razvoj globalnih oligopola, smanjenje barijera u trgovini i investiranju i povećan značaj nekih regionalnih organizacija (Radović Marković, 2008). Brojne promene u globalnom okruženju dovode do stalnog povećanja broja učesnika na tržištu pri čemu dolazi do jačanja konkurencije. Sve veća konkurencija izazvana globalizacijom nameće potrebu za promenom poslovne strategije preduzeća koja akcenat po pitanju povećanja profita stavlja na smanjenje troškova, umesto na povećanje cena proizvoda. Sa jedne strane, promene izazvane procesom globalizacije pružaju mogućnost preduzećima da ostvare slobodniji pristup tržištu ali sa druge strane, u velikoj meri menjaju način ostvarivanja dugoročne i održive konkurentne prednosti. Preduzeća koja žele da obezbede opstanak moraju da osmišljavaju, razvijaju i da stalno planiraju svoje poslovne aktivnosti, te da na taj način budu u korak sa promenama. U takvim uslovima, sposobnost preduzeća je u određenoj meri determinisana

tehnološkim prilagođavanjima i prilagođavanjima u organizacionoj strukturi.

Tehnološke promene izazvale su promene poslovnog okruženja i razvoj digitalnog poslovanja, a najvažnije promene nastale su sa prelazom industrijske ekonomije u ekonomiju zasnovanu na informacionim tehnologijama (Živadinović, Zelić, 2014). Nema sumnje da je ubrzani naučno-tehnološki razvoj imao značajan doprinos u razvoju procesa globalizacije, a time i u podsticanju određenih promena u okruženju. „Današnje tržišno okruženje zahteva sve veću upotrebu informacionih i komunikacionih tehnologija koje kompanijama treba da obezbede sve veću i veću efikasnost u radu” (Živadinović, Zelić, 2014, str. 724). Poslovanje preduzeća je nezamislivo bez upotrebe tehnologije. Ona može imati pozitivan efekat na rad preduzeća. Pojava novih i raznovrsnih tehnologija zahteva fleksibilnije forme i tehnike poslovanja ali i pruža nove mogućnosti. Drašković, Štaka (2020) navode da je „uvođenje informacionih tehnologija pomaže kako malim, tako i srednjim preduzećima da povećaju svoju produktivnost, kao i da smanje troškove, što ih vodi ka povećanju njihove konkurentnosti na tržištu” (str. 501). Sa pojavom brojne konkurencije, preduzeće ne sme zanemariti značaj pojave nove tehnologije jer to može biti pogubno za njegov uspeh. Iz tog razloga implementacija nove tehnologije mora da se zasniva na kvalitetnoj analizi tehnološkog okruženja, kao i na jasno postavljenim ciljevima i organizacionoj strukturi. Dobro poznavanje tehnoloških potencijala može biti korisno za praćenje i prilagođavanje novim tehnološkim trendovima. Autori Drašković, Štaka (2020) napominju da „digitalna transformacija predstavlja jednu od najvećih transformacija poslovnog sveta u XXI veku, a potencijali koji mogu biti iskorišćeni u okviru novih digitalnih inovacija su značajni i predstavljaju veliki izazov kako za sve industrijske grane, tako i za nacionalne ekonomije” (str. 500). Može se reći da su u savremenom okruženju tehnologije postale strateški važan resurs, s obzirom da se bez njihove upotrebe ne može zamisliti uspeh nijednog preduzeća.

„Dakle, savremeno tržišno okruženje karakteriše neizvesnost, kompleksnost, diskontinuitet i turbulentnost, koji u velikoj meri otežavaju kreiranje poslovne strategije i njenu doslednu primenu” (Vukmirović, Lalić, 2016, str. 442). U modernom okruženju one postaju jedan od značajnijih izvora konkurentne prednosti preduzeća. Poznato je da od kvaliteta inovativnih aktivnosti zavisi uspeh i pozicija savremenih preduzeća na tržištu. „Inovacije imaju direktan uticaj na povećanje

produktivnosti i porast konkurentnosti, a kontinuirano inoviranje poslovanja podrazumeva stalno prilagođavanje i sposobnost snalaženja na konkurentnom tržištu” (Šormaz, 2021, str. 30). „Značaj inoviranja za sticanje konkurentske prednosti MSP nameće neophodnost detaljnog i analitičnog planiranja ovog procesa” (Vujičić, Ravić, Nikolić, 2021, str. 82). Zato je važno da se razvoj inovativnih aktivnosti zasniva na strateškom pristupu. Navedeno znači da bi za preduzeće bilo korisnije da konstantno traga za novim i korisnim idejama koje bi mogle da odgovore na zahteve dinamičnog okruženja. Bez strateškog pristupa razvoju inovacija nemoguće je očekivati dugoročno pozitivne rezultate jer inovacije su najvažniji element za privredni, intelektualni i društveni napredak (Simin, Živkucin, Aleksić, Soleša, 2021). Inovacije koje vode do novih proizvoda ili usluga proširuju poslovnu raznolikost i izgrađuju produktivno znanje (Toerien, 2018). Funkcionisanje u novom poslovnom okruženju sve više se zasniva na potrebi za implementacijom novih ideja i za korišćenjem novih informacija, znanja i veština. Dakle, znanje predstavlja još jedan od ključnih faktora savremenog poslovnog okruženja. Shodno tome, ono ima fundamentalnu ulogu u funkcionisanju preduzeća. Efikasna upotreba znanja može ojačati poziciju preduzeća na tržištu u odnosu na konkurente. Pored toga, adekvatna upotreba znanja koja se uglavnom postiže kvalitetnim upravljanjem istim, može imati pozitivan uticaj na povećanje efikasnosti upotrebe drugih resursa u preduzeću. Suočene sa potrebom prilagođavanja brojnim promenama, preduzeća se sve više okreću ka stvaranju i primeni novog i jedinstvenog znanja. Nove informaciono-komunikacione tehnologije i njihova konvergencija vrše povećanje količine znanja i njegove distribucije (Krmpot, Gajdobranski, Panagopoulos, 2021). Neka istraživanja pokazuju da već danas oko 70% zaposlenih čine umni radnici koji svojim radom još više uvećavaju količinu raspoloživog znanja (Krmpot, Gajdobranski, Panagopoulos, 2021). Pored tehnologije i znanje danas postaje važan faktor koji u značajnoj meri determiniše poslovni uspeh i konkurentsku poziciju svakog preduzeća.

Dinamičnost savremenog poslovnog okruženja doprinela je tome da proces donošenja odluka postane sve složeniji jer se preduzeća više ne suočavaju samo sa rastućom konkurencijom već i sa sve izraženijim zahtevima potrošača, dobavljača i ostalih interesnih grupa.

Tokom proteklih nekoliko decenija poslovno okruženje se pod uticajem brojnim promena ubrzano transformiše. Svi navedeni faktori imaju

značajan uticaj na odluke menadžmenta, postignute rezultate i organizacionu strukturu preduzeća. Praćenje promena i novih trendova postaje imperativ za svako savremeno preduzeće. Novo poslovno okruženje zahteva sprovođenje adekvatne analize koja će pomoći preduzećima da se u kontinuitetu prilagođavanju različitim promenama koje dolaze iz okruženja.

UTICAJ SAVREMENOG POSLOVNOG OKRUŽENJA NA ORGANIZACIONU STRUKTURU PREDUZEĆA

Konstantan napor kompanija da održe korak sa promenama, uz zadržavanje pozitivnih rezultata poslovanja i konkurentske pozicije na tržištu uticao je na to da se preduzeća od tradicionalnih sistema privređivanja okrenu ka savremenim načinima poslovanja” (Petrović, Vićentijević, Stefanović, Stanić, 2016). Proces globalizacije je doprineo tome da funkcionisanje preduzeća postane vrlo složeno i zasnovano na adekvatnoj pripremi i uvažavanju potrebe za fleksibilnošću, promišljenim nastupom na tržištu, stručnim kadrovima, elastičnom organizacionom strukturom i tome slično. „Globalizacija utiče na to da se više nego ranije sledi strategija firme, što u današnjim uslovima podrazumeva multifunkcionalne timove kojima rukovode stariji menadžeri, koji ne putuju ceo život po svetu sklapajući poslove, već koji komuniciraju elektronskim putem sa virtuelnim timovima širom planete” (Radović Marković, 2008, str. 114). Poslovna sredina zasnovana na neprekidnoj turbulentnosti stvara brojne opasnosti ali i ograničenja i prepreke za funkcionisanje preduzeća po nekoj ustaljenoj osnovi. Okruženje je sve više informisano i zahtevno, a mnoga preduzeća se ili ne snalaze ili ne reaguju, odnosno različito reaguju na potrebe okruženja (Đervida, Radosavac, Rodić, 2016). Promene se ne ograničavaju samo na jedan segment organizacije već direktno ili indirektno zahvataju svaki deo preduzeća. Dakle, brojne razvojne promene u tehnološkoj, ekonomskoj, ekološkoj, kulturološkoj sferi ali i sferi razvoja različitih inovativnih rešenja neposredno se odražavaju i na organizacionu strukturu preduzeća. „Danas gotovo ni u jednom preduzeću nećemo naići na jednu organizacionu formu, odnosno jednu vrstu organizacione strukture, koja će biti primenjena po celoj dužini organizacione piramide. Nema univerzalno prihvatljivog oblika organizacije, jer on zavisi od spoljašnjih činilaca koji pripadaju okruženju organizacije, od tehnologije u

organizaciji, obrade informacija u organizaciji i drugih faktora” (Travar, Stojanović Trivanović, Kuduz, 2014, str. 154). U tom pogledu, organizaciona struktura preduzeća se menja i u značajnoj meri prilagođava zahtevima okruženja. Savremeni trendovi nameću potrebu za većom decentralizacijom, za fleksibilnom i inovativnom organizacionom strukturom. Pravovremeno prilagođavanje i uvođenje promena u organizacionoj strukturi može biti od ključnog značaja za uspeh savremenog preduzeća. Što je veći stepen i kvalitet prilagođavanja to će rezultat poslovanja biti bolji.

Poznato je da kruta organizaciona struktura ne može u potpunosti da odgovori na zahteve savremenog okruženja. Iz tog razloga, pored klasičnih modela organizacione strukture dolazi do razvoja novih, savremenih modela koji su u značajnijoj meri fleksibilni i prilagodljivi novim trendovima. Novi trendovi u oblikovanju organizacije podrazumevaju stvaranje T- oblika organizacije, mrežne, virtuelne organizacije, timske, procesne, izvrnute, modularne ili beskrajno niske organizacije, a novi oblici uključuju i samoorganizaciju, adhokratiju, heterarhiju i organizacije intenzivne znanjem (Travar i sar., 2014). Isti autori napominju da se pojavom mrežne, virtuelne ili procesne organizacije ne dovode u pitanje postojeće organizacione strukture koje su nezamenljive kao primarni oblik organizacije preduzeća, već one samo dobijaju organske dimenzije. Zahvaljujući svojoj fleksibilnosti, ovakve organizacione strukture mogu brže da reaguju na različite uticaje iz poslovnog okruženja. Navedeno sigurno može biti od velikog značaja za poboljšanje finansijskog rezultata preduzeća.

Informaciono-komunikaciona tehnologija predstavlja jedan od faktora koji je imao najveći uticaj na oblikovanje organizacione strukture preduzeća. Prednosti koje pruža ova tehnologija obezbeđuju visoku fleksibilnost u kreiranju organizacione strukture. Korišćenje informacionih tehnologija otvara neslućene mogućnosti preduzećima i organizacijama za međusobna povezivanja, što utiče i na promene u njihovoj organizaciji (Travar, Stojanović Trivanović, 2014). Na taj način nastaju mrežne organizacije koje zapravo povezuju grupu samostalnih organizacija koje su specijalizovane za obavljanje određenih faza u okviru nekog poslovnog procesa. Bitno za ovu strukturu je postojanje jakog organizacionog jezgra oko koga se skupljaju više drugih organizacija, dobavljača, trgovaca, posrednika, itd (Mihajlović, Milenković, Andžić, 2016). Prema ovom konceptu, razlikuju se: modularna, virtualna i

otvorena organizacija (Micić, Arsić, 2015). „Organizaciona struktura svakog preduzeća u tim novim odnosima, kada ona imaju stvorenu međusobnu elektronsku vezu, nije više određena samo njihovim okvirom, već je čine i svi partneri u mreži pa se može govoriti o organizaciji otvorenog tipa” (Travar, Stojanović Trivanović, 2014, str. 155). Organizacija je otvorena kako za saradnju između delova organizacije tako i za saradnju sa okruženjem (Micić, Arsić, 2015). Na taj način preduzeće uspostavlja direktne odnose sa svojim stejkholderima i poslovnim partnerima, i time je u mogućnosti da adekvatnije odgovori na njihove zahteve kao i na promene koje dolaze iz okruženja. Ova forma organizovanja ima brojne prednosti ali i određene nedostatke [Tabela 1].

Tabela 1. *Otvorena organizacija – prednosti i nedostaci*

Prednosti virtuelne organizacije	Nedostaci virtuelne organizacije
Mobiliše i pojačava talente svih zaposlenih.	Teško premošćavanje političkih granica i granica autoriteta unutar i van organizacije.
Unapređuje saradnju i razmenu informacija među različitim funkcijama, organizacionim jedinicama i eksternim zainteresovanim stranama.	Nedostatak jakog liderstva i zajedničke vizije koji može da stvori probleme u koordinaciji.
Omogućava bržu reakciju na tržišne promene kroz fokusiranje na jedan cilj.	Ograničena autonomija menadžera i mogućnost kontrole.
Izaziva koordinirane inicijative, dobitak sa ključnim dobavljačima, potrošačima i stratejskim partnerima.	Odsustvo poverenja koje može da smanji učinak.

Izvor: Micić, Arsić, 2015

Informaciono-komunikaciona tehnologija, omogućila je jednostavniju razmenu znanja i potrebnih informacija, udruživanje kompetentnosti, podelu rizika, pristup novim tržištima, itd. Samim tim, virtuelna organizacija predstavlja veoma fleksibilan model organizovanja s obzirom da uključuje grupu učesnika sa sličnom misijom koji se mogu brzo udružiti kako bi se posao obavio. Nakon obavljenog posla ovaj organizacioni model se može brzo i rasformirati. Uopšteno, organizacionu strukturu zasnovanu na informaciono-komunikacionim tehnologijama karakterišu brojne

prednosti (Travar i sar., 2014): „fleksibilnost, smanjena birokratija, zaposleni koji veruju menadžmentu, niska organizacija, mali broj nadređenih, efikasna prodaja, decentralizovano odlučivanje, virtuelne komponente, visoka konkurentnost, rad usmeren na zadovoljstvo klijenta, mogućnost uspostavljanja strateških saveza i ostalih partnerskih odnosa” (str. 156). „Informacione tehnologije omogućavaju stvaranje plitke organizacione strukture sa malim brojem nivoa menadžmenta i sa širokim rasponom kontrole” (Travar, Stojanović Trivanović, 2014, str. 155).

Tabela 2. *Virtuelna organizacija - prednosti i nedostaci*

Prednosti virtuelne organizacije	Nedostaci virtuelne organizacije
Deljenje infrastrukture istraživanja i razvoja, kapaciteta, rizika i troškova, pomak od prodaje proizvoda ka prodaji rešenja.	Gubitak sopstvenog znanja (informacije koje se razmenjuju sa drugim preduzećima mogu stvoriti potencijalne konkurente).
Povezivanje komplementarnih suštinskih kompetencija, jer se na taj način povećava kvalitet proizvoda, a smanjuju troškovi, modelovanje proizvodnje prema potrebama tržišta.	Smanjivanje profita kroz eksternalizaciju aktivnosti jer preduzeće veliki deo posla prepušta na obavljanje drugima, a zadržava samo suštinski program.
Smanjenje vremena potrebnog za obavljanje poslova i ubrzanje poslovnih procesa kroz podelu resursa, kapaciteta, lakši pristup tržištu i povećanje lojalnosti klijenta.	Gubitak kontrole nad delovima poslovanja.

Izvor: Travar, Stojanović Trivanović, Kuduz, 2014

„Jednu od inovacija u oblasti organizacionog strukturiranja predstavlja i pojava takozvanih „modularnih korporacija“ koju koristi dosta velikih organizacija (npr, Nike), a koje karakteriše izuzetno fleksibilna struktura sposobna da reaguje na nove izazove, tehnološke promene, promene na finansijskim tržištima i slično” (Mihajlović i sar., 2021, str. 100). Sastoji se iz velike mreže dobavljača koji su fleksibilni i spremni da u kratkom roku

isprate promene u preferencijama potrošača i pružaju mogućnost uštede u troškovima i stvaranja konkurentske prednosti u odnosu na druge organizacione strukture pri nestabilnom i promenljivom okruženju (Mihajlović i sar., 2021).

Tabela 3. Modularna organizacija – prednosti i nedostaci

Prednosti modularne organizacije	Nedostaci modularne organizacije
Pruža mogućnost i malim organizacijama da angažuju talente i resurse iz celog sveta.	Menadžeri nemaju neposrednu kontrolu nad mnogim aktivnostima i zaposlenima.
Pruža mogućnost kompanijama da trenutno povećaju obim proizvodnje bez velikih ulaganja u zgrade, opremu i distribuciju.	Zahteva mnogo vremena da bi se upravljalo odnosima i potencijalnim sukobima s ugovornim partnerima.
Obezbeđuje kompanijama veliku fleksibilnost i omogućuje im brzu reakciju na potrebe koje se menjaju.	Postoji rizik prestanka rada organizacije ako partner ne isporuči dogovorenu robu/uslugu ili prestane s poslovanjem.
Smanjuje opšte administrativne troškove.	Lojalnost zaposlenih i kultura kompanije mogu biti slabi jer zaposleni osećaju kako mogu biti zamenjeni ugovornim uslugama.

Izvor: Micić, Arsić, 2015

Pored tehnologije, treba istaći i da je znanje takođe u velikoj meri uticalo na oblikovanje organizacione strukture preduzeća. „Savremena privreda sve više zavisi od znanja informacija i specifičnih veština što utiče na povećanje udela visokotehnološke proizvodnje zasnovane na znanju” (Dajić, 2017, str. 56). Svakodnevne promene nametnule su potrebu za uspostavljanjem takve organizacione strukture koja će biti u stanju da podstiče učenje i adekvatno upravljanje postojećim i novim znanjem. Da bi uspešno poslovalo, preduzeće mora da raspolaže tačnim, pouzdanim i pravovremeni podacima. Važno je da formira bazu znanja kojom će adekvatno upravljati i da u kontinuitetu ulaže u razvoj intelektualnih resursa. Današnje organizacije moraju postati takozvane učeće organizacije da bi odgovorile na potrebe globalnog tržišta (Krpmot i sar., 2021). Ove organizacije akcenat stavljaju na kontinuirano usvajanje i razvoj novih znanja. „Osnovni princip

na kome se zasniva organizaciona struktura ovih preduzeća je otvorenost u odnosu na makroekonomsko okruženje, pa je s tim u vezi karakteristična kontinuirana komunikacija sa okruženjem, razmena informacija, energije i inovativnosti” (Muković, 2015, str. 129). Učešća organizacija zahteva timski rad i zajedničku viziju. Reč je o organizacionom modelu koji je veoma pogodan za savremena preduzeća, jer uspešnije od drugih modela podstiče zaposlene da u kontinuitetu uče i da se razvijaju [Tabela 4].

Tabela 4. *Preduzeće koje uči i klasično preduzeće – poređenje*

Preduzeće koje uči	Klasična organizacija
<ul style="list-style-type: none"> - Prihvata promene kao priliku za unapređenje, - U potpunosti je fokusirano na sprovođenje promena, - „Hrani“ se promenama, - Podstiče komunikaciju o uspesima i neuspesima, - Bira zaposlene prema sposobnosti i želji za učenjem a ne isključivo prema rezultatima formalnog obrazovanja, - Podstiče eksperimentisanje, i ne boji se nepoznatog - Nagrađuje eksperimentisanje kao način učenja, - Podstiče prikupljanje informacija i učenje iz internih i eksternih izvora, - Uči iz iskustva drugih preduzeća, - Podstiče razmenu mišljenja o prikupljenim iskustvima, - Razvija osećaj brige, poštovanja i saradnje sa drugima. 	<ul style="list-style-type: none"> - Posmatra promene kao pretnju, - Nefokusirano upravlja promenama što može da rezultira krizom, - Promene uvodi selektivno i po segmentima, - Stiče uspehe, skriva neuspehe i ne uči na njima, - Smatra kvalifikacije stečene formalnim obrazovanjem najvažnijim kompetencijama i osnovom za nagrađivanje, - Zazire od nepoznatog, a eksperimentisanje dopušta samo određenom broju zaposlenih, - Nagrađuje samo pozitivne rezultate eksperimentisanja, - Podstiče formalne oblike učenja, - Iskustva drugih preduzeća ne vrednuje kao priliku za učenje, - Individualna iskustva i prikupljena znanja služe za sticanje moći i beneficija, - Pojedinci su usmereni na individualni rad i takmičenje sa kolegama u individualnim performansama.

Izvor: Rupčić, 2007

„Slepo poštovanje hijerarhije i odluka top menadžmenta u savremenom tržišnom poslovanju više nije uslov uspešnog poslovanja preduzeća” (Mihajlović i sar., 2021, str. 101). Farrukh i Waheed (2015) ističu da organizacija, u ovoj dinamičnoj poslovnoj eri, da bi postigla uspeh treba da se promeni, da uči i da primeni promene, jer bi bez ikakvih promena uspeh bio slučajan ili kratkotrajan. „Dizajniranje organizacione strukture i odabir modela organizacije je krucijalna aktivnost menadžmenta od koje zavise performanse organizacije” (Micić, Arsić, 2015, str. 367). „Neke od važnijih novijih tendencija u organizaciji su: skraćivanje lanca komandovanja, afirmacija timskih i fleksibilnih struktura, širenje raspona nadležnosti i kontrole, prenos upravljačke moći na niže nivoe, podsticanje decentralizacije u organizacionim delovima, smanjivanje administrativnog osoblja, kao i mnoge druge” (Mihajlović i sar., 2016, str. 101). Savremeno poslovno okruženje zahteva od svake organizacije da se prilagodi prethodno navedenim tendencijama.

ZAKLJUČAK

Trendovi koji deluju iz savremenog okruženja imaju veliki uticaj na oblikovanje organizacione strukture preduzeća. U tom pogledu se naročito ističu: globalizacija tržišta, brze tehnološke promene i znanje koje je ujedno i postalo ključni resurs savremenih organizacija. U skladu sa tim dolazi do stvaranja takozvanih otvorenih, modularnih, virtuelnih, učećih organizacija. Karakteristike prethodno navedenih organizacionih struktura su usklađene sa karakteristikama savremenog poslovnog okruženja. Shodno tome, ove forme organizacione strukture imaju više prednosti u odnosu na klasične modele. S obzirom da turbulentnost savremenog okruženja nameće uslove za organsku a ne za birokratsku strukturu, nove organizacione forme su upravo i zasnovane na suštinskim odlikama organske strukture, odnosno na niskom nivou standardizacije procesa kao i specijalizacije zaposlenih, zatim na potrebi za stvaranjem timova i međusobnom razmenom postojećih i novih informacija, decentralizaciji procesa odlučivanja, itd. U fokusu novih organizacionih struktura se nalazi informaciono-komunikaciona tehnologija i znanje. One doprinose razvoju kreativnosti, inovativnosti i zadovoljstva zaposlenih, ali i poboljšanju finansijskih performansi preduzeća.

LITERATURA

1. Alves, J.C., Lok, T.C., Luo, Y. and Hao, W. (2020), Crisis Management for Small Business during the COVID-19 Outbreak: *Survival, Resilience and Renewal Strategies of Firms in Macau*.
2. Dajić, M.(2017) Uloga i značaj inovacija u razvoju privrede Srbije. *Ekonomski signali*, 12(1), 55-64.
3. Đervida, R., Radosavac, A., Rodić V., (2016) Karakteristike savremenog poslovanja, *Časopis za poslovne studije*, XV-XVI, 363-373, DOI: 1.7251/POS1616363J,
4. Drašković, D., Štaka, M.(2020) Tehnologije četvrte industrijske revolucije, *Zbornik radova, IX Naučna konferencija sa međunarodnim učešćem Jahorinski poslovni forum 2020 „Realni i finansijski sektor u svjetlu novih tehnologija, novih svjetskih kretanja i novih izazova”*, 497-502.
5. Farrukh, M., Waheed, A.(2015) Learning organization and competitive advantage-An integrated approach. *Journal of Asian Business Strategy*, 5(4), 73-79.
6. Garipova, N. E., Kulik, N. E., Nabieva, G. L.(2020) Assessment of the influence of innovation and IT markets on the parameters of the regional economy, *International Review*, (3-4), 29-40, Faculty of Business, Economics and Entrepreneurship, Belgrade
7. Islam, M.S. (2020), Scenario Planning: Systematic Handling of Organisational Crises during COVID-19 Economic Recession, available at: SSRN 3684788.
8. Krmpot, V., Gajdobranski, A., Panagopoulos, A. (2021) Budućnost je stigla: ekonomija znanja, *Zbornik radova Sedme međunarodne konferencije Pravo, ekonomija i menadžment u savremenim uslovima, Lemima*, 343-351.
9. Jovanović, D.(2021) Uticaj izbora menedžera na razvoj proizvodnog i uslužnog preduzeća, *Akademski pregled* , IV (1), 51-58, Univerzitet Bijeljina
10. Lazarević Moravčević, M., Erić, D., Kamenković, S.(2018) Uticaj poslovnog okruženja na performanse sektora MSP u Srbiji, *Poslovna ekonomija*, (12-1) 33-53.
11. Matavulj, Lj. (2021) Strategic management accounting in the function of operational price regulation, *International Journal of Economics and Law*, XI, 33, Faculty of Business Studies and Law

12. Micić, I., Krstić Randić, J. (2022) Postavljanje okvira kompetencija sa ciljem jačanja strateških performansi organizacija, *Ekonomija teorija i praksa*, XV (1), 61–77, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu Univerziteta Privredna akademija u Novom Sadu.
13. Micić, R., Arsić, Lj. (2015) Fleksibilne organizacione strukture kao nove forme organizacionog dizajna. In *Synthesis 2015 - International Scientific Conference of IT and Business-Related Research Singidunum University*, 364-368.
14. Mihajlović, M. B., Milenković N. P., Andžić S. V. (2021) The role of company management in the choice of organizational structure. *Tehnika*, 2021, 76(1), 97-102.
15. Muković, S. (2015) Upravljanje organizacionom strukturom u cilju optimizacije poslovnog sistema, *Ekonomski izazovi*, 4(7), 122-134.
16. Petrović, Z., Vićentijević, K., Stefanović, D., Stanić, N. (2014) Savremeni oblici nematerijalnih ulaganja u eri informacionih tehnologija, *Sinteza*, 559-563.
17. Radović Marković, M., Salamzadeh, A., Vujičić, S. (2019) Selection of organization models and creation of competences of the employed people for the sake of competitiveness growth in global business environment, *International Review*, (1-2), 64-71 Faculty of Business, Economics and Entrepreneurship, Belgrade
18. Radović Marković, M. (2008) Uticaj globalizacije na stvaranje novog modela preduzeća i njegovih konkurentskih prednosti, *Tržišne strukture i zaštita konkurencije: iskustva zemalja u tranziciji*, Institut ekonomskih nauka, Beogradska bankarska akademija, Beograd, str. 111-121., http://ebooks.iien.bg.ac.rs/198/1/mrm_2008_05.pdf
19. Rupčić, N. (2007) Kritički osvrt na koncept organizacije koja uči, *Društvena istraživanja: časopis za opšta društvena pitanja*, 16(6(92)), 1239-1261.
20. Simin, M., Živkucin, S., Aleksić, S., Soleša, D. (2021) Stanje i razvoj inovativnog sektora malih i srednjih preduzeća (MSP) u AP Vojvodini, *Ekonomija: teorija i praksa*, 14 (3), 22-43
21. Šehić, S. (2011) Okvir poslovanja preduzeća u globalnoj privredi, *Uprava*, 3, 2011, 83-95.
22. Šormaz, G. (2021) Značaj preduzetništva i inovativnosti za ekonomski razvoj Republike Srbije, *Trendovi u poslovanju*, IX (2), 30-39.

23. Šlogar, H.(2021) Relationship between market orientation and innovativeness in companies, *International Review*,(3-4), 21-29.
24. Sundać, D, Škalamera-Alilović, D, Babić, M. (2016) *Poslovno okruženje i intelektualni kapital*, Ekonomski fakultet Sveučilište u Rijeci, Rijeka.
25. Stojković Hadži, S., Kastratović, E., Stanković, Lj. (2022). Inovacija kao način povećanja konkurentnosti privrede, *Trendovi Poslovanja*, 10 (19).
26. Toerien, D. F. (2018) *Productive knowledge, scaling, enterprise richness and poverty in a group of small US counties*, Cogent Social Sciences, 4(1)
27. Travar, M., Stojanović Trivanović, M., Kuduz, N.(2014) IT kao ključna komponenta savremene organizacione strukture preduzeća, *Svarog*, 8, 153-164.
28. Travar, M., Stojanović Trivanović, M. (2014) Organizacione promjene podržane informacionom tehnologijom kao odgovor na izazove globalizacije, *Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije*, 4(2), 356-373.
29. Vesić, D. (2010) Uticaj globalizacije poslovanja na privredni sistem Srbije, *Međunarodni problemi*, 62(1), 136-164.
30. Vujičić, S., Ravić, N., Nikolić, M. (2021) Uticaj planiranja na razvoj inovacija u malim i srednjim preduzećima, *Trendovi u poslovanju*, IX (1), 78-83
31. Vukašinović, J. (2013) Upravljanje znanjem i globalizacija, 14. *Međunarodni naučni skup Sinergija 2013*, 223-228.
32. Vukmirović, V., Lalić, S. (2016) Strategija postizanja konkurentne prednosti kroz uvođenje inovacija zasnovanih na novim znanjima, *Zbornik radova treće internacionalne konferencije Ekonomskog fakulteta Brčko „Partnerstvo vlasti, privrede i institucija visokog obrazovanja u podsticanju ekonomskog razvoja”*, Ekonomski fakultet Brčko, 442-451.
33. Živadinović, V., Zelić, M. (2014) Uticaj onlajn tržišta i digitalnih tehnologija na reputaciju preduzeća, *Infoteh-Jahorina*, 723-726.

ORGANIZATIONAL STRUCTURES OF COMPANIES IN MODERN BUSINESS ENVIRONMENT

Sladana Vujičić

Maja Staletović

Mirjana Stevanović

Milan Gavrilović

Abstract: *Modern trends operating from the environment require a different shaping of the organizational structure of the company. Accordingly, instead of traditional forms, more flexible organizational structures appear that are based on the characteristics of organic design. The emphasis is primarily on accepting change, decentralization of decision-making, a wider range of control, teamwork, adequate organizational culture, good interpersonal relationships, continuous learning and innovation development. Technological progress, scientific achievements, and thus the even greater need for continuous learning and acquiring new knowledge, as important characteristics of the modern business environment, have had the greatest impact on shaping the organizational structure of the company. The fact that information technology and knowledge are the basis of new organizational forms speaks in favor of that. Globalization has also played a role in creating the conditions for changing the organizational structure of companies, as well as the time of the COVID 19 pandemic. Organisations have been forced to do business differently and business processes have had to change rapidly in order for organisations to survive. The aim of this work is to indicate the fundamental trends that operate from the business environment and condition the need for the application of more flexible organizational forms. In addition, the aim of the paper is to point out the characteristics of organizational models that have emerged under the influence of these trends.*

Keywords: *business environment, changes, organizational structure, information technology, knowledge*

TROŠKOVI (RE)DIZAJNIRANJA ORGANIZACIONE STRUKTURE U FUNKCIJI UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI SAOBRAĆAJNIH PREDUZEĆA

Radivojević Nikola¹

Pimić Miroslav²

Mitrović Nenad³

Sažetak: U radu se ispituje kauzalnost između troškova (re)dizajniranja organizacione strukture saobraćajnih preduzeća koja posluju u Republici Srbiji i njihove konkurentnosti. Istraživanje je sprovedeno na primeru 22 saobraćajna preduzeća primenom Granger modela kauzalnosti. Istraživanje pokriva period od 2006. do 2020. godine. Primarni cilj rada jeste da se utvrdi da li postoji kauzalni odnos između troškova koje preduzeća žrtvuju u (re)dizajniranju organizacione strukture i njihove konkurentnosti, koja se za potrebe rada iskazuje kroz veličinu tržišnog učešća. Nalazi ukazuju da postoji dvostrani kauzalni odnos.

Ključne reči: troškovi / organizaciona struktura / konkurentnost / saobraćajna preduzeća.

¹Akademija strukovnih studija Šumadija, Grada Sirene 3/16, 34000 Kragujevac, e-mail:radivojevic034@gmail.com

²Uprava grada Valjeva, e-mail:miroslavpimic@gmail.com

³Akademija strukovnih studija, Kosovsko-metohijska, Odsek Peć, e-mail:nenad2101@yahoo.com

UVOD

Iako u širim društvenim krugovima vlada verovanje da su troškovi nešto negativno, po svojoj definiciji oni predstavljaju svesno žrtvovanje određenih vrednosti radi ostvarivanja pozitivnih rezultata poslovanja. Imajući u vidu da turbulentnost okruženja u kome posluju saobraćajna preduzeća, pre svega u oblasti prevoza putnika i tereta u drumskom saobraćaju, prilagođavanje tim promenama između ostalog zahteva i česta prilagođavanja organizacije. Ovaj problem je naročito evidentan kada preduzeće ostvaruje rast. Tako, na primer, prema Zakonu o prevozu putnika u drumskom saobraćaju preduzeće mora da ispunjava uslove vezane u pogledu profesionalne osposobljenosti. Prema tim propisima lice koje poseduje sertifikat o profesionalnoj osposobljenosti može da obavlja poslove upravljanja prevozom kod najviše četiri domaća prevoznika, čiji ukupni vozni park ne prelazi preko 50 autobusa. U slučaju rasta i razvoja preduzeća, u pogledu povećanja voznog parka iznad propisanog broja, ono mora da samostalno da angažuje to lice, što svakako utiče na organizaciju preduzeća. Slično je i sa drugim propisima u ovoj oblasti.

Osobina remanetnosti troškova upućuje na oprez prilikom njihovog povećavanja usled angažovanja novih zaposlenih ili povećanja voznog parka, kao želje da se odgovori zahtevima ponude, ali i zakonske regulative. Dobar primer za prethodno rečeno jeste odluka o ulasku na međunarodno tržište prevoza putnika. Ulazak na međunarodno tržište vanlinijskog prevoza zahteva da preduzeće umesto jednog autobusa ima na raspolaganju dva. Budući da je Zakonom propisano da broj vozača mora ne sme da bude manji od broja autobusa, jasno je da ovo zahteva angažovanje dodatne radne snage, što utiče organizaciju preduzeća. Stvar postaje značajno kompleksnija kada se imaju u vidu i propisi koji regulišu radna vremena angažovanja vozača. U ovom slučaju, ukoliko se preduzeće opredeli da se povuče sa međunarodnog tržišta primenom strategije downsizing-a i deinvestiranja i nastavi poslovanje samo na domaćem tržištu, troškovi generisani angažovanjem novih kadrova i nabavkom dodatnog autobusa, čak i posle sprovođenja strategije downsizing-a i deinvestiranja se neće vratiti na nivo pre ulaska na međunarodno tržište. Ovo nevraćanje troškova na početni nivo ima negativne posledice na uspeh poslovanja preduzeća, a time i na njegovu konkurentnost. Slično je i sa ostalim vrstama saobraćajnog preduzeća. Tako na primer kategorizacija autobuskih stanica ima direktan uticaj na (re)dizajnirane organizacione strukture, a time i na povećanje troškova poslovanja.

Ispunjenje opštih i dodatnih kriterijuma za veću kategoriju između ostalog zahteva ispunjenje uslova vezanih za pružanje dodatnih usluga, kao što su usluge plaćanja, menjačke usluge, ugostiteljske usluge i sl. ali i na povećanje kapaciteta postojećih staničnih usluga (usled povećanja broja prodajnih šaltera), što ima direktan uticaj na povećanje broja izvršilaca. Takođe, zahtev za produženjem radnog vremena stanice direktno utiče na broj izvršilaca. Ispunjenje kriterijuma koji se tiču servisa i remonta (Pešić et al., 2022; Janjić et al., 2015), fizičkog obezbeđenja, pružanja usluga turističke agencije i slično direktno utiču na dizajniranje nove organizacione strukture. Svakako prethodno rečenom, treba dodati da svaka promena organizacije, pa makar to bila i samo u promeni broja zaposlenih, povećava verovatnoću da će doći do raskida ili uspostavljanja novih formalnih i neformalnih odnosa, što utiče na kvalitet organizacione klime i kulture, a time i na konkurentnost preduzeća preko postignuća zaposlenih na radnom mestu.

Prema teoriji organizacije, organizaciona struktura predstavlja važnu determinantu uspeha poslovanja preduzeća, koja pre svega mora da bude u funkciji efikasnosti sprovođenja poslovne strategije (Supron, 2019). Otuda, sve promene u strategiji poslovanja saobraćajnih preduzeća, koje između ostalog podrazumevaju i ulaske na nova tržišta, uvođenje novih usluga i sl. podrazumeva da postojeća organizaciona struktura bude podložna, u većoj ili manjoj meri, redizajniranju (Poliak et al., 2018, 2019). Međutim, sa druge strane ovo iziskuje određene troškove. Otuda, cilj ovog rada jeste da ispita uticaj (re)dizajniranja organizacione strukture na konkurentnost saobraćajnih preduzeća. Preciznije rečeno, cilj je da se utvrdi kauzalni odnos između troškova koji se žrtvuju radi unapređenja organizacione strukture na konkurentnost preduzeća. Kako prema brojnim autorima (Buzzell (1999), Curcic et al., (2021), Ivanovic et al., (2021) i sl). konkurentnost preduzeća predstavlja njegovu tržišnu snagu iskazanu njegovim udelom u tržištu, to se za potrebe ovog rada ona izražava u kategoriji tržišnog učešća. Validnost ove odluke može se naći i u radovima Genchev (2011), Etale et al., (2016), Duverger (2013), Pattitoni et al., (2014), Ivanova i Ivanov (2015), Hodari et al., (2017), Qiao i Li (2021), Radivojević i Popović (2022) i dr.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Kako bi se odgovorilo na pitanje da li troškovi (re)dizajniranja organizacione strukture, koji se u tom procesu svesno žrtvuju radi unapređenja performansi poslovanja saobraćajnih preduzeća doprinose unapređenju njene konkurentnosti u radu je korišćen *Granger*-ov model. Preciznije rečeno, *Granger*-ov model se koristi da se ispita da li postoji kauzalnost između troškova (re)dizajniranja organizacione strukture i konkurentnosti saobraćajnih preduzeća. Kako je već istaknuto, konkurentnost preduzeća se izražava u kategoriji tržišnog učešća koje preduzeće ostvaruje da domaćem tržištu saobraćajnih usluga, dok se troškovi (re)dizajniranja organizacione strukture iskazuju kao procena od ukupnih troškova. U ove troškove su svrstani svi troškovi koji se povezani sa svim elementima promena organizacione strukture, a dobijeni su na osnovu anketiranja saobraćajnih preduzeća, budući da se na osnovu finansijskih izveštaja ne mogu precizno utvrditi. Preduzeća koja nisu imala posebne evidencije o ovim troškovima su isključena iz istraživanja. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 22 saobraćajna preduzeća i to 10 koja se bave prevozom putnika u drumskom, 8 koja se bave prevozom transporta u drumskom saobraćaju i 4 preduzeća koja pružaju stanične usluge. Podaci su prikupljeni za period od 2006. do 2020. godine.

Kako je *Granger*-ov model zasnovan na premisi da se buduće kretanje neke pojave bolje može bolje predvideti na osnovu istorijskih podatka o nekoj drugoj pojavi nego na osnovu istorijskih podataka o toj pojavi, to se za potrebe ovog istraživanja model može predstaviti u sledećem obliku (Dončić, 2020):

$$MS_t = \alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i (MS)_{t-i} + \sum_{j=1}^n \tau_j (OC)_{t-j} + \mu$$

и

$$OC_t = \theta + \sum_{i=1}^p \phi_i (OC)_{t-i} + \sum_{j=1}^q \psi_j (MS)_{t-j} + \eta_t \quad (2)$$

pri čemu su:

MS_t tržišno učešće saobraćajnog preduzeća u trenutku (t) na domaćem transportnom tržištu

OC_t stopa troškova (re)dizajniranja organizacione strukture saobraćajnog u preduzeća u trenutku (t)

μ i η greške modela, za koje važio da slede IID sa $N(0,1)$.

Dakle ideja je da se na osnovu raspoloživih podataka (Ω_t), u određenom vremenskom trenutku (t) o troškovima re(dizajniranja) organizacione strukture saobraćajnog preduzeća predvidi njihovo buduće tržišno učešće u trenutku (t+h). Budući da model dozvoljava mogućnost da se predvidi i obratno, to se u radu ispituje i obratni odnos tj. nastoji se da se odgovori na pitanje da li na osnovu kretanja tržišnog učešća preduzeća je moguće predvideti njegova buduća izdvajanja za unapređenje organizacione strukture. Iz tog razloga u radu se testiraju sledeći odnosi:

1) da se na osnovu troškova re(dizajniranja) organizacione strukture moguće predvideti buduće tržišno učešće, odnosno da je

$$\sum_{j=1}^n \tau_j \neq 0 \text{ и } \sum_{j=1}^q \psi_j = 0;$$

2) da se na osnovu promena tržišnog učešća preduzeća mogu predvideti budući troškovi (re)dizajniranja organizacione strukture, odnosno da je

$$\sum_{j=1}^n \tau_j = 0 \text{ и } \sum_{j=1}^q \psi_j \neq 0;$$

3) da se na osnovu istorijskih podataka i jedne i druge pojave može predvideti na ona druge, odnosno da važi da je

$$\sum_{j=1}^n \tau_j \neq 0 \text{ и } \sum_{j=1}^q \psi_j \neq 0,$$

odnosno suprotno, da ne postoji kauzalnost između ove dve pojave, što se matematički može predstaviti na sledeći način:

$$\sum_{j=1}^n \tau_j = 0 \text{ и } \sum_{j=1}^q \psi_j = 0.$$

Prema postulatima modela ovo je moguća dobiti odgovor na postavljena pitanja samo ukoliko je ispunjen uslov da je $\sigma^2_1(y_t : y_{t-j}, x_{t-i}) < \sigma^2_2(y_t : y_{t-j})$, odnosno $\sigma^2_1(h_t : h_{t-j}, y_{t-i}) < \sigma^2_2(x_t : x_{t-j})$, za svako j i i = 1, 2, 3, ..., n, pri čemu y_t i h_t reprezentuju seriju istorijsko podataka ispitivanih pojava, odnosno da σ^2 reprezentuje grešku predviđanja.

EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

Kako je već istaknuto istraživanje je sprovedeno na uzorku od 22 saobraćajna preduzeća koja su vršila evidenciju o troškovima re(dizajniranja) organizacione strukture u periodu od 2006. do 2020. godine. Podaci o tržišnim učešćima izabranih preduzeća dobijeni su iz baze podataka Privredne komore Republike Srbije.

Analiza deskriptivne statistike troškova re(dizajniranja) organizacione strukture saobraćajnih preduzeća i njihovog tržišnog učešća otkriva veliku fluktaciju kako u troškovima tako i u tržišnim udelima (tabela 1.). Što se tiče troškova, tu je stvar razumljiva jer nije ni očekivano da preduzeće ima permanentno visoke troškove za re(dizajniranja) organizacione strukture. Međutim, iznenađujući je podatak da im procena udela na tržištu značajno varira. Ovo se može opravdati kako oštrom konkurencijom na ovom tržištu, čestim promenama regulatornih uslova koja nekim preduzećima više odgovaraju u odnosu na druga, pa čak i uspešno sprovedenim poslovnih strategijama. Neuspeh na tenderima kod lokalnih samouprava je čest uzrok velike varijacije u tržišnim udelima. Kako period istraživanja pokriva razdoblje duže u odnosu na uslove iz tendera vezane za dužinu obavljanja javnog gradskog prevoza to je ova pojava uobičajena. Prethodno rečeno, ide u prilog pravilno izabranih preduzeća jer je očekivano da sa značajnijim promenama udela su vršile i re(dizajniranja) organizacione strukture.

Tabela 1. Rezultati deskriptivne statistike

	<i>MS</i>	<i>OC</i>
Sredina	0.11	0.028
Standardna Devijacija	2.854	3.717
Kurtosis	6.619	208.001
Skjuvnes	0.341	12.036
Minimum	0.011	0.000
Maximum	0.13	0.052
Br. Obs.	22	22

Izvor: Autori

U tabeli 2 prikazani su rezultati testiranja prisustva jediničnih korena u serijama podataka. Za tu svrhu u radu je korišćen ADF test. Rezultati pokazuju da u slučaju 5 od 22 preduzeća je zabeležena nestacionarnost u seriji podataka tržišnog učešća i to je zanimljivo da je to kod svih

preduzeća koja posluju u oblasti prevoza putnika. Nestacionarnost kod serije podataka o troškovima (re)dizajniranja organizacione strukture je zabeležena takođe u slučaju kod 5 preduzeća. Nad ovim serijama podataka izvršena je diferencijacija, tako da je dalja analiza nastavljena sa diferenciranim vremenskim serijama, koji su nakon diferencijacije prvog reda ispunjavale uslove stacionarnosti.

Tabela 2. Rezultati ADF testa, Engel-Granger-ovog testa i AIC kriterijuma

Oznaka preduzeća	ADF test		Engel-Granger-ov test		Optimalna dužina laga	
	MS	OC	Vrednost testa	p - vrednost	br. Lag.	AIC
	Vrednost t testa	Vrednost testa				Vrednost kriterijuma
TT1	-1.548	-0.986	-1.534	0.749	1	1.307
TT2	-1.529	-1.529	-1.979	0.538	1	3.622
TT3	-2.060	-1.321	-2.627	0.226	1	2.482
TT4	-4.374	-4.010	/	/	1	1.107
TT5	-3.705	-3.846	/	/	1	1.735
TT6	-3.217	-4.728	/	/	1	0.997
TT7	-3.839	-3.952	/	/	1	0.841
TT8	-3.162	-3.783	/	/	1	1.011
PP1	-3.336	-4.442	/	/	2	2.009
PP2	-3.445	-5.753	/	/	2	2.307
PP3	-5.102	-1.637	/	/	2	1.613
PP4	-3.859	-3.944	/	/	2	2.139
PP5	-4.769	-3.371	/	/	2	4.020
PP6	-1.523	-3.406	/	/	1	1.301
PP7	-3.715	-4.090	/	/	1	2.811
PP8	-3.549	-5.636	/	/	3	3.068
PP9	-1.897	-3.817	/	/	3	2.072
PP10	-3.250	-4.405	/	/	3	1.455
ST1	-4.308	-1.039	/	/	3	1.428
ST2	-3.221	-3.870	/	/	4	2.025
ST3	-3.846	-3.389	/	/	3	2.167
ST4	-3.626	-3.444	/	/	1	2.193

Izvor: Autori

Budući da su određene serije podataka bile nestacionarne na istom nivou, iz tog razloga je u radu izvršeno testiranje kointegracije. Za tu svrhu u radu

je korišćen Engel-Granger-ov test, čiji rezultati su takođe predstavljeni u tabeli 2. Kao što se može videti, među serijama podataka nije otkrivena kointegracije. Za određivanje optimalne dužine docnji u radu je korišćen *Akaike* (AIC) kriterijuma. Rezultati ovog kriterijuma su prikazani, takođe, u tabeli 2. Kao što se može videti optimalna dužina broja docnji se kretala od 1 do 4.

Tabela 3. *Rezultati testa kauzalnosti*

Obeležje preduzeć a	Granger-ov test kauzalnosti		Obeležje preduze ća	Granger-ov test kauzalnosti	
	Varijabl a	statistika		Varijabl a	Varijabla
TT1	OC - MS	F(1, 11) = 1.8759 [0.1981]	PP4	OC - MS	F(2, 8) = 3.2040 [0.0951]
	MS - OC	F(1, 11) = 1.8126 [0.2053]		MS - OC	F(2, 8) = 0.052416 [0.9493]
TT2	OC - MS	F(1, 10) = 1.2613 [0.2876]	PP5	OC - MS	F(2, 8) = 4.0711 [0.0603]
	MS - OC	F(1, 10) = 0.021736 [0.8857]		MS - OC	F(2, 8) = 5.8956 [0.0267]
TT3	OC - MS	F(1, 11) = 5.6457 [0.0368]	PP6	OC - MS	F(1, 11) = 8.4718 [0.0142]
	MS - OC	F(1, 11) = 2.5786 [0.1366]		MS - OC	F(1, 11) = 1.5743 [0.2356]
TT4	OC - MS	F(1, 11) = 3.7422 [0.0792]	PP7	OC - MS	F(1, 11) = 4.7583 [0.0517]
	MS - OC	F(1, 11) = 2.3594 [0.1528]		MS - OC	F(1, 11) = 1.3040 [0.2777]
TT5	OC - MS	F(1, 11) = 1.3653 [0.2673]	PP8	OC - MS	F(3, 5) = 5.4495 [0.0493]

		$F(1, 11) = 3.3721$			$F(3, 5) = 0.74111$
	MS - OC	[0.0935]		MS - OC	[0.5716]
		$F(1, 11) = 1.4808$			$F(3, 5) = 6.1283$
TT6	OC - MS	[0.2491]	PP9	OC - MS	[0.0396]
		$F(1, 11) = 4.5179$			$F(3, 5) = 0.25194$
	MS - OC	[0.0570]		MS - OC	[0.8571]
		$F(1, 11) = 10.962$			$F(3, 5) = 5.0572$
TT7	OC - MS	[0.0069]	PP10	OC - MS	[0.0565]
		$F(1, 11) = 0.10283$			$F(3, 5) = 0.87979$
	MS - OC	[0.7545]		MS - OC	[0.5110]
		$F(1, 11) = 1.5109$			$F(2, 8) = 0.34670$
TT8	OC - MS	[0.2446]	ST1	OC - MS	[0.7171]
		$F(1, 11) = 4.7583$			$F(2, 8) = 0.25071$
	MS - OC	[0.0517]		MS - OC	[0.7841]
		$F(1, 11) = 7.8380$			$F(4, 2) = 15.081$
PP1	OC - MS	[0.0173]	ST2	OC - MS	[0.0632]
		$F(1, 11) = 0.11438$			$F(4, 2) = 11.196$
	MS - OC	[0.7416]		MS - OC	[0.0837]
		$F(2, 8) = 7.7983$			$F(3, 5) = 6.6427$
PP2 0.9930	OC - MS	[0.0132]	ST3	OC - MS	[0.0340]
		$F(2, 8) = 3.1753$			$F(3, 5) = 4.6852$
	MS - OC	[0.0966]		MS - OC	[0.0647]
		$F(2, 8) = 3.5959$			$F(1, 11) = 5.4017$
PP3 1.1461	OC - MS	[0.0769]	ST4	OC - MS	[0.0403]
		$F(2, 8) = 1.7750$			$F(1, 11) = 14.266$
	MS - OC	[0.2302]		MS - OC	[0.0031]

Izvor: Autori

DISKUSIJA DOBIJENIH REZULTATA

Rezultati primene *Granger*-ovog modela ukazuju na nekoliko zanimljivih nalaza. Prvi nalaz odnosi se na nestacionarnosti serije podataka. Visoke prosečne vrednosti stope standardne devijacije u slučaju obe varijable implicirale su ovakav nalaz. Autori koji su izučavali konkurentnost po pravilu su izveštavali nestacionarnost podacima vezanim za profit ređe nego za tržišno učešće. Takva istraživanja sprovedli su Schoeffler et al., (1974), Buzzell (2004), Pattitoni et al., (2011) i dr. Ovo i ne čudi ako se imaju u vidu nalazi da Hamermesh i Anderson (1978), Chandler i Hanks (1993), Chawla et al., (2010), da preduzeća sa malim udelima mogu da ostvaruju ekstraprofite. Iznenadujući je podatak da preduzeća nemaju konstantna izdvajanja vezana za unapređenje organizacione strukture. Analiza nastanaka velikih promena u troškovima vezanim za ovo može da otkrije razloga zbog kojih preduzeća vrše (re)dizajniranje organizacione strukture; da li je povezano sa gubitkom tržišnog učešća ili nekim drugim razlozima.

Drugi važan nalaz odnosi se na otkriće da u velikom broju slučajeva analiza je pokazala da postoji kauzalnost između troškova (re)dizajniranja organizacione strukture i tržišnog učešća preduzeća. Ovakav nalaz implicira da će efikasno (re)dizajniranje organizacione strukture imati pozitivne posledice na konkurentnost preduzeća, izraženu kroz veličinu tržišnog učešća. Naravno, važno je istaći da je ovo pravila češće važi kod preduzeća koja se bave prevozom putnika nego prevozom tereta. Po pravilu ova preduzeća su veća i sa kompleksnijom organizacijom, podložnija su značajnijim promenama usled češćeg sprovođenja strategije downsizing-a.

Treći, važan nalaz implicira da postoji dvostrani kauzalni odnos. Opravdanje za ovaj nalaz može se naći u specifičnosti same privredne grane i uslova koje zakonodavstvo nameće. Kako, po pravilu, svako povećanje obima posla, odnosno tržišnog učešća je praćeno potrebom da se ispune određeni zakonski propisi koji često tangiraju organizaciju preduzeća, sa jedne strane, kao i da svako nastojanje da preduzeće poveća svoj obim poslovanja zahteva da prethodno ispuni određene zakonske kriterijume, to je očekivano da postoji dvosmeran kauzalan odnos. Nalaz da kod pojedinih preduzeća ne postoji kauzalni odnos može se opravdati činjenicom ili da su drugi faktori poslovanja imali veći uticaj na promenu tržišnog učešća preduzeća.

ZAKLJUČAK

U radu se vrši ispitivanje kauzalnosti između troškova koje saobraćajna preduzeća svesno žrtvuju u (re)dizajniranju organizacione strukture i njihove konkurentnosti. Naime, specifičnost grane u kojoj posluju ova preduzeća utiče da, po pravilu, svako povećanje obima poslovanja jeste praćeno promenama u faktorima koji se tiču organizacione strukture. Strogi zakonski propisi utiču na ovo. Istraživanje je sprovedeno na primeru 22 saobraćajna preduzeća koja posluju u Republici Srbiji, a koja su u periodu od 2006. do 2020. godine vodila evidenciju o troškovima koji su povezani sa (re)dizajniranjem organizacione strukture. Primarni cilj je bio da se utvrdi da li se na osnovu serije podataka vezanim za troškove (re)dizajniranja organizacione strukture može predvideti unapređenje konkurentnosti ovih preduzeća, uz napomenu da je kao *proksi* za konkurentnost korišćeno tržišno učešće preduzeća koje ostvaruju da domaćem tržištu transporta. Dopunski cilj je bio da se utvrdi da li postoji kauzalnost u obratnom smeru.

Analiza dobijenih rezultata ukazuje na nekoliko važnih nalaza. Prvo da postoji dvosmerna kauzalnost između troškova koja saobraćajna preduzeća žrtvuju zarad unapređenja organizacione strukture i njihove konkurentnosti iskazane kroz veličinu njihovog tržišnog učešća. Ovaj nalaz se opravdava činjenicom da je skoro svako povećanje obima poslovanja saobraćajnih preduzeća uslovljeno potrebom da se ispune određeni zakonski propisi koji su na direktan ili indirektan način povezani sa promenama u organizaciji preduzeća. Interesantan nalaz, koji je u skladu sa prethodno iznetim, u smislu da su preduzeća koja se bave prevozom putnika izložena rigidnijim zakonskim propisima, jeste da kod transportnih preduzeća koja se bave prevozom robe nije utvrđeno postojanje niti kauzalnost troškova (re)dizajniranja organizacione strukture na konkurentnost, niti obratno.

Imajući u vidu dobijene rezultate može se zaključiti da organizaciona struktura predstavlja važnu determinantu uspeha poslovanja, odnosno konkurentnosti saobraćajnih preduzeća. Iz tog razloga njenom redizajniranju se mora pristupiti sa puno pažnje.

LITERATURA

1. Buzzell, R. D. (1999). Marketing Functions and Market Evolution. *Journal of Marketing*, Special Issue.
2. Buzzell, R.D. (2004). The PIMS program of strategic research: A retrospective appraisal. *Journal of Business Research*, 57(May), 478–483
3. Chandler, G.N., Hanks, S.H. (1993). Measuring the performance of emerging businesses: A validation study. *Journal of Business Venturing*, 8(5), 391-08.
4. Chawla, S.K., Khanna, D., Chen, J. (2010). Are small business critical success factors same in different countries. *Journal of Management*, 7(1), 1–12.
5. Curcic, N., Radivojevic, N., Grubor, A., Simonovic, Z. (2020). Examining causality between market share and competitiveness: Case study textile industry. *Industria Textile*, 71(4), 364-370.
6. Dončić, S. (2020). Testiranje kauzalnosti između Bitcoina i cene zlata na svetskom tržištu primenom Grangerovog testa. *Ekonomika*, 66(3), 73-80.
7. Duverger, P. (2013). Curvilinear effects of user-generated content on hotels' market share: a dynamic panel-data analysis. *Journal of Travel Research*, 52(4), 465-478.
8. Etale, L., Bringilarz, P., Ifuruezes, M. (2016). Market Share and Profitability Relationship: A Study of the Banking Sector in Nigeria. *International Journal of Business, Economics and Management*, 3(8), 103-112.
9. Genchev, E. (2012). Effects of market share on the bank's profitability. *Review of Applied Socio-economic Research*, 3(1), 87-95.
10. Granger, C.J. (1969). Investigating causal relation by econometric and cross-sectional method. *Econometrica*, 37: 424–438.
11. Granger C. J. (1969). Investigating Causal Relationships by Econometrics Models and Cross Spectral Methods. *Econometrica*, 37, 425-435.
12. Hamermesh, R.G., Anderson, M.J. (1978). Strategies for Low Market Share Businesses. *Harvard Business Review*, 56(3), 95-102.
13. Hodari, D., Turner, M.J., Sturman, M.C. (2017). How hotel owner-operator goal congruence and GM autonomy influence hotel

- performance. *International Journal of Hospitality Management*, 61,119-128.
14. Ivanova, M., Ivanov, S. (2015). Affiliation to hotel chains: Hotels' perspective. *Tourism Management Perspectives* 16, 148-162.
 15. Ivanovic, T., Maksimovic, G., Mandaric, M., Radivojevic, N., Jovic, M. (2021). The impact of intellectual capital on the financial performance of agricultural enterprises: evidence from the West Balkans Counties. *Custos e @gronegocio on line*, 17(2), 350-375.
 16. Janjic N., Adamovic, Ž. Nikolic, D. Asonja, A. Stojanovic, B. (2015). Impact of diagnostics state model to the reliability of motor vehicles. *Journal of the Balkan Tribological Association*, 21 (2), 511-522.
 17. Namiki, M. (2011). Successful Share-building Strategies for High - technology Companies. *Business Review*, 4, 50-54.
 18. Pattitoni, P., Petracchi, B., Spisni, M. (2014). Determinants of profitability in the EU-15 area. *Applied Financial Economics*, 24(11), 763-775.
 19. Pešić, M., Jović, N., Milovanović, V., Savić, D., Aničić, A., Živković, M., Savić, S. (2022). FEM Analysis of anti-mining protection of armored vehicles. *Applied Engineering Letters*, 7(3), 89-99. Available from: <https://doi.org/10.18485/aeletters.2022.7.3.1>
 20. Poliak, M., Hammer, J., Cheu, K., & Jaskiewicz, M. (2019). Identification of costs structure change in road transport companies. *Communications-Scientific letters of the University of Zilina*, 21(3), 8-12.
 21. Poliak, M., Hammer, J., Reuter, R., Poliakova, A. The impact of the transport route on the cost of the transfer. 11th International Scientific and Technical Conference on Automotive Safety Location: proceedings [online]. 2018. Available from: <https://doi.org/10.1109/AUTOSAFE.2018.8373319>
 22. Radivojević, N., Popović, V. (2022). Ispitivanje kauzalnosti između konkurentnosti i tržišnog učešća transportnih preduzeća. *XV Savetovanje „Bezbednost saobraćaja“, Zlatibor*.
 23. Supron, B. (2018). Analysis of cost structure of international road transport operators in West Pomeranian voivodship in the years 2008-2014. *The Central European Review of Economics and Management*, 2(2), 61-86.

24. Qiao, W., Li, L. (2021). Research on the Relationship between Capital Structure and Financial Performance of Air Transport Companies Listed on the Shanghai and Shenzhen Stock Exchange of China. *International Journal of Business and Administrative Studies*, 7(3), 27-41.

COSTS OF (RE)DESIGNING THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE IN ORDER TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF TRANSPORT COMPANIES

Nikola Radivojević

Miroslav Pimić

Nenad Mitrović

Abstract: *The paper examines the causality between the costs of (re)designing the organizational structure of transport companies operating in the Republic of Serbia and their competitiveness. The research was conducted on the sample of 22 transport companies, applying the Granger model of causality. The research covers the period from 2006 to 2020. The primary goal of the paper is to determine whether there is a causal relationship between the costs that companies sacrifice in (re)designing the organizational structure and their competitiveness, which is in the paper expressed by the market share. The findings indicate that there is bidirectional (or feedback) causality.*

Keywords: *costs, organizational structure, competitiveness, transport companies.*

INFLATION CONVERGENCE IN NEW EMU MEMBERS

Popović Svetlana¹

Abstract: *The European central bank is responsible for managing the common monetary policy for 19 countries that are geographically and economically very heterogeneous. The question is whether the common monetary policy suits all of them. We focused on countries that joined the Monetary union since 2007 (new members), to understand if they managed to “fit in”. Those countries made impressive progress in macroeconomic and price stability, but is it enough to simply enjoy net benefits from EMU membership? After analyzing statistical characteristics of their inflation processes since 1997 (mean and median inflation, standard deviation and coefficient of variations), we wanted to understand if their inflation rates have converged towards EMU average inflation rate and if they tend to form a more homogeneous group of countries. We conducted a unit root test to statistically check the significance of the convergence process, and analyzed autocorrelation coefficients of inflation rates to assess the influence of the common monetary policy on the persistence of inflation. The results did not statistically confirm the existence of absolute convergence of inflation rates in New EMU members.*

Keywords: *inflation convergence / European monetary union / new EMU members / inflation processes / inflation persistence.*

¹ Faculty of Economics, University of Belgrade, Kamenička 6, 11000 Beograd, e-mail: svetlana.popovic@ekof.bg.ac.rs

INTRODUCTION

The European monetary union was founded in January 1999, when the European central bank took the responsibility for managing the common monetary policy for 11 countries that fulfilled the defined Maastricht convergence criteria (Germany, France, Italy, Spain, Portugal, Finland, Austria, the Netherlands, Luxemburg, Belgium and Ireland). Greece was not ready in 1999, but joined two years later, when it managed to satisfy the Maastricht criteria. These are 12 old members and very often when analyzing convergence process in the monetary union, especially in the light of a debate between the old and new theory of optimal currency area (OCA), researchers focus on the economic parameters and the convergence indicators for those countries. The old OCA theory defined conditions that individual countries must satisfy in order to have higher benefits than costs of membership in a monetary union in the long-term. According to the new OCA theory, the environment of monetary union will facilitate the process of convergence between members' economic performances, even though the sufficient level of convergence did not exist prior to the establishment of a monetary union. As a result of compromise between these two views, convergence criteria were defined, as well as the term when a third phase of monetary unification begins. These criteria relate to the level of inflation rate, long-term interest rate, participation in the mechanism of foreign exchange rates, the level of budget deficit and public debt.

The process of the monetary union enlargement started in 2007, when Slovenia joined the Eurozone. Cyprus and Malta became members in the following year, Slovakia in 2009, Estonia joined in 2011, then Latvia in 2014 and Lithuania in 2015. It is expected that Croatia will become the 20th member of the European monetary union in 2023. So EMU currently has 19 members. These are countries which are very different in geographical and economic size and structure, which applied different economic growth models; they have different political structures and different fiscal policies. Thus, the question is whether these countries are similar enough to share a common monetary policy, whether the benefits of membership are greater than costs for all of them? So, the question is whether the views of the new OCA theory were justified, and if the environment of a monetary union (larger intra-EMU trade, financial integration and increased synchronization of economic cycles) indeed facilitated the convergence process. Another possibility is that Germany

and the old OCA theory were right, so that it was necessary to satisfy the defined conditions before entering the monetary union. Was it right to insist on the long process of economic performances convergence as a prerequisite for the successful membership and smoother conduct of the common monetary policy? The analysis is especially important considering that some EU members are trying to become members of the monetary union. The question is whether it is better to rush to become a member as soon as possible, at any costs, which is politically popular, or to ensure the necessary preconditions and then enjoy the long-term benefits of membership (but probably with different government, because structural reforms are not politically popular)?

We will test the hypothesis that the monetary union environment, common monetary policy and joint currency contributed to the convergence of the inflation rates of new members (Slovenia, Cyprus, Malta, Slovakia, Estonia, Latvia and Lithuania) towards the average EMU rate. New members went through a long and complex process of transformation from centrally planned economies towards free market and market based economies, undertaking serious structural economical and political reforms. That process was unequivocally successful, having in mind their economic performances before transition and now, but did it prepare them for successful membership in the monetary union? Were they prepared for the common monetary policy and the single currency? The subject of analysis covers several issues: have their inflation rates converged enough, how homogeneous are their inflation processes, as well as whether there was a diminishing dispersion of inflation- around EMU average and around the average of the group. This analysis is also important since events from 2021 and especially 2022 have caused a significant rise in inflation. Although central banks explained that it was transient growth of prices, and ECB even announced that it will not introduce changes in monetary policy, inflation growth seems to be more persistent. The growth of amount of money in circulation since 2008 has been very high (monetary aggregate M2 rose 40% in a number of countries) due to the financial crisis and Covid-19 measures. There has also been a significant increase of prices of oil, gas and food as a consequence of the sanctions introduced to Russia. That led to a significant dispersion of inflation rates in EMU member countries and made the management of the common monetary policy more complicated.

LITERATURE REVIEW

The question of inflation convergence has attracted a lot of attention of researchers, even before the advent of EMU. Authors focused on different issues, they analyzed different time intervals and different groups of countries- the first 12 members, or segmented peripheral and core countries, new member countries, all (or chosen) EMU or EU countries. Different methodology has been used. Very often researchers use different unit-root tests in time series or panel data, or analyze characteristics of distribution of inflation rates; often indicators of beta and sigma convergence are studied. Various measures of inflation dispersion are used, like the spread between the highest and the lowest inflation rates, or the spread between average inflation in three countries with the highest and the lowest inflation rates, weighted or unweighted standard deviations of inflation differentials. Different components of inflation are analyzed, on sectorial or country level. Inflation benchmark could be differently set, based on the Maastricht criteria, inflation rate in Germany as the country with highest monetary stability (and largest economy in Eurozone), ECB target (below but close to 2%), or cross-sectional average. Thus, literature findings also differ. However, such analysis is very important for understanding the potential problems and costs of membership and net benefits, especially having in mind that it is expected that the majority of EU members will adopt the common currency with time. It was expected that the common monetary policy and common currency will facilitate inflation convergence among member countries. The existence of persistent inflation differentials in monetary union is dangerous, while it might impair the management of the common monetary policy. The single interest rate might be too high for countries with a lower-than-average inflation and too low for countries with above-average inflation, leading to a divergence of their business cycles and further inflation divergence.

Very often a distinction is made between absolute and relative convergence. Relative convergence means that inflation differentials converge to some level which is different from zero in the long run. Absolute convergence means that inflation differentials are converging to zero in the long run. Absolute convergence is more desirable, while relative convergence of inflation might indicate the existence of convergence clubs. That is the situation when only countries with similar characteristics converge, which can lead to a polarization (like between

core and peripheral EMU members). Absolute convergence facilitates the common monetary policy (Busetti et al, 2007, p. 6).

Karanasos, Koutroumpis, Karavias, Kartsaklas & Arakelian (2016) studied the convergence of inflation rates of the first 12 EMU member countries in the period 1980-2013, to understand if the introduction of euro made any significant difference, facilitating the decrease and the convergence of member countries' inflation rates. Since EMU countries are heterogeneous, there might be convergence of inflation rates among specific groups, but not all member countries. Authors discovered that for some countries inflation differentials are stationary both before and after the advent of euro, so that there are some convergence clubs of countries. For the pre-euro period there were three convergence clubs: Germany and France, the Netherlands and Finland, and Austria, Belgium and Luxemburg. After 1997, they found two convergence clubs: Germany, Austria, Belgium and Luxemburg on one side and France and Finland on the other side. For remaining EMU members, authors found the evidence of divergence.

Busetti, Forni, Harvey & Venditti (2007) applied unit-root tests on inflation differentials to test the hypothesis of absolute convergence in EMU countries. They found evidence for the convergence in the period 1980-1997. According to them, the exchange rate mechanism significantly facilitated the convergence process. However, authors observed diverging behavior of inflation rates in the following period. They also found two stability cluster clubs: low inflation countries: Germany, Austria, France, Belgium and Finland on one side, and higher inflation countries: Spain, Portugal, Ireland, Greece and the Netherlands on the other side. Italy is found to be somewhere between those two clusters. They concluded that although the common monetary policy was very successful in stabilizing individual inflation rates, there is still some degree of cross-country heterogeneity.

Rutjes (2019) proved that the group of ten Eurozone countries (the first 12 without Austria and Finland) has been in the process of absolute convergence since the introduction of euro. However that does not mean that Eurozone presents an optimal currency area. This issue was especially relevant for the sovereign debt crisis. The crisis revealed the weaknesses of Eurozone and one of the most serious problems of EMU

was vulnerability to asymmetric shocks. That is opposite to one of the main characteristics of OCA. On the other side, Eurozone seems to be successful from a price stability point of view, which is important for the smooth functioning of the monetary union. Absolute inflation convergence might also facilitate future enlargement of euro area and eventually EU. Certainly, inflation convergence is not sufficient. For the decision on EMU enlargement, it is important to understand whether EMU moves towards OCA, as well as whether other convergence criteria have been fulfilled and to implement appropriate policies which will foster this process. Without that, enlargement of suboptimal monetary union would bring further costs of adjustment.

Broz & Kocenda (2017) found evidence for inflation convergence among EU countries for the period 1999-2016. Also, inflation rates of new members seem to be synchronized with rates in old member countries. Financial- and sovereign debt crisis influenced higher convergence for some countries- Italy, Austria, Finland, the Netherlands, Portugal, Latvia and Romania, their inflation rates moved towards cross-sectional average. For other member countries crisis caused some diverging trends- Spain, Slovenia, Luxemburg and Poland. Authors concluded that price oriented monetary policy strategies probably had contributed to inflation convergence. Also they found that ECB monetary policy did not contribute to the divergence of inflation rates in the post-crisis period and that inflation synchronization is not the problem for further enlargement of Eurozone.

Franks, Barkbu, Blavy, Oman & Schoelermann (2018) found strong convergence of inflation rates among the first 12 member countries towards rates in low-inflation countries before the adoption of euro, but in later stages inflation rates did not converge further. That is partially influenced by differences in cyclical positions, while some countries had witnessed a significant rise in economic activity and inflation before the crisis. Spain, Greece, Portugal and Ireland constantly had higher than average inflation rates, which led to real appreciation of their effective exchange rates and the loss of competitiveness. The cumulative effect of small but persistent inflation differentials together with converged nominal interest rates impeded real convergence.

Estrada, Gali & Lopez-Salido (2013) studied the extent of convergence in Eurozone over the period mid 1980s-2012. Authors discovered strong evidence of inflation convergence since the second half of 1980s. However the convergence seems unrelated to monetary union while it occurred in

the most of advanced countries, thanks to monetary policies oriented towards monetary stability, adoption of inflation targeting regimes and central bank independence. Impressive inflation convergence process in EMU occurred until the introduction of euro, but after that inflation differentials remained persistent, causing large cumulative changes in relative prices. However corresponding indicators for other advanced economies had slight increase.

A number of authors focused on core-periphery divergence as a source of instabilities in EMU. Popović (2013) stressed that Eurozone was not an optimal currency area from the very beginning, but it was expected that the common currency and monetary policy will facilitate the convergence of economic performances, including inflation rates. But instead of stabilizing convergence process, EMU witnessed divergence of economic performances and polarization on two groups. The first one consists of richer core countries mostly from Northern Europe, while the second one is composed of poorer peripheral economies, mostly from Southern Europe. Regling, Deroose, Felke & Kutos, (2010) stated that this issue is also relevant for prospect new entrants, which are characterized with large diversity and do not have economic performances in line with the core countries. Since they have a small economic size, we cannot expect sizeable effects on aggregate growth and inflation rates, but they would increase the share of periphery in the membership. Also, they would face pronounced catching up challenges, similar like existing catching-up countries. Anna, Enderlein & Fritz-Vannahme (2015) highlighted the significance of nominal sigma convergence and especially convergence in prices for the stability of Eurozone. According to them, the Maastricht inflation criteria was important as accession criteria, but after the advent of EMU inflation, differentials were ignored, because it was expected that they will not last too long. However they proved to be very persistent, and countries like Greece, Portugal, Ireland and Spain had inflation rates higher than average after joining EMU, while inflation in Germany was below average. Warthmann & Stahl (2016) stressed that the common monetary policy could not be managed smoothly in current core-periphery division. Monetary union influenced macroeconomic imbalances between and within core and periphery countries imposing further challenges for ECB, while those countries need different

monetary policy. ECB was criticized that it managed monetary policy too loose during crisis period to support struggle of peripheral countries to recover. But that had a negative impact on domestic savings, creation of price bubbles and the quantity of money in the circulation in the core countries. Bošković, Popović & Njegovan (2013) found no statistically significant differences among the core countries inflation rates, but inflation differentials among the peripheral countries have statistically significant both time and individual effects.

METHODOLOGY

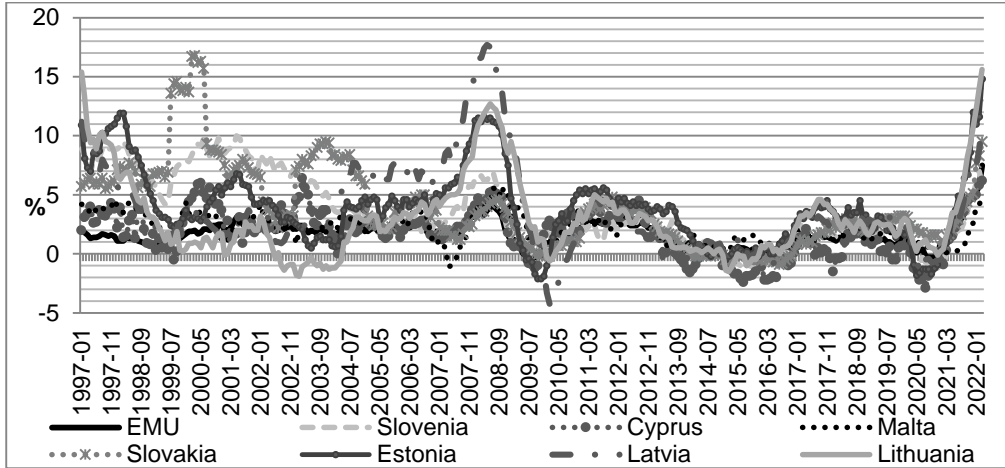
Theoretically speaking, the best scenario for the new EMU members (as well as the old members) would be the full convergence of inflation. That would mean that their inflation rates are very close, in line with the ECB goal (inflation below but close to 2% in medium term), very similar transmission process of inflation shocks and also of the measures of ECB, as well as high correlation of inflation rates (and business cycles). Such a situation would ease the management of the common monetary policy, while the needs of member countries would be very similar. Thus they would require the same or a very similar response of monetary policy to changes in economic environment and goals. If in opposite case, there are significant and persistent inflation differentials or if member countries are faced with asymmetric shocks, that might affect them differently. That would cause problems with synchronization of inflation, income and unemployment, and thus would require different response of monetary policy. In monetary union, the room for maneuver for economic policy interventions is pretty cramped, since countries do not have independent monetary policy- interest rate and exchange rate policy, and there are rules related to the management of fiscal policy. And although only one of the Maastricht criteria focuses explicitly on inflation rates, other criteria are linked to it directly or indirectly via inflation expectations.

We will first analyze the characteristics of inflation processes in 7 new member countries, using relevant statistical indicators. Then we will focus on indicators of sigma convergence to understand if dispersion of inflation rates has decreased. We will also conduct unit root test to statistically check the significance of convergence process. At the end we will analyze autocorrelation coefficients of inflation rates to understand

the persistence of inflation in the observed countries. Persistence of inflation shows- when a country is hit by an inflation shock, how long it takes for the effect of that shock to fade. Reduced persistence means that it takes less time for that shock to fade out. Longer persistence means that a shock in the given time period will influence future inflation rates in a longer period. If autocorrelation coefficients differ significantly that means that the observed countries have different inflation transmission mechanism, which complicates the management of the common monetary policy. All this will help us to answer the question whether inflation processes in new member countries are getting more similar, linked to inflation in EMU and if there was a convergence of inflation. Our analysis covers the period from January 1997 to March 2022 for which we have monthly data from ECB. The observed countries became members in different time periods, so it is possible for each country to identify two subperiods- before and after the accession, to understand the influence of expectations and preparations for becoming a member and the influence of being a member of monetary union on the process of inflation convergence.

Characteristics of inflation processes in new member states

New EMU member countries had very diverse inflation rates since 1997, especially at the beginning of this period, as could be observed from Figure 1. Some of them had inflation rates even higher than 15% (like Latvia and Slovakia). Since 2009 the dispersion of inflation rates significantly decreased, and they became mutually much closer and also closer to average levels in EMU. That shows the significant success of monetary stabilization reforms which were the part of transition process but also reforms conducted in the process of preparations for EMU membership, as well as financial and debt crisis. However, we cannot say that their inflation rates tend to be stable, since variability seems quite high. Also, events since the mid of 2021- covid-19 crisis, anti-covid measures and sanctions to Russia brought a very massive rise in inflation rates in majority of those countries, and EMU as well.

Figure 1: Inflation rates in new member countries, January 1997- March 2022

Source: ECB, Statistical Data Warehouse

The analysis of statistical indicators of inflation in new member states will give us a deeper insight into characteristics of their inflation processes. Mean and median inflation rates, as well as standard deviations and coefficient of variations of inflation rates in new EMU member countries are presented in Table 1. For each country statistics is given in two columns: the first column presents statistics for the whole observed period (since 1997) and the second column gives statistics for the period that begins with their accession year.

Table 1: Descriptive statistics of inflation in new member countries

	Mean		Median		Maximum		Minimum		Standard deviation		Coefficient of variations, %	
	1997-2022	Since entry	1997-2022	Since entry	1997-2022	Since entry	1997-2022	Since entry	1997-2022	Since entry	1997-2022	Since entry
EMU	1.7		1.8		7.5		-0.6		1.1		62.8	
Sloveni	3.5	1.8	2.5	1.8	10.0	7.0	-1.4	-1.4	3.0	1.9	86.5	285.7
Cyprus	1.8	1.1	1.8	0.8	6.4	6.2	-2.9	-2.9	2.0	2.1	114.4	485.2
Malta	2.1	1.8	2.0	1.3	5.7	5.7	-1.1	-0.5	1.3	1.3	61	220.3
Slovakia	3.9	1.8	3.2	1.7	16.8	9.5	-0.9	-0.9	3.5	1.8	89.8	299.8
Estonia	3.9	2.7	3.7	2.9	14.8	14.8	-2.1	-1.8	3.2	2.7	82	219.7
Latvia	3.7	1.8	2.9	1.8	17.7	11.2	-4.3	-1.1	3.9	2.2	104.8	356.4
Lithuan	3.0	2.4	2.4	2.0	15.6	15.6	-1.9	-1.5	3.4	3.1	112.4	317.4

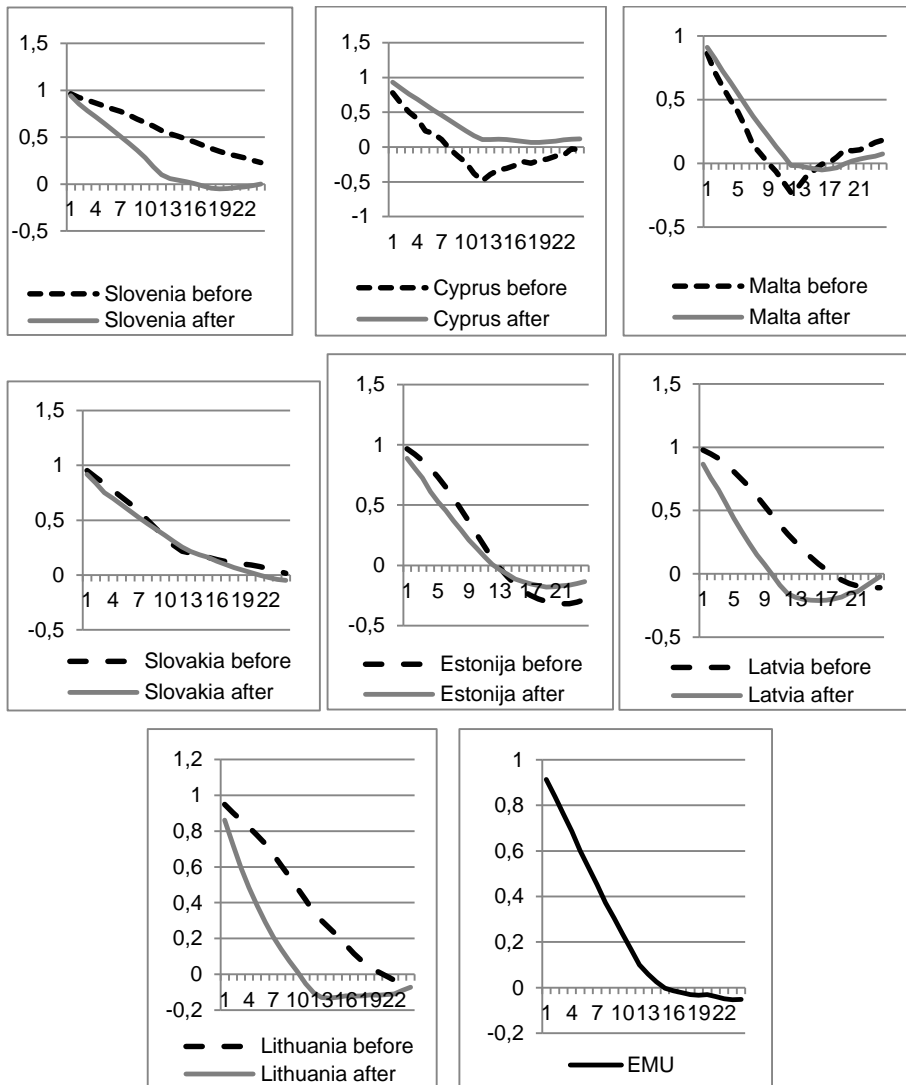
Source: Author's calculation based on data from ECB, Statistical Data Warehouse

Only Cyprus had average inflation rate in line with the average inflation in EMU since 1997. However, its mean inflation in the period since it became a member is much lower, i.e. only 1.1% due to the debt crisis. Slovenia, Malta, Slovakia and Latvia had mean inflation rates in the period since their accession also very close to the average inflation in EMU. In the period prior to their joining the monetary union, their inflation rates were quite above the Eurozone level, which shows significant improvements in monetary stability. Estonia and Lithuania struggled with significantly higher inflation since accession, while in Cyprus the average inflation was very low in comparison to the EMU average. Slovenia, Slovakia and Latvia have the same or very similar median inflation like in the Eurozone, but median inflation since accession gives a bit different information for Malta. It is significantly smaller, which means that Malta had higher inflation rates in the period prior to its accession, and after 2008 inflation was below the EMU level. Deviations of inflation rates from both sides are not desirable, since that means departure from the Eurozone level. The last four columns in Table 1 indicate sizeable dispersion of inflation rates. While the maximum level for Eurozone is 7.5% (in March 2022), in Lithuania it is 15.6%, 14.8% in Estonia and “only” 5.7% in Malta. However, in Slovenia, Slovakia and Latvia, maximal inflation rates were reached in the period preceding the monetary union. The data on minimum inflation show that the observed countries faced serious deflation in the period after 2008 crisis, only Malta had worse deflation in the period before the accession. Probably the debt of deflation would not be so severe if those countries were not the members of the monetary union and had their independent monetary policy, exchange rate and interest rate policy. So, partially, that was the price of membership. Indicators of dispersion, standard deviation and coefficient of variations in the observed countries are significantly above the relevant EMU indicators, showing larger variability of inflation rates in new member countries than EMU average.

In Figure 2 we presented autocorrelation coefficients for new EMU members. Data enable the analysis of the inflation persistence since 1997, as well as the influence of the common monetary policy on it. For each country we calculated autocorrelation coefficients for 2 periods. The first one is a longer period- since 1997, and the second is the period after their accession in the monetary union. For Slovenia, Lithuania and Latvia the common monetary policy brought a significant reduction in inflation persistence, for Malta that reduction was very small, for Slovakia and Estonia there are no differences in inflation persistence, while for Cyprus

inflation persistence rose. This might also suggest that the common monetary policy did not suit some countries.

Figure 2: Autocorrelation coefficients of new EMU member countries' inflation rates- before and after joining EMU

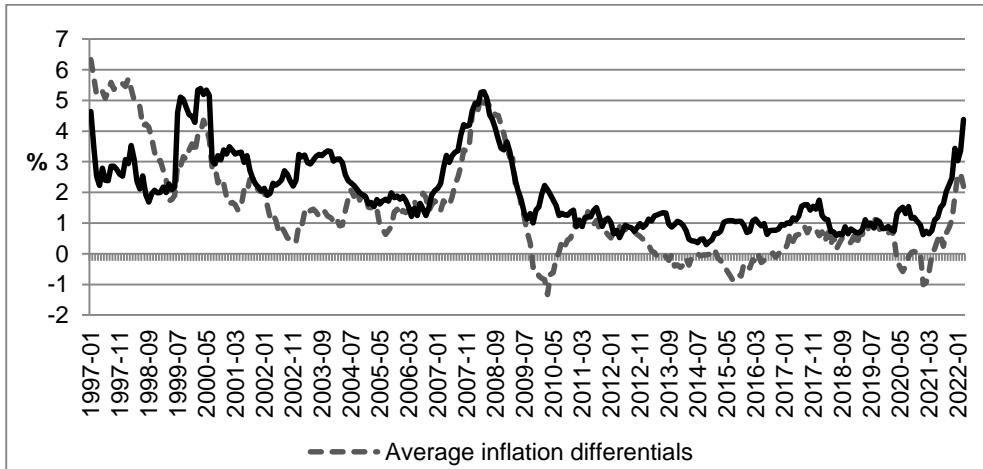


Source: Author's calculation based on data from ECB, Statistical Data Warehouse

Convergence of inflation rates of new member states- Unit root test

Average inflation differentials and standard deviations of inflation differentials, for the period since 1997 until March 2022, are presented in Figure 3:

Figure 3: *Inflation differentials and their standard deviations in new member countries*



Source: Author's calculation based on the data from ECB, Statistical Data Warehouse

The average inflation differentials had a diminishing trend in the first five years. However the dispersion of inflation rates described by standard deviations of inflation differentials was not reduced. In 2007 and 2008 the differences even rose, but in 2009 they started to decrease. At the end of 2009 and the first half of 2010, inflation differentials were even negative, which confirms that observed countries were seriously hit by financial and debt crisis and suffered from deflation. The average inflation differentials were negative also during 2013, 2015, 2020 and 2021, which shows that new members had, in several periods, inflation significantly lower than EMU average. During 2010s the dispersion of inflation rates, measured by standard deviations, was much lower than in the previous decade, indicating some positive results in terms of inflation convergence. Unfortunately, the Covid-19 crisis and related measures, the Ukraine war,

and sanctions to Russia brought a rise in the dispersion of inflation rates among the observed group of countries again.

To test the hypothesis that the environment of monetary union, common currency and monetary policy facilitated the convergence of the inflation rates of new member countries towards the EMU rate, we analyzed the stationarity property of inflation differentials. We conducted Unit root test on the series of standard deviations of inflation differentials for new Eurozone member countries. We used annual inflation rates data, based on monthly HICP (harmonized index of consumer prices) from ECB Statistical data warehouse database. This measure shows the inflation rate for country i and time period t :

$$\pi_{i,t} = \ln(\text{HICP}_{i,t}) - \ln(\text{HICP})_{i,t-12} \quad (1)$$

$\ln(\text{HICP}_{i,t})$ is the natural logarithm of the price level (measured by HICP) of country i and in time period t (inflation rate for the current month), while $\ln(\text{HICP})_{i,t-12}$ is the natural logarithm of the price level of country i one year ago (inflation rate for the same month one year ago). A series of inflation differentials is obtained as the difference of inflation rate in a country i and time period t ($\pi_{i,t}$) and HICP for Eurozone as a whole in time period t (π_t^{EMU}):

$$d_{i,t} = \pi_{i,t} - \pi_t^{\text{EMU}} \quad (2)$$

Finally, we calculated standard deviations of inflation differentials for each period as:

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2} \quad (3)$$

$$\sigma^2 = \frac{\sum (d_{i,t} - \mu_{dt})^2}{N} = \frac{\sum \left[(\pi_{i,t} - \pi_t^{\text{EMU}}) - \frac{\sum (\pi_{i,t} - \pi_t^{\text{EMU}})}{7} \right]^2}{7} \quad (4)$$

Where μ_{dt} presents average inflation differential for the period t . N is the number of countries in our population.

We conducted analysis for two periods. The first one covers data from January 1997 until March 2022. The longer period was observed with a goal to capture the effects of reforms and preparations for the monetary union on inflation rates and their convergence. The second period covers data from January 2008 until March 2022, when the first countries from the observed group already joined Eurozone. Analyzing those two periods separately helps to understand whether convergence of inflation rates indeed occurred before those countries joined Eurozone, as the Maastricht criteria required, and if there was convergence process-whether it was sustainable in later stages. If there was a convergence of inflation rates in this group of countries towards the EMU level, inflation differentials and their standard deviations would have a diminishing trend, and they would tend to zero. In that case our series of standard deviations of inflation differentials would be stationary, and inflation differentials would not be persistent. That would mean that they have converged to an equilibrium level and any shock that causes departure from equilibrium would fade out in a relatively short period of time. Nonstationary series do not have constant mean and finite variance, so shocks lead to further departure of inflation rates. So if the analysis shows that there is a unit root in the series of standard deviations of inflation differentials, we cannot say that there was a statistically significant process of convergence of inflation rates towards the EMU average levels. Thus the observed group of countries does not tend to form a more homogenous group.

We conducted unit root tests both with and without intercept. Test without intercept tests for absolute convergence. Using the test with intercept might result in false acceptance of null hypothesis of no convergence (Buseti et al. 2007). Unit root test could be also conducted for each country- on the series of their individual inflation differentials to find out whether a particular country tends to be more in line with Eurozone average, and which countries tend to be outliers. Results of unit root tests are presented in the Table 2.

Table 2: ADF test of standard deviations of inflation differentials

		January 1997- March 2022			
		Without intercept		With intercept	
		t-Statistic	Prob.	t-Statistic	Prob.
Augmented Dickey-Fuller test statistic		-1.30063	0.1785	-2.441811	0.1312
Test critical values:	1% level	-2.572642		-3.451847	
	5% level	-1.941877		-2.870899	
	10% level	-1.615997		-2.571828	
		January 2008- March2022			
		Without intercept		With intercept	
		t-Statistic	Prob.	t-Statistic	Prob.
Augmented Dickey-Fuller test statistic		0.920215	0.9043	0.194747	0.9716
Test critical values:	1% level	-2.578636		-3.46898	
	5% level	-1.942710		-2.878413	
	10% level	-1.615460		-2.575844	

Source: Author's calculation based on data from ECB, Statistical Data Warehouse

The obtained results show that there is a unit root in the series of standard deviations of inflation differentials in both periods and also when testing with or without intercept. The conclusion was made based on Augmented Dickey-Fuller test. It tests null hypothesis that a given time series has a unit root. According the test without intercept (so test of absolute convergence) for the longer period (from January 1997 until March 2022), ADF τ statistics was found to be equal to -1.3, which is above critical value τ^k (-1.94) at 5% confidence level. Probability of rejecting the correct null hypothesis is 0.18, which is high. So, we cannot reject the null hypothesis that the series of standard deviations has unit root. Conclusion is the same when we conduct the test with the intercept, ADF τ_μ statistics is -2.44, which is higher than critical value τ^k (-2.87) at 5% confidence level.

In the period from January 2008 until March 2022, ADF τ statistics (without intercept) was found to be equal to 0.92 which is larger than critical value τ^k of -1.94 at 5% confidence level, and $p=0.9$. Thus, we cannot reject the null hypothesis that the series has unit root also for the period since the crisis emerged. When testing with intercept, for the same period, ADF τ_μ statistics is 0.195, which is larger than critical value τ^k of -2.87 at 5% confidence level, and probability of rejecting correct null hypothesis is high ($p=0.9713$).

Thus, although the observed countries made significant progress towards higher monetary stability, the convergence of inflation rates in new EMU member countries was not statistically confirmed. This might suggest that some of the observed countries maybe were not sufficiently prepared for the common currency and the monetary union, while they do not have sufficient level of similarity of their inflation processes with old members. Of course this analysis must be supported with the analysis of other relevant indicators of convergence and macroeconomic data. The rise of inflation that started in 2021 brought an even higher dispersion of inflation rates.

CONCLUSIONS

A country must achieve a sufficient level of economic performances convergence to enjoy benefits of membership in the monetary union. ECB manages common monetary policy which cannot be adjusted to target the specific needs of individual countries. It is very important that a country has inflation in line with the average rate (which is the target for ECB). For countries with above-average inflation, the ECB main interest rate will be too low, they will have lower real interest rates which will facilitate demand and a new investment cycle, leading to an even higher inflation rate and real divergence. For countries with below-average inflation, the main rate will be too high. That would depress demand and further lower the inflation. Thus, both countries will departure further from the average. Also, if transmission of shocks to inflation differs significantly, that would require different responses of ECB monetary policy. A special problem is the lack of synchronization of business cycles, which means that the common monetary policy will not be appropriate for all members. Also countries with higher inflation will lose their competitiveness, which will lead to a current account deficit and increased indebtedness.

We focused on new EMU member countries to understand if they managed to “fit in” and also check whether macroeconomic reforms during transition process and preparation for EMU membership have enabled a higher level of inflation convergence. We found significant variability of inflation rates among them and also compared them to the EMU average. Some of them suffered serious deflation, while some were faced with significantly higher than average inflation. Although new members made significant progress in monetary stability, decreasing previously very high inflation rates, unit root test indicated that sufficient level of convergence

was not reached. Obviously, they do not have a sufficient level of homogeneity of their inflation processes with the old members. That has also been a challenge for ECB since the second half of 2021 when inflation has been rising, reaching unprecedented levels. So, financial crisis, Covid-19 measures, war in Ukraine, and sanctions to Russia posed impressive challenges to the ECB monetary policy. Inflation heterogeneity is rising, while the countries are differently exposed to risks of rising prices of energy and food and the transmission of shocks to inflation is different. We have to question whether some of those countries had been adequately prepared for joining the monetary union. This issue is relevant for further enlargement of the European monetary union. Is the enlargement of a suboptimal monetary union justifiable, if it brings larger adjustment costs?

REFERENCES

1. Anna, B., Enderlein, H., Fritz-Vannahme, J. (2015). *What kind of convergence does the euro area need?*, Bertelsmann Stiftung and the Jacques Delors Institut – Berlin, Retrieved from: https://www.hertie-school.org/fileadmin/user_upload/Convergence-Study-Final.pdf, (December 20, 2022)
2. Bošković, O., Popović, S., Njegovan, N. (2013). Convergence Process in EMU 12, *Ekonomске teme*, 51(2), 235-250
3. Broz, V., Kocenda, E., (2017), Dynamics and Factors of Inflation Convergence in the European Union, *IES Working Paper: 24/2017* Institute of Economic Studies, Faculty of Social Sciences, Charles University in Prague, Retrieved from: <https://ies.fsv.cuni.cz/default/file/download/id/31646> (April 19, 2022)
4. Busetti, F., Forni, L., Harvey, A., Venditti, F., (2007), Inflation Convergence and Divergence Within the European Monetary Union, *International Journal of Central Banking*, June, 3, 2, Retrieved from: <https://www.ijcb.org/journal/ijcb07q2a4.pdf> (April 18, 2022)
5. ECB, *Statistical Data Warehouse*, Retrieved from: https://sdw.ecb.europa.eu/quickview.do?SERIES_KEY=122.ICP.M.U.2.N.000000.4.ANR (April 4, 2022)
6. Estrada, A., Gali J., and Lopez-Salido, D. (2013). Patterns of Convergence and Divergence in the Euro Area, *IMF Economic*

- Review*, 61(4), International Monetary Fund, Retrieved from: <https://crei.cat/wp-content/uploads/users/pages/egl2013imfer.pdf> (April 19, 2022)
7. Franks, J., Barkbu, B., Blavy, R., Oman, W., Schoelermann, H. (2018). Economic Convergence in the Euro Area: Coming Together or Drifting Apart?, *IMF Working Paper*, WP/18/10, Retrieved from: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2018/01/23/Economic-Convergence-in-the-Euro-Area-Coming-Together-or-Drifting-Apart-45575> (April 19, 2022)
 8. Karanasos, M., Koutroumpis, P., Karavias, Y., Kartsaklas, A., Arakelian, V., (2016), Inflation Convergence in the EMU, *Journal of Empirical Finance* 39 (2016) 241-253, Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jempfin.2016.07.004> (April 18, 2022)
 9. Popović, S. (2013). *Monetarna politika Evropske centralne banke i njene posledice na proces konvergencije*, Doktorska disertacija Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd
 10. Regling, K., Deroose, S., Felke, R., Kutos, P., (2010), The Euro After Its First Decade: Weathering the Financial Storm and Enlarging the Euro Area, *ADB Working Paper Series*, No.205, Tokyo: Asian Development Bank Institute. Retrieved from: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/156060/adbi-wp205.pdf> (April 19, 2022)
 11. Rutjes, B., (2019), *Absolute Inflation Convergence in the Euro Area*, Master Thesis, Faculty of Economics and Business, University of Groningen, Retrieved from: https://feb.studenttheses.ub.rug.nl/22802/1/Final_thesis.pdf (April 19, 2022)
 12. Warthmann, M., Stahl, M. (2016). One Size Fits Some: a Reassessment of EMU's Core-periphery Framework, *Journal of Economic Integration*, 31, 2, 377-413, Retrieved from: https://www.e-jei.org/upload/JEI_31_2_377_413_2013600101.pdf (Decembar 20, 2021)

KONVERGENCIJA INFLACIJE U NOVIM EMU ČLANICAMA

Svetlana Popović

Sažetak: *Evropska centralna banka je odgovorna za zajedničku monetarnu politiku 19 zemalja koje su geografski i ekonomski veoma heterogene. Pitanje je da li svima odgovara zajednička monetarna politika. Fokus ovog rada stavljen je na zemlje koje su pristupile Monetarnoj uniji od 2007 (nove članice), da bi se razumelo da li su one uspele da se uklope u okruženje monetarne unije. Te zemlje su ostvarile impresivan napredak na planu makroekonomske stabilizacije i stabilnosti cena, ali da li je to dovoljno da uživaju neto koristi od članstva u EMU? Nakon analize statističkih karakteristika njihovih inflatornih procesa od 1997. godine (prosečna inflacija i medijana, standardna devijacija i koeficijent varijacije), analizirano je da li se njihove stope inflacije približavaju prosečnoj stopi inflacije EMU i da li teže da formiraju homogeniju grupu. Sproveden je test jediničnog korena da bi se statistički testirala značajnost procesa konvergencije i analizirali koeficijenti autokorelacije I stopa inflacije da bi se procenio uticaj zajedničke monetarne politike na postojanost inflacije. Dobijeni rezultati nisu statistički potvrdili prisustvo apsolutne konvergencije stopa inflacije u grupi novih članica EMU.*

Ključne reči: *konvergencija inflacije, Evropska monetarna unija, inflatorni procesi, nove EMU članice, upornost inflacije.*

PREGLEDNI RADOVI

UTICAJ KORUPCIJE U JAVNOM SEKTORU NA MIKROEKONOMSKE SUBJEKTE U ZEMLJAMA U RAZVOJU

Obućinski Dejan¹

Brkić Ivana²

Mitrić Vidoje³

Sažetak: Rad analizira uticaj korupcije u javnom sektoru na mikroekonomske subjekte u zemljama u razvoju. Rad definiše pojmove mita i korupcije, a pored zakonskog konteksta, generiše i stavove autora stručne literature iz tog domena. Preispituju se stanja i efekti korupcije na poslovanje mikroekonomskih subjekata u zemljama u razvoju. Na osnovu analizirane literature i sinteze prikupljenih podataka, koncipira se mišljenje i daju se konstruktivni predlozi mogućih alternativnih odgovora na takav kritičan faktor. Kao zaključak izvlačimo da korupcija povlači sa sobom potrebu adekvatnog odgovora državne politike koja bi se zasnivala na rigoroznoj sudskoj praksi, kao i marketinškoj kampanji u izgradnji javne svesti zarad sprečavanja takvog destruktivnog faktora na funkcionisanje mikroekonomskih subjekata u zemljama u razvoju.

Ključne reči: mikroekonomija / korupcija / upravljanje / zemlje u razvoju.

¹ Beogradska akademija poslovnih i umetničkih strukovnih studija, Kraljice Marije 73, 11000 Beograd, e-mail: dejan.obucinski@bpa.edu.rs

² Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Cvećarska 2, 21000 Novi Sad, e-mail: ivana.j.milosevic@fimek.edu.rs

³ e-mail: vidoje.mitric@gmail.com

UVOD

Mikroekonomski subjekti predstavljaju osnovni privredni faktor zemalja u razvoju. Ipak, korupcija u javnom sektoru kao i zloupotreba položaja zaposlenih, kako na položaju službenika javnih nabavki, tako i uopšte, rukovodećeg nivoa, čini njihov značajan kamen spoticanja.

Prema Zakonu o sprečavanju korupcije Republike Srbije⁴, „korupcija” je odnos koji nastaje korišćenjem službenog ili društvenog položaja ili uticaja radi sticanja nedozvoljene koristi za sebe ili drugoga. Takva činjenica predstavlja opasnost kako za mikro, tako i za makronivo ekonomija zemalja u razvoju. Navedeno kršenje zakona korišćenjem javnih službi obuhvata mito, iznudu i korupciju u funkciji lične ili eksterno grupne koristi. Na taj način se negativno utiče na konkurentnost i razvoj privrednih subjekata sa jedne strane kao i na ekonomski rast i razvoj privrede, u ovom slučaju, zemalja u razvoju.

Šagi i Šuvakov (2004) navode da pojam mikroekonomski subjekti obuhvataju kupce i prodavce dok Pindyck i Rubinfeld (2005) navode da tu celinu obuhvataju preduzeća, domaćinstva i vlada. U svakom slučaju prepoznaju se proizvođači i potrošači kojim se zatvara krug i formira celina – privreda. U ovom radu, držaćemo se strukture u kojoj su javni sektor i mikroekonomske subjekti odvojene celine sa uzročno posledičnim odnosom.

Zemlje u razvoju su definisane na osnovu njihovog bruto nacionalnog dohotka (BND) po glavi stanovnika godišnje, izračunatog metodom Atlas Svetske banke (oktobar 2021).⁵ Uglavnom, zemlje u razvoju predstavljaju države koje su na niskom ekonomskom, političkom i socijalnom razvojnom nivou u odnosu na ostatak sveta. Godine 1964. u okviru Ujedinjenih nacija formirana je Grupa 77⁶ zemalja u razvoju.

Analizom investiciono interesnih sfera države pogođene navedenim problemima, eliminišu se potencijalne strane investicije. Ipak, kako se eliminiše deo stranih investicija, deo njih prihvata takva pravila kao

⁴ Više o tome na:

<http://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/skupstina/zakon/2019/35/3/reg>

⁵ Više o tome na: <https://www.isi-web.org/resources/developing-countries>

⁶ Više o tome na: <https://www.g77.org/>

potencijalnu šansu lakšeg dolaska do cilja i preskakanja administrativnih kočnica, koja u većini slučajeva utiču na dužinu svih procesa, a time i na povraćaj uloženog kapitala.

Iz navedenih činjenica, mogu se prepoznati i potvrditi negativni efekti na mikro i makronivou privrede zemalja u razvoju. Takođe, ovakva realnost direktno utiče na stopu nezaposlenosti, povećanjem udela nezaposlenih u kontingentu stanovništva sposobnog za rad (osobe između 16 i 65 godina). Prema tome, takav kontingent radne snage donosi veće troškove od koristi i negativno utiče ne samo na razvoj preduzeća, već i privredu kao celinu.

Sve što je prethodno navedeno predstavlja razlog obrade teme, odnosno želju da se doprinese modeliranju sistema faktora ekonomskog rasta u funkciji razvoja mikroekonomskih subjekata zemalja u razvoju, a oslanjajući se na rešavanje problema vezanih za korupciju.

Rezultati obrade teme imaju potencijal za bolje razumevanje problema i izradu strategije borbe protiv korupcije zemalja u razvoju.

PREGLED LITERATURE

Pojam korupcija je višedimenzionalni fenomen koji obuhvata zloupotrebu vlasti, proneveru javnih resursa, prevaru, mito, dosluh i druge aktivnosti traženja novčane i nenovčane rente usmerene za privatnu dobit (Muzurura, 2019, str. 105).

Korupcija je zloupotreba poverenog ovlašćenja, kršenje pravila i donošenje pogrešnih odluka, a sve u cilju ostvarenja privatne koristi. Najčešće se manifestuje kao rezultat nezakonitih, dobrovoljnih ili nametnutih transakcija sa oštećenim trećim licem (Burguet et al., 2016).

Prema Qian i Strahan (2007), korupcija je efekat neuspeha delovanja formalnih institucija i asimetrije između formalnih i neformalnih institucija. Takav splet okolnosti oživljava mito, iznudu i korupciju što negativno utiče na većinu mikroekonomskih subjekata.

Korupcija na finansijski učinak privrednih subjekata ima negativan uticaj jer smanjuje ostvareni profit, a time i njihov rast. Konstataciju da podmićivanje predstavlja ogroman teret firmama jer slabi njihove sposobnosti rasta potvrdili su Francisco i Pontara (2007).

Ezebilo et al. (2019) zaključuju da je korupcija ili podmićivanje nekih državnih službenika od strane privatnih lica racionalna ekonomska odluka i predstavlja proizvod neuspeha državnih institucija.

Da bi se sistem poslovanja održao, moraju se razvijati strategije obuke u segmentu korupcije, etike i integriteta, odnosno sprečavanja korupcije. Ipak, Williams i Martinez-Perez (2016) su opovrgnuli stav koji se pokušava ovim tekstom izneti, nalazom, da koruptivna praksa povećava prodaju i produktivnost preduzeća u zemljama u razvoju. U ovom slučaju racionalan ekonomski izbor, na kome se zasnivaju strategije svih preduzeća, postaje irelevantan i pored troškovnog opterećenja koje nosi sa sobom proces korupcije.

Već je veliki broj istraživanja pokazao da korupcija značajno smanjuje ukupan priliv stranih direktnih investicija u zemlju zbog efekata na učinak preduzeća (Uhlenbruck et al., 2006).

Kulturne karakteristike koje doprinose korupciji zemalja u razvoju to čine imperativom da je potrebno stvoriti etičku klimu koja bi pozitivno uticala na razmišljanje ljudi (Napal, 2006).

Sa jedne strane, i odražavajući dominantnu moralnu teoretizaciju, mito se shvata kao ometanje performansi firme, a s druge strane, mito se može tumačiti i kao podmazivanje točkova trgovine i na taj način poboljšava učinak firme (Williams et al., 2016).

Korupcija je dugo smatrana kao preovlađujući faktor u kompenzaciji lošeg funkcionisanja javnih institucija. Iz tog razloga se može zaključiti da korupcija predstavlja način da se „podmažu točkovi“ ekonomskog života u zemljama koje karakteriše spora i pogubna birokratija (Morcillo, 2019).

Sharma i Mitra (2015) smatraju da mito deluje kao porez na profitabilnost firmi i daje podsticaj za neefikasnost, dok sa druge strane, čini im se da podmićivanje ima pozitivan efekat na izvozni učinak firme. Autori su dokazima pružili podršku za obe hipoteze i otkrili da će firme koje izbegavaju porez verovatno plaćati više mita državnim službenicima.

U praksi, činjenice sugerišu na zaključak da troškovi efikasnosti korupcije mogu biti prilično visoki, jer korupcija može povećati marginalne poreske stope firmi, smanjiti poslovnu aktivnost, povećati granične troškove javnih sredstava, učiniti određene vladine projekte ekonomski neodrživim

i poništiti sposobnost vlade da ispravi eksterne efekte, što dovodi do neefikasnih ishoda (Olken i Pande, 2012).

Prema Shaheer et al. (2019) u pogoršanom institucionalnom okruženju, postoji fenomen davanja mita od strane državnih preduzeća koji se ogleda u traženju rente od strane menadžera čime se beskorisno troše nacionalni resursi, ugrožavajući javno blagostanje i nacionalni prosperitet.

Firme sa vlasnikom koji deluje i kao menadžer (vlasnik-menadžer) će imati veću verovatnoću da se upuste u podmićivanje u poređenju sa onim kolegama koji imaju odvojeno vlasništvo i kontrolu, a takođe, veća verovatnoća je da će vlasnik-menadžer podmititi kada je glavni vlasnik muškarac, a ne žena (Ramdani i Van Witteloostuijn, 2012).

Do zaključka da mito značajno narušava rast preduzeća i da su distorzije ozbiljnije za mlada preduzeća ili preduzeća sa malim prihodima, došli su Seker i Yang (2012). Konkretno, dobijena informacija, da firme koje plaćaju mito prilikom obavljanja poslovnih transakcija – kao što su podnošenje zahteva za dozvole, priključke za struju ili vodu – imaju 24 procenta niži godišnji rast prodaje od firmi koje se ne suočavaju sa takvim zahtevima je bila glavni inicijator takvog zaključka.

Pelizzo et al. (2016) smatraju da je obezbeđivanje ugovora sa državnom ustanovom najznačajnija motivacija za podmićivanje i da sveukupno, sklonost mitu zavisi od veličine firme, kao i od predvidljivosti regulatornog okruženja.

Abed i Davoodi (2000) su zaključili da korupcija u velikoj meri predstavlja simptom osnovnih slabosti javnih politika i institucija, kao i da su rast, inflacija, fiskalni bilans, direktne strane investicije i strukturne reforme faktori koji imaju tendenciju da dominiraju varijablom korupcije.

Jain (2020) je potvrdio da podmićivanje ima značajno negativne efekte na profitabilnost preduzeća i produktivnost rada i da je on jači u državama koje vode desničarske stranke, iako nema značajnog efekta partijske orijentacije na odnos između mita i profitabilnosti, kao i da podmićivanje ima više štetnih efekata na manje i starije firme nego na veće i mlađe.

Najznačajnija ponuda korupcije uvek dolazi od strane države, odnosno od strane državnih službenika ili izabраниh političara, tako da bilo koja uspešna akcija na planu borbe protiv korupcije mora da se zasniva na temeljitoj reformi države i njenih poslova (Begović, 2007).

Evidentno je da postoje propisi i institucije koji regulišu pojavu korupcije u javnom sektoru. Međutim, i pored pravila i zakona, potrebna je društvena kultura i odgovornost.

PREISPITIVANJE STANJA, EFEKATA I PREDLOGA NA TEMU KORUPCIJE

Poslovanje mikroekonomskih subjekata predstavlja značajan izvor prihoda od poreza za Vlade zemalja u razvoju. Naravno, da bi taj izvor bio efektivan, potrebno je da se zadovolji primarni uslov, a to je zaposlenje radnika i obezbeđenje adekvatnih uslova za rad i život. Da bi se ostvario navedeni cilj potrebno je ostvariti nivo konkurentnosti i maksimizirati nivo profitabilnosti poslovanja. Ipak, na kraju, da bi se postiglo sve što je prethodno navedeno, potrebno je minimizirati nivo korupcije državnih službenika kao nivo nepotrebnih troškova i neetičnog protivzakonitog ponašanja. Na ovaj način bi se izbegla degradacija onih privrednih subjekata koji poštuju Kodeks etičkog ponašanja i principe odgovornog poslovanja.

Podsticaj za pridržavanje navedenih pozitivnih principa predstavlja i visina propisanih sankcija. Na taj način očekivanu korist upuštanja u koruptivne aktivnosti prevazilazi očekivana korist poštovanja propisanih zakona i propisa. Takav ekonomski podsticaj, odnosno sankcije utiču da svaki nivo menadžmenta mikroekonomskih subjekata uzme u obzir, pri donošenju odluka, sve efekte bavljenja korupcijom, odnosno davanja mita.

Korupcija, praktično predstavlja glavni faktor raspodele resursa, poslova i profita u neuređenima zemljama u razvoju. Odnosno, korupcija u javnom sektoru predstavlja faktor distorzije poslovanja mikroekonomskih subjekata. Krajnji efekat se ogleda u ekstremnom značenju tj. nerazvijenosti takve privrede, bez ikakvog interesovanja, bilo domaćih ili stranih investicija. Da je to ozbiljan problem na lokalnom, državnom i reflektovanom međunarodnom nivou, govori činjenica osnivanja državnih i međunarodnih organizacija sa direktnim uticajem ili delimičnim, projektnim. Takvi koraci su bili nužnost ili odgovor na stalni pritisak koje su trpele poslovne transakcije dobrog dela privreda. Da je tema značajna i aktuelna govori veliki broj istraživanja same tematike kao i efekata na pojedinačne privredne celine.

Takođe, primenom neetičnog ponašanja, smanjuje se nivo inovativnosti, kao i nivo kvaliteta. Tačnije formira se poslovna strategija bazirana na lakom uklanjanju poslovnih prepreka, a ne njihovom prihvatanju, adaptaciji i na taj način prevazilaženju. Na velike kompanije, korupcija ima manji uticaj dok na mikro, mala i srednja preduzeća, uticaj je izrazito dramatičan.

Podmićivanje predstavlja naziv nelegalnog instrumenta, sa jedne strane iznude novca, a sa druge plaćanje dogovora, odnosno usluge lakšeg dobijanja interesnog cilja. U svakom slučaju, podmićivanje predstavlja degradaciju vladavine prava, u ovom slučaju, država u razvoju.

Na nivou mikroekonomskih subjekata, korupcija, odnosno podmićivanje službenika javnih ustanova, može da dovede do povećanja produktivnosti, prodaje i profitabilnosti ali samo na individualnom nivou. U većini slučajeva, nemoguće je odupreti se poslovnom ambijentu, u ovom slučaju korupciji, tako da je neizbežno davati mito da bi se obezbedio posao. Percepcija korupcije u funkcionisanju javnih preduzeća utiče na to da raste izvoz u slučaju onih koji ne prihvataju kršenje zakona. Na to utiče njihova degradacija, odnosno dodela ugovora onima koji ne zaslužuju, tj. nemaju poslovnog kapaciteta, a pobeđuju na tenderima. Potreban je veći stepen transparentnosti javnih nabavki, a ne favorizovanje po interesnoj, familijarnoj ili partijskoj liniji. Takođe, potrebno je dostizanje višeg nivoa odgovornosti zaposlenih u državnim preduzećima putem formalne politike ustanova po tom pitanju i vladinih uredbi koje to podstiču.

Sa makroekonomskog aspekta, može se zaključiti da korupcija usporava ekonomski rast, a samim tim i razvoj. Sa mikroekonomskog aspekta može se zaključiti da korupcija utiče na dobrobit preduzeća i negativno utiče na dobit preduzeća. Praktično, aktuelizuje se strategija stalnog vaganja, procenjivanja odnosa rizika i potencijalnog profita i odlučivanja da li ulaziti u igru sa korumpiranim državnim službenicima, tražiti drugu alternativu ili izlaziti sa tržišta. Sa globalnog aspekta, može se zaključiti da korupcija rezultira labilnim formalnim institucijama privrede zemalja u razvoju i ukupno predstavlja trošak za državu.

Suočavanjem sa ovakvim državnim uređenjem, stvara se globalno uverenje rukovodioca preduzeća i javnosti uopšte o potrebnoj vrednosti, sa jedne strane i prinudnoj sa druge. Stoga je zadatak Vlade netolerancija bilo kojeg nivoa korupcije i uspostavljanju adekvatnih propisa. Tačnije, obeshrabrivanju i kažnjavanju onih koji ne poštuju zakone i propise,

odnosno promovisanju principa i vrednosti nebavljenja koruptivnim aktivnostima.

Investiciona odluka mikroekonomskih subjekata zasnivaće se na proceni odnosa iznosa mita i potencijalnog profita, a sve u cilju smanjenja neizvesnosti. Sa druge strane, visina iznosa mita zavisice od visine vrednosti državnog službenika. Glavni uticaj na takvu uređenost imaju policijski i sudski sistem kao i politička stabilnost, u ovom slučaju, zemlje u razvoju.

Podmićivanje je našlo plodno tlo na nivoima svih privreda. Učesnici korupcije ne obuhvataju samo domaće privredne subjekte, već i ostale inostrane koji su prepoznali interes na takvom terenu. U svakom slučaju, verovatnoća uspeha podmićivanja je na višem nivou, a takva vrsta ulaganja obećava brz i siguran povraćaj investicija. Opšti je zaključak da je korupcija razvijena i ustaljena na relaciji mikroekonomskih subjekata i državnih službenika privreda u razvoju u značajnom procentu.

Ekonomija korupcije privreda u razvoju direktno je zavisna od tržišne strukture, a obuhvata, pored javnih nabavki, i niz dozvola. Može se pretpostaviti, između ostalog da je broj preduzeća u državnom vlasništvu u pozitivnoj korelaciji sa korupcijom u privredi država u razvoju. Ipak, stav privatnih preduzeća po pitanju podmićivanja, riziku i uspehu je takođe u izraženoj korelaciji sa problemom korupcije.

U sam proces korupcije spadaju i nezvanični pokloni koji doprinose povećanju poslovnog uspeha, odnosno realizaciji interesne sfere. U svakom slučaju potrebno je izraditi analizu uzroka korupcije, odnosno koji su to faktori, njihove relacije, ograničenja i podsticaji u potpisivanju ugovora koji nisu optimalni. Smisao korupcije se zasniva na sporazumu državnog službenika i treće strane za realizaciju određene poslovne aktivnosti odnosno projekta, nabavke potrošnog materijala ili drugih vrednosti.

Uticaj korupcije u javnom sektoru zemalja u razvoju na mikroekonomske subjekte ima sveobuhvatno i kružno dejstvo. Naime, korupcija u javnom sektoru utiče direktno na vladine funkcije što se prenosi na ekonomski rast, utičući paralelno na mikroekonomske subjekte.

Političke odluke zemalja u razvoju, u toj oblasti, moraju biti sa ciljem stavljanja pod kontrolu takvog destruktivnog procesa. Takav stav povlači sa sobom postavljanje i razvijanje institucija u toj sferi, upoznavanje

tržišnih subjekata o njenom postojanju, aktivnostima i efektima uz punu transparentnost. Na ovakav način praktikovanje korupcije će biti minimizovano što je u interesu svih privrednih subjekata, kao i svih država u razvoju.

Da bi se korupcija analizirala, potrebno je istraživati njeno postojanje i učestalost, a to predstavlja delikatno pitanje zbog njene složenosti i dostupnosti podataka. Problem je kompleksan i može mu se prilaziti sa više aspekata i nivoa, zavisno od cilja i potrebe analize. Tačnije, korupcija se uspostavlja ne samo u odnosu na pojedina preduzeća u javnom i privatnom sektoru, već na državnom, a u pojedinim slučajevima i međunarodnom nivou.

Ako bi se oslonili na organizacionu strukturu javnog preduzeća, uvideli bi da podela posla i odgovornosti ide kako po horizontali, tako i po vertikali. Tačnije, delegirane su odgovornosti sa vrha, direktora do administrativnih ili drugih izvršnih radnika. Primećuje se da je moguć problem povratnih informacija, odnosno pojava asimetrije informacija.

Takav prilaz jednom od segmenata problema nije u potpunosti prikladan, ali naznačava problem hijerirahijalne informisanosti. Zloupotrebom delegiranog ovlašćenja, odnosno službenog položaja, a u cilju lične koristi, direktno ili indirektno se utiče, i to, u najvećoj meri negativno, na treća lica, u ovom slučaju, mikroekonomske subjekte zemalja u razvoju.

Saradnja birokrate i predstavnika bilo kog mikroekonomskog subjekta iziskuje potrebu nadgledanja i kontrole. Da bi se tome izašlo u susret, poželjno je postojanje spoljnih agencija ili unutrašnjih radnih mesta čija je dužnost istraživanje tržišta i tržišnih cena. Na taj način dobijale bi se informacije koje bi uticale na balansiranje troškova, odnosno eliminaciju dodatnih troškova u javnom sektoru. Ipak, svi prilazi u manjoj ili većoj meri apstrahuju pojedine faktore, uslove i očekivane rezultate u borbi protiv korupcije.

Podsticaj za saradnju prilikom sprovođenja istrage i hvatanja u nelegalnom vršenju delatnosti ogleda se u povlačenju, odnosno izuzimanju kazne za onu stranu koja saraduje. Svakako da su moguće situacije dvostruke igre koja se sastoji u podmićivanju, a zatim prijavljivanju, a sve u cilju povraćaja uloženog novca. Takva činjenica negativno utiče na korupciju ali potencijalno i na rad državnih službenika ističući svim mikroekonomskim subjektima nepoželjan kontekst birokratije koji se ogleda u vremenskoj dužini borbe sa papirologijom i dozvolama. Nemogućnost ili otežavanje

dobijanja licence ili dozvole za poslovni subjekat predstavlja neplanirani i otežavajući faktor, kako u finansijskom pogledu, tako i u vremenskom ili drugom pogledu. Iz tog razloga menadžeri preduzeća, u ovom slučaju, država u razvoju, mogu uvek da ukalkulišu korupciju u javnom sektoru i time umanje potencijalni poslovni neuspeh.

Interventna politika inspekcije državnih organa može uticati da se sa takvim nezakonitim delovanjem izađe na kraj. Navedena politika nameće potrebe finansiranja istog što se da rešiti nametanjem poreza. Oslanjajući se na ograničenost resursa i model granice proizvodnih mogućnosti, kao dve varijable mogu se uzeti proizvodnja i birokratija. Iz tog razloga, potrebno je voditi računa o njihovom projektovanom odnosu. Razlog uzimanja birokrata kao varijable je upravo njihova izražena verovatnoća praktikovanja primanja mita.

Može se zaključiti da birokratija nosi trošak sa sobom u svakom pogledu, regularnom i neregularnom. U svakom slučaju, veća birokratija sa sobom povlači veću korupciju. I pored odgovarajuće plate, činovnici su podložni navedenoj negativnoj praksi. Da bi se umanjila takva mogućnost, potrebno je da je plata državnih službenika bude što veća. Ipak, veća plata povlači sa sobom i veći javni dug države u razvoju. Sa druge strane, logički gledano, birokratija koju karakteriše veća plata dovodi do nižih troškova korupcije. Ipak, činjenica je da alternativa, velika birokratija sa visokim platama nije pametno rešenje i da je ne treba, ni pod razno, uzimati u obzir. Opet, vraćajući se odnosu mikroekonomskih subjekata i javnog sektora, možemo videti podudarnost verovatnoće nepoštenja birokrate, sa jedne strane i menadžera sa druge.

Struktura tržišta je takođe izuzetno važav faktor za pojavu korupcije. Naime, konkurentna tržišta su sa najmanjom verovatnoćom pojave i egzistencije takve prakse. Kako korupcija oduvek postoji na mikro – poslovnom nivou, sve je veći broj primera da doseže do najvišeg državnog nivoa, Vlade. Normalno, reč je o velikim kompanijama, u pojedinim slučajevima i multinacionalnog nivoa. Stoga, važna tačka prilaska problemu je „sa kog nivoa posmatramo problem”. U svakom slučaju, različiti nivoi korupcije utiču i na formiranje različite strategije poslovnih subjekata.

Podmićivanje, u većini slučajeva, ubrzava realizaciju i postizanje poslovnih ciljeva ali ipak smanjuje ekonomski učinak preduzeća, kako privatnog, još više javnog sektora.

Mikro, mala i srednja preduzeća čine žilu kucavicu većine privreda u razvoju, ali zato više trpe teret korupcije od preostalih, velikih preduzeća. Uglavnom, možemo pretpostaviti da korupcija značajno više utiče na mikro, mala i srednja preduzeća u odnosu na velika. Razlog je taj što procenat koji daju kao mito zahvata veći deo godišnjeg prihoda u odnosu na prihod velikih.

Na koji način iskoreniti korupciju i uticaj korupcije u javnom sektoru na mikroekonomske subjekte zemalja u razvoju ostaje otvoreno pitanje. Nezakonita priroda koruptivnih sporazuma iziskuje državnu i javnu intervenciju. Jedan od koraka država u razvoju predstavlja smanjenje birokratije kao plodnog tla korupcije. Takođe, jedna od karata donošenja odluke i sporazuma jeste višeslojno i višekriterijumsko odlučivanje. Učestvovanjem više slojeva hijerarhije organizacione strukture preduzeća u javnom sektoru, jedan je od poteza koji značajno doprinosi krajnjem rešenju problema. Na taj način bi se uredilo sekvencijalni pristup, odnosno redosled odluka koji bi umanjio, odnosno izuzeo mogućnost podmićivanja. Još jedna od značajnih alternativa jeste rotacija radnih mesta što bi znatno doprinelo strategiji nulte tolerancije praktikovanja korupcije.

Korupcija i njen uticaj u javnom sektoru na mikroekonomske subjekte zemalja u razvoju se ne sme generalizovati, već rešavati pojedinačnim prilazom. Potrebno je istražiti sklonost predstavnika mikroekonomskih subjekata praksi podmićivanja sa jedne strane, ali i otpor prihvatanju istog. Takođe isti prilaz treba da se sprovede na nivou javnog sektora. Dobijanjem rezultata potrebno je izvršiti njihovu komparaciju, što bi omogućilo zaključak za koju stranu se prvenstveno mora formulisati strategija.

ZAKLJUČAK

Obrada uticaja korupcije u javnom sektoru na mikroekonomske subjekte zemalja u razvoju doprinosi literaturi na više nivoa i načina. Prvenstveno zato što integriše mikro, makro i institucionalnu ekonomiju u još uvek otvorenoj oblasti koja je do sada, u velikoj meri pokazala izraženu kritičnost.

Širok prilaz tematici je bio sa ciljem dubljeg razumevanja problema i na taj način dopunjuje ekonomski prilaz pravno etičkim normama.

Institucionalni aspekt je u ovom slučaju izrazito važan zbog uviđanja kapaciteta, odnosno definisanja privrede zemalja u razvoju, da li je zrela, nedovoljno zrela ili kvazizrela u prihvatanju ciljeva i načela obrađivane teme.

Naznačena je važnost društvene kulture i odgovornosti u poštovanju zakona odnosno, privrednih i individualnih subjekata. Time je pružen uvid u primarne faktore neželjenih okolnosti, privrednog uređenja i naravno, na taj način, mogućnosti izlaska u susret privredi u razvoju.

Sa društvenog aspekta, uticaj korupcije u javnom sektoru na mikroekonomske subjekte zemalja u razvoju predstavlja kompleksnu, zabrinjavajuću pojavu po svim aspektima. Takvo uređenje države sa jedne strane i strategije poslovanja mikroekonomskih subjekata, sa druge strane, dovode do monopolizovanja tržišta i negativnog uticaja na ekonomski učinak većine mikroekonomskih subjekata. Na taj način, negativan uticaj se prenosi na potražnju za radnom snagom kao i ekonomski rast privreda zemalja u razvoju.

Može se zaključiti da korupcija predstavlja kompleksan problem i predstavlja opozit konkurentnosti.

Zaključak povlači sa sobom potrebu multidisciplinarnog pristupa rešavanju problema. Takav pristup se bazira na ekonomskom, kao primarnom, pravnom i socijalnom, što znači, potpunom pristupu rešavanja. Sintezom sva tri pristupa omogućuje se višestruka pokrivenost korupcije kao društvenog problema.

Ipak, privrede pogođene sa već prilično obrađenom, a kritičnom pojavom, korupcijom, imaju pred sobom težak i dugotrajan proces borbe i uvođenja promena.

LITERATURA

1. Abed, G. T., & Davoodi, H. R. (2000). Corruption, structural reforms, and economic performance in the transition economies. *In Governance, Corruption, and Economic Performance*. International Monetary Fund.
2. Begović, B. (2007). *Ekonomska analiza korupcije*. Centar za liberalno-demokratske studije.

3. Burguet, R., Ganuza, J. J., & Garcia Montalvo, J. (2016). The microeconomics of corruption. a review of thirty years of research. Barcelona GSE Working Paper Series Working Paper n° 908.
4. Ezebilo, E. E., Odhuno, F., & Kavan, P. (2019). The perceived impact of public sector corruption on economic performance of micro, small, and medium enterprises in a developing country. *Economies*, 7(3), 89.
5. Francisco, M., & Pontara, N. (2007). Does corruption impact on firms' ability to conduct business in Mauritania? evidence from investment climate survey data. Evidence from Investment Climate Survey Data (December 1, 2007). *World Bank Policy Research Working Paper*, (4439).
6. Jain, R. (2020). Bribery and firm performance in India: A political economy perspective. *Journal of Asian Economics*, 68, 101181.
7. Morcillo, S. (2019). *Corruption and development: a microeconomic analysis*. Doctoral dissertation, Université Paris sciences et lettres.
8. Muzurura, J. (2019). Causes, dissemination channels, and consequences of corruption in Zimbabwe: Searching for a Kryptonite solution. *Humanities and Social Sciences Letters*, 7(2), 105-122.
9. Napal, G. (2006). An assessment of the ethical dimensions that impact on corruption. *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*.
10. Olken, B. A., & Pande, R. (2012). Corruption in developing countries. *Annu. Rev. Econ.*, 4(1), 479-509.
11. Pelizzo, R., Araral, E., Pak, A., & Xun, W. (2016). Determinants of bribery: Theory and evidence from Sub-Saharan Africa. *African Development Review*, 28(2), 229-240.
12. Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L. (2005). *Mikroekonomija*. Peto izdanje. Zagreb: Mate d.o.o
13. Qian, J., & Strahan, P. E. (2007). How laws and institutions shape financial contracts: The case of bank loans. *The Journal of Finance*, 62(6), 2803-2834.
14. Ramdani, D., & Van Witteloostuijn, A. (2012). The shareholder-manager relationship and its impact on the likelihood of firm bribery. *Journal of Business Ethics*, 108(4), 495-507.
15. Seker, M., & Yang, J. S. (2012). How bribery distorts firm growth: Differences by firm attributes. *World Bank Policy Research Working Paper*, (6046).

16. Shaheer, N., Yi, J., Li, S., & Chen, L. (2019). State-owned enterprises as bribe payers: The role of institutional environment. *Journal of Business Ethics*, 159(1), 221-238.
17. Sharma, C., & Mitra, A. (2015). Corruption, governance and firm performance: Evidence from Indian enterprises. *Journal of Policy Modeling*, 37(5), 835-851.
18. Šagi, A. & Šuvakov, T. (2004). *Mikroekonomija*. Peto izdanje. Subotica: Ekonomski fakultet
19. Uhlenbruck, K., Rodriguez, P., Doh, J., & Eden, L. (2006). The impact of corruption on entry strategy: Evidence from telecommunication projects in emerging economies. *Organization science*, 17(3), 402-414.
20. C. C., & Martinez-Perez, A. (2016). Evaluating the impacts of corruption on firm performance in developing economies: An institutional perspective. *International Journal of Business and Globalisation*, 16(4), 401-422.
21. Williams, C. C., Martinez-Perez, A., & Kedir, A. (2016). Does bribery have a negative impact on firm performance? A firm-level analysis across 132 developing countries. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22 (3). 398-415.

THE IMPACT OF CORRUPTION IN THE PUBLIC SECTOR ON MICROECONOMIC ENTITIES IN DEVELOPING COUNTRIES

Dejan Obućinski

Ivana Brkić

Vidoje Mitrić

Abstract : *The paper analyzes the impact of corruption in the public sector on microeconomic entities in developing countries. The work defines the concepts of bribery and corruption, and in addition to the legal context, it also generates the views of the authors of professional literature from that domain. The conditions and effects of corruption on the operations of microeconomic entities in developing countries have been reviewed. Based on the analyzed literature and the synthesis of collected data, an opinion has been formulated and constructive suggestions of possible alternative responses to such a critical factor have been given. In the final part of the paper, we have arrived at the conclusion that corruption entails the need for an adequate response of state policy, which would be based on rigorous judicial practice, as well as a marketing campaign to build public awareness in order to prevent such a destructive factor on the functioning of microeconomic entities in developing countries.*

Keywords: *microeconomics, corruption, management, countries in development.*

MILITARY TOURIST INSTITUTIONS IN THE FUNCTION OF TOURISM DEVELOPMENT IN SERBIA

Knežević Milena¹

Ranisavljević Mihajlo²

Abstract: *The COVID-19 pandemic has significantly changed the habits and needs of the world's population, global economy and all countries' economies. Tourism as a service sector of the economy suffered the most significant consequences at the beginning of the pandemic. According to data from the World Travel and Tourism Council (WTTC), the tourism sector's contribution to the global economy could reach 8.6 trillion dollars this year, which is only 6.4% less than before the pandemic. Therefore, today's tourist management must be creative, determined and dedicated much more than before. The subject of this research is the accommodation capacities of military tourist institutions and their utilisation in tourism development in the Republic of Serbia. The work aims to examine the utilisation of accommodation capacities of all military tourist institutions, especially during the pandemic, to increase the tourism potential of the Republic of Serbia and, ultimately, the overall development of our country. The research results indicate that a significant number of unused military tourist accommodation capacities could participate in developing*

1 Military Academy, University of Defense in Belgrade, Veljka Lukića Kurjaka 33 Belgrade, e-mail: milena.knezevic@mod.gov.rs

2 Military Academy, University of Defense in Belgrade, Veljka Lukića Kurjaka 33 Belgrade, e-mail: mranisan@gmail.com

Serbia's tourism, but with prior investment in increasing their quality. Another conclusion is that experiences from the pandemic period should be used for further development.

Keywords: *tourism / pandemic military tourist institutions / development strategy.*

INTRODUCTION

Tourism is one of the fastest-growing segments of the modern economy, so most countries try to include it as much as possible in their development policies. Globalisation has consolidated the hotel industry, merging smaller hotels into larger chains (Dedić et al., 2020). During the past two decades, tourism has become one of the fastest-growing economic sectors in the world, surpassing the export of oil, the production of food products and cars. In 2019, its total contribution to the global economy was \$9.2 trillion, accounting for 10.4% of the global GDP and 10.6% of all jobs (Report of the World Travel and Tourism Council WTTC, 2022). Well-planned tourism benefits destinations by increasing tourism revenue and employment. In this regard, the quality of tourist services, and thus the satisfaction of tourists with the quality of provided tourist services, as a precursor to loyalty - are becoming crucial for the successful development of tourism (Kostadinović & Stanković, 2021). Tourism growth generates the development of the overall economy, which ultimately positively affects the growth of gross domestic product (GDP) and society's overall well-being.

Commitment to more detailed research and analysis of tourism strategy was determined by the changing roles and positions of all segments of the economy in modern society and caused by the impact of the COVID-19 pandemic (Knežević et al., 2021). Namely, since the beginning of 2020, we have been witnessing draconian changes in the behaviour of the economy in terms of the position of the existing segments and their mutual relationship, as well as the needs of consumers, i.e., tourists, for the said closing of the borders, fear of the unknown and the already known scenario from April 2020 made our tourists turn to the domestic market, get to know and visit domestic destinations, which positively affected the growth of demand for accommodation in all spas and mountain centres of the Republic of Serbia. Of course, incentive measures of the Republic of

Serbia's government in tourism have affected the growth of demand and increased the scope of tourism services.

With the new situation and incentive measures of the Serbian government, the occupancy of the tourist capacities of our country was at a very high level. However, the question of participation of military tourist institutions in the function of tourism development of the Republic of Serbia arose (Matić et al., 2019). Namely, military tourist institutions have enviable accommodation capacities in beautiful locations. Some of the most famous are: Vrnjačka Banja with the „Breza” hotel and villa „Somborka,, the mountain of Tara with three hotels („Omorika”, „Beli Bor” and „Javor”) and two national houses („Jeremičak” and “Radmilovac”), Morović with two villas („Srna” and „Košuta”) and five bungalows, Karadjordjevo with two cabins and the hunting lodge „Diana,, and Belgrade with the single military hotel and sports and recreation centre in Surčin. The openness of the army tourist institutions to receive tourists from the country and abroad would expand tourist capacities and create the potential needed for an increasing number of tourists. As a result, that would significantly contribute to developing the domestic tourist segment (Knežević et al., 2022).

The lack of financial resources for tourism in the Republic of Serbia should certainly not present an obstacle but rather an imperative to find the necessary assets from available sources, such as projects financed from the EU pre-accession funds. Modern tourism nowadays, especially during the pandemic, has changed its form and facilities, reflecting a frequent need of all working citizens. Accordingly, the need for accommodation capacities and other tourist facilities in the Republic of Serbia very much exists for other tourist facilities, as well. So, the strategic positioning of the tourist market of the Republic of Serbia is vital and is the basis for forming a competitive perspective. Thus, the perspective and vision of the tourist segment of the Republic of Serbia represent its direction of movement towards the desired competitive position.

Analysis of the situation in the Republic of Serbia

In 2020, the pandemic almost stopped tourism, at 74% of international arrivals, compared to the previous year. As a result, the contribution of

tourism to the global GDP dropped by a massive 49.1% (WTTC Director's Report, 2022). The damages inflicted on tourism are perhaps the largest since tourist activity largely depends on the stability and image of the country as a whole. Considering the use of tourism as well as at the macroeconomic level and in the local tourism potentials of world tourism, and regarding possibilities for positioning the Republic of Serbia in the global tourism market, it is necessary to determine the goals and directions of development to ultimately create competitive capacities.

At the beginning of the 21st century, the Republic of Serbia experienced a significant expansion in the tourism industry (Matić et al., 2019). Although the total number of tourists who visited our country at that time is still negligible compared to the main European destinations, a record increase has been recorded in the past few years, which can be interpreted as a result of the adoption of the Tourism Development Strategy of Serbia.

The Republic of Serbia's intention to join the European integration opens numerous possibilities for public and private partnership, i.e., project financing in developing tourism capacities. The existing strategy was made for the period from 2016 to 2025, when the Republic of Serbia is supposed to be in negotiations with the European Union, which should open up possibilities for the expansion in all segments, including tourist markets.

While analysing the current situation in the Republic of Serbia, particularly with respect to the draft of the Tourism Development Strategy by 2025, it was determined that there needs to be more coordination of educational and scientific institutions for the needs of the tourism expansion. This especially implies harmonizing curriculums and programs with the required number and structure of professionals. The required profiles in tourism and hospitality, the number of scientific research projects has got to be increased, the number and content of scientific and professional study trips and training, and the number and range of programs for permanent acquisition of new knowledge and skills relevant to tourism development need to be extended and improved ("Official Gazette of RS 98/2016, p. 5-6).

It is essential to state that the pre-accession funds of the European Union provide opportunities for participation in development projects of tourism activities through their financing, scientific empowerment, and ultimately raising the competitiveness of tourism in the Republic of Serbia.

Globalising the world economy should also be seen as a chance for domestic tourism, especially since 2020, when the COVID-19 pandemic was declared.

Thanks to its natural beauty, ecological and climatic diversity, rich cultural and historical heritage and proximity to the most prominent international markets, the Republic of Serbia has significant tourist potentials that represent its real development potential. Serbia has an excellent geo-traffic position, as well as conditions for the development of transit tourism. Being on one of Europe's three main passenger routes, Serbia can count on a significant number of transit tourists from Eastern and Central Europe to the Adriatic coast and the Mediterranean. Through the possible future development of transport infrastructure and enrichment of the number of tourists, the offer should focus on prolonging the stay of transit tourists. The Republic of Serbia is an exciting destination due to its geographical position, exceptional natural beauty, cultural and historical values, and favourable climatic conditions. This intersection of different cultures, traditions, and architecture gives Serbia added value in creating specific tourist products and routes. The World Tourism Organization (WTO) has placed Serbia in the group of countries with the highest anticipated annual growth, estimating a yearly growth rate of 12.5% (Premović & Arsić, 2020). The development of other branches of the economy, foreign solid investments and other investments in significant measure affect the growth of foreigners and / or business partners as tourists. Opening direct flights from Belgrade to many world metropolises is only another indicator of tourism growth at the international level.

As shown in *Table 1.*, immediately after the adoption of the Tourism Development Strategy of the Republic of Serbia, i.e., in 2016, the highest number of tourism nights was recorded from neighbouring countries (BiH, Montenegro, Bulgaria, Croatia, Slovenia and Romania), Turkey, Russia, Germany and Greece (Matić et al. 2019). In the following 2017, the structure of overnight stays was similar. The most significant number was recorded from the same countries as in 2016, but with an overall increase in the number of overnight stays compared to the previous year.

In 2018, the positive growth of expectations of foreign tourists continued with changes in the structure of countries with the most tourists. Hence, tourists from Greece are no longer among the ten countries with the

highest number of overnight stays, while Chinese tourists represented a surprise and occupied 3rd place per number of overnight stays in 2018 (Bukvić, 2018).

Table 1. *Structure of overnight stays of foreign tourists by years in the Republic of Serbia*

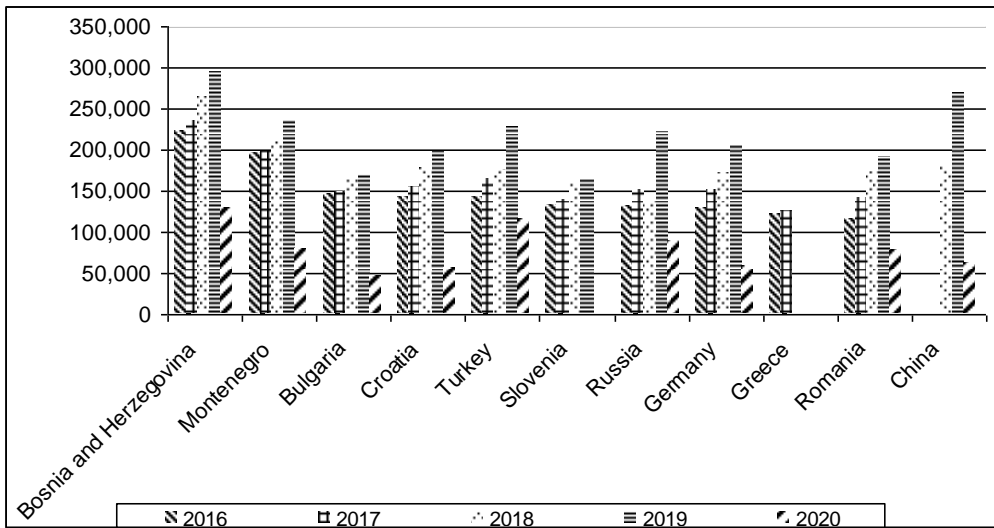
Country	Year				
	2016	2017	2018	2019	2020
Bosnia and Herzegovina	222,888	234,758	262,640	294,423	128,020
Montenegro	195,970	198,119	209,947	233,998	78,604
Bulgaria	146,196	148,823	167,505	169,769	47,054
Croatia	141,783	153,076	176,944	198,993	55,278
Turkey	141,608	162,566	174,675	227,713	116,061
Slovenia	131,827	138,704	157,408	163,251	/
Russia	131,323	150,849	139,341	220,226	87,634
Germany	128,897	150,001	171,080	203,038	57,368
Greece	122,062	125,336	/	/	/
Romania	114,921	139,813	174,031	190,288	76,527
China	/	/	179,247	268,572	61,529

Source: Author's representation, raw data source: www.stat.gov.rs

The trend of positive growth in the number of overnight stays of foreign tourists will continue in 2019 with the same structure as the top 10 countries, with tourists from China taking 2nd place in terms of the number of overnight stays. The COVID-19 pandemic has significantly affected the world economy, and the consequences are yet to be seen and felt. However, the effects of stopping production and closing the economies and borders of certain countries are already present. A state of emergency was introduced in the Republic of Serbia in April 2020, and GDP growth slowed, as in most countries except China. The trend of expansion of overnight stays of foreign tourists in 2020 changed from positive to negative, and it decreased by 49% compared to the previous year when it comes to tourists from Turkey, and even up to 77% in the case of overnight stays from China. Also, in 2020, the order and structure of the first ten countries from which tourists come to the Republic of Serbia will change so that tourists from Turkey take 2nd place, Russia 3rd and China 6th place.

It is important to emphasize that tourists from Bosnia and Herzegovina in the observed period took first place in the number of overnight stays in the Republic of Serbia.

Figure 1. *Nights of foreign tourists by countries in the period from 2016. to 2020.*



Source: Author's representation, raw data source: www.stat.gov.rs

Figure 1. gives a visual representation of data from table 1, i.e., overnight stays of foreign tourists in the Republic of Serbia by years from 2016. to 2020.

The central tourist potentials of the Republic of Serbia make its natural resources: national parks, protected areas, mountains, rivers, caves, waterfalls, lakes, etc. These resources are suitable for the development of eco-tourism, winter tourism, adventure tourism, recreational tourism, and especially rural tourism in rural areas. Furthermore, as natural resources, spas have exceptional importance (rich in thermal, mineral and thermal mineral sources; suitable for developing spa, health and recreational tourism).

Anthropogenic resources involve cities as the basis of cultural and historical, congress, transit and festival tourism, religious heritage, and thus the basis for the development of religious tourism and cultural and

historical monuments from different historical periods (Stećak, monasteries, tombstones, etc.).

In addition to the listed resources, perhaps the most crucial resource of tourism consists of people, employees, and tourists. Employees in the tourism sector of the Republic of Serbia are known as very "hospitable" and represent the incredible power of that sector. The rich and varied diet makes one of the leading comparative advantages when Strain tourists commit to the destinations of the Republic of Serbia. The impression and feeling of tourists is a powerful weapon that can bring us new chances but also destroy existing ones, especially in the information technology era when information is transferred to the current and global news.

These resources were only partially used for tourism purposes, and yet the Republic of Serbia achieves more robust annual growth than most other industries. In addition to direct revenues, tourism also has a positive secondary effect on different areas of the economy (e.g., food consists of 15% of tourist spending, retail 13%, etc.). Tourism, as a promising branch of the economy, can significantly contribute to reducing unemployment, assist in reducing the external deficit, and since "environmentally clean", contribute to environmental protection. Also, investments in the tourism sector would, as an indication of a country's security, trigger a positive foreign investment in other sectors.

Discussion and research results military tourist institutions in the function of tourism development of the Republic of Serbia

The hotel capacities of the military institutions within the Ministry of Defense of the Republic of Serbia are located in exceptional locations that are in great demand and are accompanied by a long tradition of successful business. On Tara Mountain private tourist facilities are located near military hotels, which are still the only ones of this shape and size in the given location.³

³ The data used and analyzed for the purposes of this paper were obtained from the Sector for Material Resources of the Ministry of Defense. All data refer to the military tourism institutions of the Ministry of Defense for the period from 2016 to 2020. These institutions are organizationally part of the mentioned sector of the Ministry of Defense. <https://www.mod.gov.rs/eng/4319/sektor-za-materijalne-resurse-4319>.

Despite the above, since the 1990s, the institutions are losing their primacy, guests are turning to new tourist markets and offers, and institutions are not adapting to the transition of the fast business, hotel facilities do not change, causing them to lose their position on the tourism market despite the good and the comparative, comparative and competitive advantages of the institution.

Today, three military institutions operate within the Ministry of Defense:

- Military Institution „Dedinje”,
- Military Institution „Tara” and
- Military Institution „Morović”.

The above-mentioned military institutions have hotel capacities in Belgrade, Vrnjačka Banja, Morović, Karađorđevo and Tara. The location of the facilities, with nearly 2,000 beds, defined that of the 11 tourism products from the Tourism Development Strategy of the Republic of Serbia, military institutions have chances in products related to nature and ecotourism, health, special interest activities, rural and cultural tourism, river tourism. as well as city, business tourism and tourism related to special interests (gatherings, congresses, exhibitions).

Today, the military institution "Tara" is the most recognisable and most famous. VU „Tara” facilities are located in the Tara National Park, on Tara Mountain and in Vrnjačka Banja.

The hotel complex of the military institution "Tara" includes:

- On the mountain of Tara, the hotel „Omorika” which is categorised with three stars and started operating in 1973, then the hotel "Beli Bor" categorized with two stars, which started working in 1980, then the annexe "Javor" started serving in 1973, the National House „Jeremičak” began operating in 1963. The National House "Radmilovac" began operating in 1965.
- In Vrnjačka Banja, the hotel "Breza", which is categorised with three stars, started operating in 1977, and the villa "Sombor".

According to the data from (*Table 2*), the guests of the VU Tara Hotel were:

1. "Members of the MoD and the Armed Forces" who are members of the Ministry of Defense and the Serbian Army who stayed in the facilities of the "Tara" VU after returning from peacekeeping operations, members of the MoD and MoD who were awarded a stay in a military institution with their

- families and all other members Armies that pay the subsidised price);
2. "Citizens of the Republic of Serbia" (in recent years, especially with vouchers subsidised by the Government of the Republic of Serbia) and
 3. "Foreigners".

Table 2. Overview of the number of overnight stays of guests per year in VU "Tara" in the period from 2016 to 2020

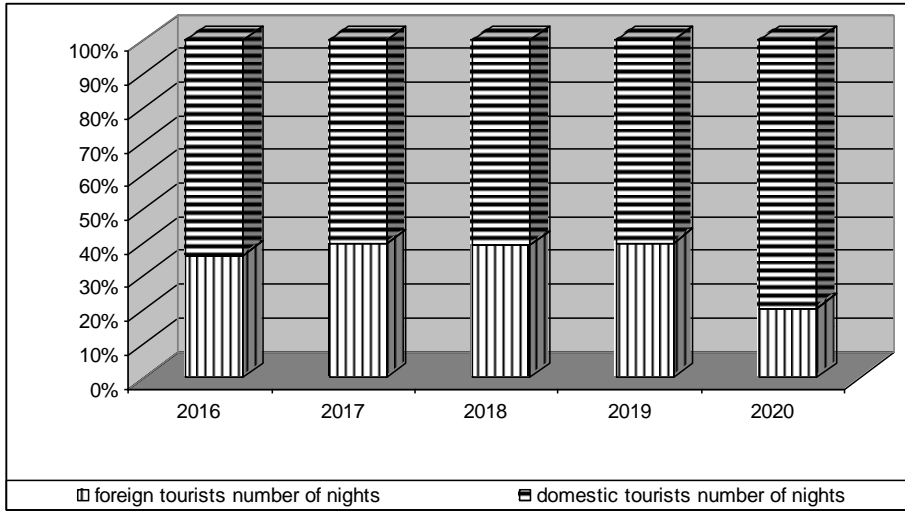
	Elements	Number of realised overnight stays in VU „Tara”				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Members of the MoD and the Armed Forces	23,171	23,429	24,491	30,113	33,246
2	Citizens of RS	147,028	147,462	138,556	163,981	90,177
3	IN TOTAL 1 + 2	170,199	170,891	163,047	193,094	123,423
4	foreigners	12,003	10,180	16,487	15,757	2,080
5	IN TOTAL 3 + 4	182,202	181,071	179,534	209,851	125,503

Source: Author's representation, raw data source: Ministry of Defense, Sector for Material Resources

Looking at the above categories and given years, we can see a constant growth of "members of the MoD and the Armed Forces" from 2016 until 2020. It is interesting to note that in 2020, at the time of the pandemic, there was an increase in overnight stays at the Tara VU, unlike the other categories mentioned. It is essential to state that the category of "members of the MoD and the Armed Forces" consists of subsidised persons by the Ministry of Defense, which "ensures a safe market".

In the observed period, there is a noticeable stagnation or decline of domestic guests from 2016 to 2018, while an increase in domestic guests during 2019 is noticeable (citizens of RS and members of the MoD and the Armed Forces).

From the percentage share of overnight stays of foreign and domestic tourists in VU "Tara" in the period from 2016 to 2020 (*Figure 2*), it can be concluded that in the period before the pandemic, about 30% of total overnight stays were by foreign tourists and most, i.e., approximately 70% of overnight stays were made up of domestic tourists, thanks to incentive measures.

Figure 2. Tourist nights in VU "Tara" in the period from 2016 to 2020 Coupons

Source: Author, raw data source: MoD, Sector for Material Resources

However, a decline in the percentage of foreign tourists in 2020, during the pandemic, could be expected, and it amounted to about 12% of total overnight stays, while domestic tourists accounted for the remaining 78% of overnight stays. So, we must focus on domestic tourists and create content for their needs.

The military institution "Morović" provides hotel and tourist services in the territories of Morović and Karađorđevo, as follows:

- - in the villa "Srna", villa "Košuta" and five bungalows and
- - in the hunting and forest estate "Karađorđevo", in two bungalows and the hunting lodge "Dijana".

With a very small total accommodation capacity, this military facility cannot compete with the previous facility but represents attractive locations for hunting and rural or ethnic tourism.

Tourism development in sensitive destinations, such as protected areas, must be harmonised with natural, ecological, socio-cultural and economic principles, in terms of sustainable tourism development. If there is no clear concept of management and action on sustainability factors, there may be negative consequences for all entities of these tourist destinations.

Planning is significant for protected areas so that the available resources are used appropriately, and the local community is fully involved in the protection and management system. In this way, an adequate experience for tourists is provided, which affects their satisfaction and experience in the protected area (Trišić, 2021).

CONCLUSION

It is important to look at tourism as a source of well-being and increase the quality of life of the population. Members of the Ministry of Defense and the Serbian Armed Forces should make a significant contribution to the participation and development of military tourism institutions in the development of tourism in Serbia.

With the participation of military tourism institutions in realising the goals of tourism development from the Tourism Development Strategy of the Republic of Serbia, military tourism would gain in quality, and the state would significantly increase its capacities and tourism potential.

Problems identified in the Tourism Development Strategy for the Republic of Serbia, such as lack of long-term visions at all levels on investment potential in the tourism sector, incomplete tourism product, permanent lack of domestic capital for the significant revitalisation of tourism, seasonal work, can be recognised in military tourism.

Attracting foreign tourists and positioning the Republic of Serbia on the world tourism market by using military tourism potential would ultimately help the overall development of our economy and society. Hunting tourism is one of the competitive advantages of our country, using the potential of VU "Morovic". Mountain tourism uses the available facilities of the VU "Tara" hotel, and spa tourism uses the accommodation facilities of the "Breza" hotel. Of course, the benefit would be mutual in every respect because both investments in the mentioned military tourism potentials would enrich their content and, in this way, affect the quality of life and work of professional members of the MoD and the Serbian Armed Forces, as well as the vacation of domestic tourists who already recognise our tourist attractions contents.

Conflict of interests

The authors declare no conflict of interest.

REFERENCES

1. Bukvić, Lj., (2018), Kineski turisti u Srbiji troše po 150 evra dnevno, *Daily newspaper Danas*, Preuzeto sa: <https://www.danas.rs/vesti/ekonomija/kineski-turisti-u-srbiji-trose-po-150-evra-dnevno/>
2. Dedić, S., Nuhanović, A., & Đulić, J. (2020). Analiziranje stavova menadžera o zastupljenosti hotelskog turizma u uslovima savremenog procesa globalizacije. *Ekonomski izazovi*, 9(18), 71-85. [in English: Analyzing the attitudes of managers on the representation of hotel tourism in the modern process of globalization. *Economic Challenges*, 9 (18), 71-85.]
3. Knežević, M. Nikolić S., Neševski A., (2021), The Budget Control in the Function of the Civil and Democratic Control of the Armed Forces in the Republic of Serbia, *Vojno delo*, 3/2021, DOI broj: 10.5937/vojdelo2103237K
4. Knežević, M., (2022), The Defence Expenditure and Spending of the Republic of Serbia with Special Reference to the COVID-19 Pandemic Period, *Vojno delo*, 2/2022, DOI broj: 10.5937/vojdelo2202095K
5. Kostadinović, I., Stanković, S. Satisfaction and loyalty as indicators of the quality of tourism product elements, *Teme*, University of Niš, Serbia, 1/2021, 331-347
6. Matić, N., Djordjevic S., & Vujic M., (2019). Contemporary basis of rural tourism development in Šumadija district. *Ekonomika poljoprivrede*, LXVI (3), 869-888. doi: 10.5937/ekoPolj1903869M
7. Premović, J., Arsić, Lj. (2020) Socio-economic aspects of tourism in the modern society, *Proceedings*, Faculty of Philosophy in Pristina 2020, L (3), 125-154
8. Report of the World Travel and Tourism Council WTTC (2022), Preuzeto sa: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022Global%20Trends.pdf>
9. Republički zavod za statistiku (2020), Statistički godišnjak Republike Srbije, Beograd. [in English: Republic Bureau of Statistics, Statistical Yearbook of the Republic of Serbia, Belgrade]

10. Republic Bureau of Statistics, Preuzeto sa: <https://www.stat.gov.rs/en-US/oblasti/ugostiteljstvo-i-turizam/turizam>
11. Sector for Material Resources of the Ministry of Defense, Preuzeto sa: <https://www.mod.gov.rs/eng/4319/sektor-za-materijalne-resurse-4319>
12. Strategy of Tourism Development of the Republic of Serbia for the period from 2016 to 2025, *Official Gazette of RS*, No. 98/2016.
13. Strategy of Tourism Development of the Republic of Serbia, "Official Gazette of RS 91/06
14. Trišić, I., (2021) The Function Of Protected Natural Areas Of The Vojvodina Province In Sustainable Tourism development, *Teme*, University of Niš, Serbia, br.1/2021, p. 315-330.

SMEŠTAJNI KAPACITETI VOJNIH TURISTIČKIH USTANOVA I NJIHOVA ISKORIŠĆENOST U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA U SRBIJI

Milena Knežević

Mihajlo Ranisavljević

Sažetak: *Pandemija COVID-19 značajno je promenila navike i potrebe celokupne svetske populacije, globalne ekonomije i privrede svih zemalja. Turizam kao uslužni sektor privrede pretrpeo je najznačajnije posledice na početku pandemije. Prema podacima Svetskog saveta za putovanja i turizam (VTTC), doprinos turističkog sektora globalnoj ekonomiji ove godine bi mogao da dostigne 8,6 biliona dolara, što je samo 6,4 odsto manje od nivoa pre pandemije. Stoga, današnji turistički menadžment mora biti kreativan, odlučan i posvećen mnogo više nego ranije. Predmet ovog istraživanja su smeštajni kapaciteti vojnih turističkih ustanova i njihovo korišćenje u funkciji razvoja turizma u Republici Srbiji. Rad ima za cilj da ispita iskorišćenost smeštajnih kapaciteta svih vojnih turističkih ustanova, posebno u vreme pandemije, za povećanje turističkog potencijala Republike Srbije i u krajnjoj liniji*

ukupnog razvoja naše zemlje. Rezultati istraživanja ukazuju da bi značajni neiskorišćeni vojni turistički smeštajni kapaciteti mogli da učestvuju u razvoju turizma Srbije, ali uz prethodno ulaganje u povećanje njihovog kvaliteta, kao i da treba iskoristiti i razvijati iskustva iz perioda pandemije.

Ključne reči: *turistički potencijal Republike Srbije, vojne turističke ustanove, pandemija COVID-19, razvoj turizma.*

UTICAJ PANDEMIJE COVID-19 NA OSIGURANJE U TURIZMU NA PRIMERU REPUBLIKE SRBIJE

Kovačević Berleković Bojana¹

Milić Dragana²

Bošković Tatjana³

Sažetak: Cilj rada je istraživanje uticaja pandemije izazvane virusom COVID-19 na pojedine oblike osiguranja u turizmu na tržištu Republike Srbije. Terensko istraživanje je sprovedeno u periodu od januara do jula 2022. godine, a predmet istraživanja je bio uticaj pandemije COVID-19 na broj i vrstu osiguranja, visinu premije i dinamiku osiguranja u turizmu u Republici Srbiji. Metode korišćene u radu su induktivno-deduktivna metoda, metoda analize i sinteze, metod posmatranja, metod komparacije i statistički metod. Istraživanjem se došlo do zaključka da izazovu pandemije nisu odoleli pojedini oblici osiguranja u turizmu čime je potvrđena osnovna hipoteza istraživanja H1. Rezultati istraživanja ukazuju da se najdinamičnije promene odnose na garancije organizatora putovanja i putno zdravstveno osiguranje, a značaj istraživanja se ogleda u pružanju praktičnih uvida za istraživače osiguranja, osiguravače, osiguranike i druga lica koja traže rešenja za rizike povezane sa pandemijom.

Ključne reči: osiguranje / turizam / COVID-19 / Srbija.

¹ Visoka poslovna škola strukovnih studija, Vladimira Perića Valtera 4, 21 000 Novi Sad, Srbija, e-mail: b.k.berlekovic@gmail.com

² Visoka poslovna škola strukovnih studija, Vladimira Perića Valtera 4, 21 000 Novi Sad, Srbija, e-mail: draganaim84@gmail.com

³ Visoka poslovna škola strukovnih studija, Vladimira Perića Valtera 4, 21 000 Novi Sad, Srbija, e-mail: tatjanab44@gmail.com@gmail.com

UVOD

Povezanost turističke i ugostiteljske delatnosti sa osiguranjem uočljiva je u skoro svim segmentima: od osiguranja turističke infrastrukture, putnog zdravstvenog osiguranja, osiguranja turističkih agencija, osiguranja osoba zaposlenih u turizmu i td. Širenjem turističke delatnosti i povećanjem turističke ponude pojavljuju se i novi rizici za turiste pa je jasno zašto osiguravajuće kuće i turistička delatnost usko sarađuju (Wilson & Chen, 2020). Turisti su pojedinci koji nemaju uticaj na rizik i moguće posledice tokom putovanja, te se iz tog razloga, a sa ciljem zaštite od finansijskih gubitaka, rizika od bolesti i nepredviđenih okolnosti odlučuju da postanu korisnici usluga osiguranja.

Istraživanje uticaja raznih vrsta kriza, ekonomske, političke, zdravstvene ili neke druge, na poslovanje u sektoru osiguranja sve više dobija na značaju (Baluch, Mutenga & Parsons, 2011; Risimović, Đurić i Đurić, 2022). Pandemija izazvana virusom COVID-19 izazvala je brojne promene i izazove na turističkom tržištu, kao i na tržištu osiguranja (Marić i Đurković-Marić, 2020; Kostić i Kovačević, 2021; Kranjčević, 2020). Turizam će sve više biti povezan sa osiguranjem zdravstvene sigurnosti i praćenjem javnozdravstvenog sistema koji je povezan sa turističkom aktivnošću (Kranjčević, 2020). Navedeno znači da će u novim odnosima, nastalim usled i posle pandemije, pitanje zdravstvene sigurnosti tokom putovanja postati značajan segment u pripremi putovanja, odabiru destinacije, ali i pružanju usluga u turizmu.

Posmatrano sa strane organizatora putovanja, kao značajnog posrednika u turizmu, pandemija je doprinela izuzetno turbulentnom odnosu vezanom za rizik od nemogućnosti realizacije aranžmana usled različitih faktora povezanih sa pandemijom (zatvaranja granica, policijski časovi, uvođenje potvrda o obaveznom vakcinisanju kao preduslova za ulazak u zemlju, otkazivanja avio letova), te je navedeno direktno uticalo na promene u broju i visini premija garancije putovanja⁴ u slučaju neispunjenja obaveza prema korisnicima (putnicima) (Uğur & Akbıyık, 2020; Beta, 2020b).

Na teritoriji Republike Srbije prvi slučajevi zaraze virusom COVID-19 registrovani su tokom marta 2020. godine, što je direktno uticalo na pad

⁴ Garancija putovanja je polisa osiguranja od insolventnosti turističkih agencija.

tražnje za turističkim uslugama tokom istog meseca. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, u Republici Srbiji u martu 2020. godine, u odnosu na mart 2019. godine, broj dolazaka turista je bio manji za 56%, dok je broj noćenja turista smanjen za 45,7% (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2020). Kada se analiziraju podaci iz decembra 2020. godine, u odnosu na decembar 2019. godine, broj dolazaka turista beleži smanjenje od čak 67,1%, a broj noćenja se smanjuje za 59,9%. Najveći pad broja turista u 2020. godini u odnosu na 2019. zabeležen je u aprilu mesecu kada dostiže čak 97,9% u odnosu na april mesec 2019. godine (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2020). Usled navedenih okolnosti, veliki broj građana Republike Srbije nije uspeo da otputuje na planirane inostrane turističke destinacije (Kostić i Kovačević Berleković, 2021) što je direktno uticalo na drastično smanjenje obima putnog zdravstvenog osiguranja u 2020. godini. Premija te vrste osiguranja zabeležila je pad od preko 1,5 milijardi dinara u 2020. godini, odnosno pad od skoro 61% (Risimović, Đurić i Đurić, 2022).

Slična je situacija i sa tržištem osiguranja u turizmu u svetu. Kada se posmatraju podaci istraživanja sprovedenih od strane Quantum Market Research iz 2017 i Quantum Market Research iz 2018 pre pandemije COVID-19, putnici su uglavnom bili nedovoljno osigurani ili neosigurani na putovanjima.

U radu se analizira uticaj pandemije COVID-19 na pojedine oblike osiguranja u turizmu na tržištu Republike Srbije. Cilj rada je ukazati na dinamične promene i inovacije vezane za poslovanje osiguravajućih društava i vrste osiguranja koje su podlegle najvećim promenama usled pandemije COVID-19, sa posebnim akcentom na putno zdravstveno osiguranje korisnika usluga u turizmu sa jedne strane i na osiguranje organizatora putovanja, odnosno garanciju putovanja za slučaj insolventnosti radi naknade štete nastale neispunjenjem, delimičnim ispunjenjem ili neurednim ispunjenjem ugovornih obaveza, na drugoj strani.

Značaj istraživanja ogleda se u pružanju praktičnih uvida za istraživače osiguranja, osiguravače, korisnike usluga osiguranja u turizmu i druge koji traže rešenja za rizike povezane sa pandemijom i drugim vrstama kriza. Rezultati istraživanja mogu predstavljati pripremu i projekciju za nove krize, očekivane u turbulentnim uslovima poslovanja, u cilju amortizovanja njihovog uticaja na poslovanje sektora osiguranja.

Rad se sastoji iz četiri celine: prvi deo rada, nakon apstrakta i uvoda, odnosi se na pregled domaće i inostrane literature relevantne za istraživanje i pokazatelje uticaje pandemije na sektor turizma i osiguranja. Drugi deo rada usmeren je na metodologiju istraživanja i postavljanje hipoteza istraživanja. Treća celina odnosi se na analizu poslovanja i promene u sektoru osiguranja u svetu u Republici Srbiji, nastale kao posledica pandemije COVID-19. U delu diskusija i zaključak iznose se rezultati istraživanja, potvrđuju postavljene hipoteze, te se upućuje na mogućnosti za unapređenje i ukazuje na konkretan značaj istraživanja za nosioce turističke politike, korisnike osiguranja Republici Srbiji.

POKAZATELJI UTICAJA PANDEMIJE COVID-19 NA SEKTOR TURIZMA I OSIGURANJA

Turistička industrija je bila jedno od najvećih svetskih tržišta sve dok se svet nije susreo sa pandemijom 2019. godine: COVID-19. Sa 1,5 milijardi međunarodnih dolazaka turista u 2019. godini, turistička industrija je treća najveća izvozna kategorija na svetu, a međunarodni turizam je 2018. ostvario izvoz od 1,7 biliona dolara ili skoro 5 milijardi dolara dnevno (International Tourism Highlights 2019). Pre pandemije, međunarodna putovanja činila su 90% svih rezervacija putovanja. S početkom pandemije međunarodna putovanja su pala na 67% rezervacija u prvih 10 meseci 2020. Ranije su evropske zemlje dominirale u rezervacijama putovanja, čineći 45% svih putovanja. Nakon međunarodnih zabrana putovanja zbog COVID-a, evropska putovanja činila su manje od 10% putovanja u 2021. godini (Metz, 2021). COVID-19 je dramatično uticao na turističku industriju – više i značajnije od bilo koje druge prethodne istorijske krize. Rezultati upućuju da sektor turizma veoma lako biva pogođen globalnim krizama, a COVID-19 je jedna od najvećih, sa značajnim posledicama. Više od 130 zemalja uvelo je neki oblik ograničenja putovanja od početka epidemije COVID-19, uključujući skrining, karantin i zabranu putovanja iz područja visokog rizika (Devi, 2020). Trenutne procene ukazuju da je 75 miliona radnih mesta u turizmu pod neposrednim rizikom i da je industrija izgubila više od 2,1 trilion dolara prometa (WTTC, 2020).

Prema Sharmon, Curtal & Hajibaba (2020) samo 12,8% putnika iz SAD obično kupuje putno osiguranje. Prema onlajn istraživanju provedenom u

Ujedinjenom kraljevstvu i Sjedinjenim Američkim Državama, turisti Velike Britanije navode kako planiraju da idu na odmor van države, od čega njih 68% namerava da ugovori putno osiguranje. Ispitanici na tržištu Sjedinjenih Američkih Država se uveliko razlikuju, većina njih se odlučuje za domaće destinacije i samim tim nemaju nameru ugovarati putno osiguranje (Shivani, 2021). Prema podacima putnog osiguranja koje je dao Squarmouth sajt za poređenje putnog osiguranja, prosečna starost putnika u 2019. bila je 50 godina, ali je do kraja 2020. prosečna starost putnika pala na 38 godina.

Značajna promena prosečne starosti putnika odrazila se i na broj kupljenih polisa putnog osiguranja. Pre pandemije, generacija bejbibumeri (rođena između 1946-1964) je osiguravala najviše putovanja. Trenutno, generacija X (rođeni između 1965-1980) osigurava najviše putovanja (Metz, 2021).

PREGLED LITERATURE

Brojni naučnici (Gössling, Scott & Hall, 2020; Zenker & Kock, 2020; Sigala, 2020) su naglasili značajne uticaje pandemije, uključujući transformaciju turizma i ugostiteljstva i drastične promene ponašanja turista nakon izbijanja COVID-19 i prognozirali potpuno novu i drugačiju, postkovid eru turizma (Choe, Kim & Choi, 2022). Pandemija COVID-19 predstavljala je iznenadni i neočekivani šok za ne samo za turističku indistruju nego i za industriju osiguranja (Yang, Gyilbag, Awudi, Ngmenbelle & Bian, 2020). Prema Caponecchia & Tan (2019) putnici su nedovoljno osigurani kada putuju u inostranstvo. Niz faktora može objasniti nedovoljno osiguranje putnika, uključujući uobličavanje rizika, imunitet zbog poznavanja destinacije i (ne) razumevanje rizika odnosno nedostatak razumevanja za postojanje rizika na destinaciji od strane putnika. Malo se zna o tome kako verovanje i percepcija ljudi u vezi sa bolešću koronavirusa utiču na njihovo ponašanje (Akesson, Ashworth, Hahn, Metcalfe, & Rasooly, 2020, Wilson & Chen, 2020). Putnici traže osiguranje za pandemije, iako polise koje pokrivaju takve događaje nisu široko dostupne (Tan & Caponecchia, 2021). Pandemija COVID-19 uticala je na osiguravajuća društva u delu inoviranja postojećih i u osmišljavanja inovativnih usluga osiguranja. U pitanju su najčešće kratkoročne usluge zdravstvenog osiguranja s fiksnim iznosima naknada iz osiguranja (Pranali & Vinita, 2020). Najveće posledice pandemije u osiguravajućim društvima osete se upravo u

putnom zdravstvenom osiguranju. Istraživanje 100 američkih kompanija koje se bave životnim osiguranjem ukazuje da su osiguravajuća društva sprovedla minimalna prilagođavanja kao odgovor na povećan rizik od mortaliteta, u smislu neznatnog povećanja iznosa premije osiguranja (Harris, Timothy, Yelowitz, Aaron, Courtemanche & Charles, 2020). „Osiguravači koji žele uspešno da odgovore na izazove, reorganizovaće svoje poslovanje kako bi bolje zadovoljili promenljive potrebe svojih klijenata, istovremeno čineći svoju osnovnu delatnost sposobnom da se adaptira na drugačiji poslovni ambijent” (Ikonić, Milić, 2021).

Osiguravajuća društva u Republici Srbiji reagovala su relativno brzo i prilagodila svoje uslove osiguranja rizicima direktno povezanim s pandemijom. Izmene su izvršene u pogledu isključenja obaveza koje mogu biti posledica epidemijskih i pandemijskih rizika, te se zaključuje da su se kompanije u Republici Srbiji više usredsredile na isključenja i smanjenje potencijalnih šteta nego na inovacije u pogledu novih rizika osiguranja u turizmu (Jovanović, 2021; Risimović, Đurić i Đurić, 2022).

METODOLOGIJA

Primarno istraživanje sprovedeno za potrebe rada je terensko istraživanje, realizovano u periodu od januara do jula 2022. godine, sa ciljem da se istraži uticaj pandemije COVID-19 na promene, broj osiguranja, visinu premije i dinamiku osiguranja u turizmu u Republici Srbiji. Komparativnom analizom premije osiguranja po godinama i po vrstama osiguranja ispitivan je uticaj pandemije na sektor osiguranja u Republici Srbiji. Za potrebe analize uticaja pandemije COVID-19 na sektor osiguranja Republike Srbije (RS) korišćeni su izveštaji Narodne banke Srbije koji se odnose na ostvarene premije osiguranja u desetogodišnjem periodu, iskazane po vrstama osiguranja. Podaci su prikupljeni na osnovu analize postojećih podataka i prethodnih teorijsko-empirijskih istraživanja, dokumentacije o poslovanju osiguravajućih društava na teritoriji Republike Srbije, te na osnovu publikacije Narodne banke Srbije. U komparaciji promene premije putnog zdravstvenog osiguranja uključene su premije sektora osiguranja Republike Srbije.

Osnovna hipoteza istraživanja glasi H1:

Pandemija izazvana virusom COVID-19 uticala je na pojedine oblike osiguranja u turizmu na tržištu Republike Srbije.

Podhipoteza istraživanja H1a glasi:

Najveće promene izazvane pandemijom COVID-19 na tržištu osiguranja u turizmu RS odnose se na dve vrste osiguranja: putno zdravstveno osiguranje i garancije putovanja turističkih agencija, odnosno na osiguranje organizatora putovanja za slučaj insolventnosti.

Hipoteza ovog istraživanja zasnovana je na kritičkoj analizi relevantnih literaturnih izvora koji su se bavili sličnom temom istraživanja (Tan & Caponecchia, 2021; Gössling, Scott & Hall 2020; Wilson & Chen, 2020; Babuna, Yang, Gyilbag, Awudi, Ngmenbelle & Bian, 2020; Naseeb, Diab & Metwally, 2020).

Glavni problem koji se javljao u procesu istraživanja za svrhu ovog rada je nedostatak stručne literature na temu osiguranja u turizmu, te stručnih časopisa o promenama na tržištu osiguranja Republike Srbije u vremenu pandemije virusa COVID-19.

Poslovanje osiguravajućih društava pre i posle COVID-19 perioda

Osiguravajuća društva posmatrana, kao finansijski intermedijari i kao poslodavci, izložena su riziku pandemije. Poslovanje u pandemijskim uslovima spada u izazovnije poduhvate u smislu obezbeđenja kontinuiteta poslovanja ali i prevazilaženja pogoršanja opštih ekonomskih uslova. Analiziranje uticaja pandemije na poslovanje sektora osiguranja Republike Srbije može se predstaviti kroz kretanje ukupne premije osiguranja u periodu pre, i uslovno rečeno, nakon prisustva virusa COVID-19.

U narednoj tabeli prikazano je kretanje premija neživotnog i životnog osiguranja sa procentualnim promenama, kao i ukupan iznos premija za period 2011–2021. godine. Posmatrajući period pre pojave virusa COVID-19 tj. period do 2019. godine, uočava se konstantan rast ukupne premije osiguranja. Nakon navedene godine nastavlja se trend rasta, ali znatno umerenijim tempom. Naime, u kriznoj 2020. godini ukupna premija osiguranja porasla je za samo 2,3% u odnosu na 2019. godinu, dok je ovaj procenat rasta iznosio 7,55 u 2019. godini u odnosu na 2018. godinu.

Tabela 1.: Pregled premija osiguranja u 000 din.

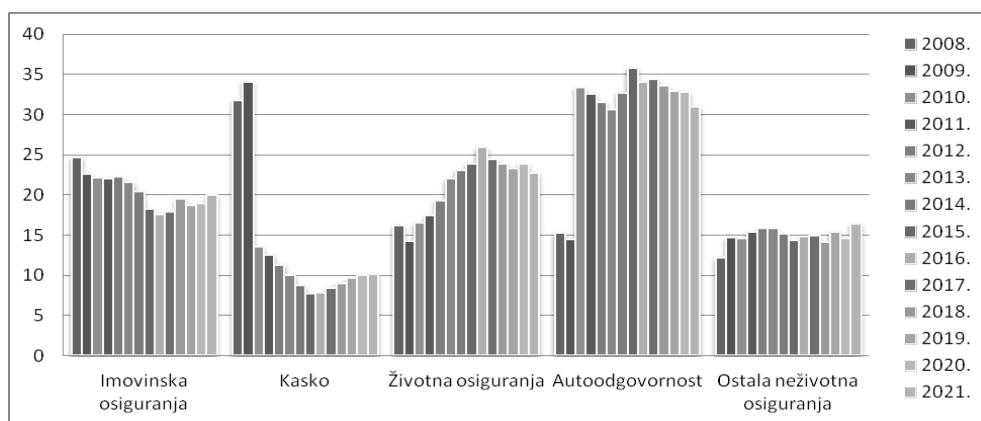
Godine	Premija neživotnog osiguranja	% promena	Premija životnog osiguranja	% promena	Ukupna premija	% promena
2011.	47.321.292	0,32	9.992.706	6,84	57.313.998	1,40
2012.	49.608.308	4,83	11.855.400	18,64	61.463.708	7,24
2013.	46.976.051	-5,31	14.065.458	18,64	61.041.509	-0,69
2014.	53.399.931	13,67	16.005.074	13,79	69.405.005	13,70
2015.	61.561.694	15,28	19.364.294	20,99	80.925.988	16,60
2016.	66.010.278	7,23	23.127.708	19,43	89.137.986	10,15
2017.	70.336.633	6,55	22.757.361	-1,60	93.093.994	4,44
2018.	76.121.610	8,22	23.788.981	4,53	99.910.591	7,32
2019.	82.385.409	8,23	25.064.463	5,36	107.449.872	7,55
2020.	83.753.833	1,66	26.162.910	4,38	109.916.743	2,30
2021.	92.297.462	9,26	27.111.208	3,50	119.408.670	8,60

Izvor: Narodna banka Srbije

Izražen uticaj pandemije prožimao se tokom 2020. godine, ali se taj intezitet smanjio u narednim godinama. Rast ukupne premije neživotnih osiguranja u 2020. godini iznosi skromnih 1,6%, dok premija životnih osiguranja u 2020. godini beleži takođe sporiji rast od 4,4%. Očigledno, rast vrednosti ukupne premije postoji, ali je on usporen pod dejstvom posledica pandemije. Dakle, tržište osiguranja je, u uslovima pandemije, pokazalo određeni stepen otpornosti (NBS, 2021).

Na osnovu izveštaja Narodne banke Srbije (2021), u strukturi ukupne premije u 2021. godini, učešće neživotnih osiguranja iznosilo je 77,3%, dok se učešće životnih osiguranja smanjilo sa 23,8% u 2020. godini na 22,7% u 2021. godini usled većeg rasta premije neživotnih od premije životnih osiguranja. Tokom 2020. godine prisutan je manji rast u poređenju sa 2019. godinom jer građani više pristupaju ugovaranju životnog osiguranja koji je inoviran dodatnim klauzulama u vezi pokrića rizika od posledica virusa COVID-19. Takođe, svest stanovništva o važnosti zdravlja i sigurnosti koju polisa životnog osiguranja pruža, doprinela je povećanju premije životnog osiguranja. Za premiju imovinskih osiguranja može se reći da je u 2019. i 2020. godini ostvarila konstantnost s obzirom da ja pandemija pomerila fokus na životno osiguranje. Već 2021. godine premija imovinskih osiguranja porasla je za 14,3% u odnosu na 2020. godinu (NBS, 2021).

Slika 1. Pregled ukupne premije prema vrstama osiguranja u periodu 2011–2021. godine u %



Izvor: Autor na osnovu podataka NBS

Poslovanje osiguravajućih društava u periodu pre i uslovno rečeno, nakon pandemije virusa COVID-19 na nivou čitavog sveta, razvijenih zemalja i zemalja u razvoju, procenjuje se kroz rast globalne premije osiguranja od 3,2% godišnje u proseku naredne dve godine (2022. i 2023. godina) što je vrednost iznad dugoročnog trenda (Swiss Re Institute, 2021). Ova očekivanja potkrepljuju se povećanjem svesti stanovništva o riziku kod životnih i neživotnih osiguranja, ali i kod privrednih subjekata koji traže zaštitu nakon šoka uzrokovanog pandemijom.

Prema izveštaju Swiss Re Institute (2021), očekivanja u kretanju premija zemalja u razvoju su vrlo snažna, gde se izdvaja Kina sa rastom od 10%, uglavnom vođena velikom potražnjom za medicinskim osiguranjem uz pokriće kritičnih bolesti. Na drugim tržištima u razvoju takođe je prisutan rast u 2021. godini od 4,7% u odnosu na prethodne godine usporenog razvoja 2016-2020. godine, a očekuje se dalji rast od 4,6% u 2022-2023. godini.

Kada je reč o premijama životnog osiguranja, gledajući po regionima, razvijene zemlje ostvariće rast iznad prosečnog rasta, a tržišta u razvoju beležiće zaostajanje ispod prosečnog rasta. Od 2022. godine pa nadalje, premija životnog osiguranja trebalo bi da se vrati na stopu od 2% (Preda, Popescu & Drigă, 2021).

„Rastuća svest o riziku: uprkos tome što su pandemije poznate kao najveći rizik, kriza podiže svest o vrednosti osiguranja u svim linijama poslovanja i grupama klijenata širom sveta. Pandemije neće biti u potpunosti osigurane, ali kriza COVID-19 će podići svest o povezanim finansijskim rizicima i pokrenuti inovacije za nova pokrića” (Swiss Re Institute, 2020, str. 11).

OSIGURANJE U TURIZMU U REPUBLICI SRBIJI U VREME PANDEMIJE COVID-19

Tokom perioda pandemije virusa COVID-19 svetska populacija suočava se sa njenim posledicama, što kroz prizmu zdravstvenih problema, te kroz prizmu poslovnih i egzistencijalnih poteškoća. Uloga sektora osiguranja dobija priliku da dodatno pokaže suštinu i značaj svojim osiguranicima u pružanju zaštite.

Prema navodima Narodne banke Srbije, kao nadzornog organa, donesen je skup mera koje su namenjene sprečavanju, smanjenju i otklanjanju posledica COVID-19. Time su se obezbedili i sačuvali interesi ne samo osiguranika već i osiguravača. Neke od aktivnosti odnose se na pružanje informacija osiguravajućim društvima o načinima i mogućnostima prodaje proizvoda osiguranja onlajn, o mogućnostima uključivanja pokrića rizika pandemije izazvane virusom COVID-19 u pojedinim vrstama osiguranja, ali i o formiranju novih vrsta osiguranja vezanih za prisutan pandemijski rizik. Posebna mera Narodne banke Srbije koja je u velikoj meri pomogla funkcionisanje kako finansijskih institucija tako i privrednih subjekata, odnosi se na odobravanje mogućnosti odloženog plaćanja premije osiguranja kao i odobravanje moratorijuma na plaćanje premije osiguranja za prethodno odobrene kredite. Inovacija u poslovanju osiguravajućih društava podstaknuta rizicima virusa COVID-19 odnosi se na sprovođenje i zaključivanje ugovora o životnom osiguranju putem onlajn platformi. Naime, Narodna banka Srbije pružila je podršku osiguravajućim društvima da pristupe procesu integracije savremene digitalizacije u svoje poslovanje u pravcu proširenja palete proizvoda osiguranja dostupnih onlajn zaključivanju. Može se konstatovati da je proces digitalizacije i automatizacije prisutan u poslovanju osiguravajućih društava u proteklih nekoliko godina, ali da je

prisustvo virusa COVID-19 ubrzalo standardizovanje beskontaktnog poslovanja.

Kada se posmatra osiguranje posrednika u turizmu, direktor Nacionalne asocijacije turističkih agencija Srbije (YUTA) ističe da je 2020. godine od 400 turističkih agencija tek 100 ostvarilo pravo na polisu osiguranja ili garanciju banke, a da preostale turističke agencije nisu ostvarile taj status. Takve agencije mogu da pređu u status posrednika u osiguranju. Jedan od načina prevazilaženja kriznog perioda bila bi kategorizacija agencija prema prometu, a ne prema broju putnika kako je država usvojila u Pravilniku za osiguranje putovanja. Time bi osigurana suma bila minimum deset posto od prometa (Beta, 2020b).

Na internet stranici YUTA-e mogu se pronaći turističke agencije koje poseduju YUTA garancijska putovanja. Ona putnicima pruža dodatne pogodnosti pored onih koje su obezbeđene posedovanjem polise osiguranja putovanja kao Zakonske obaveze.

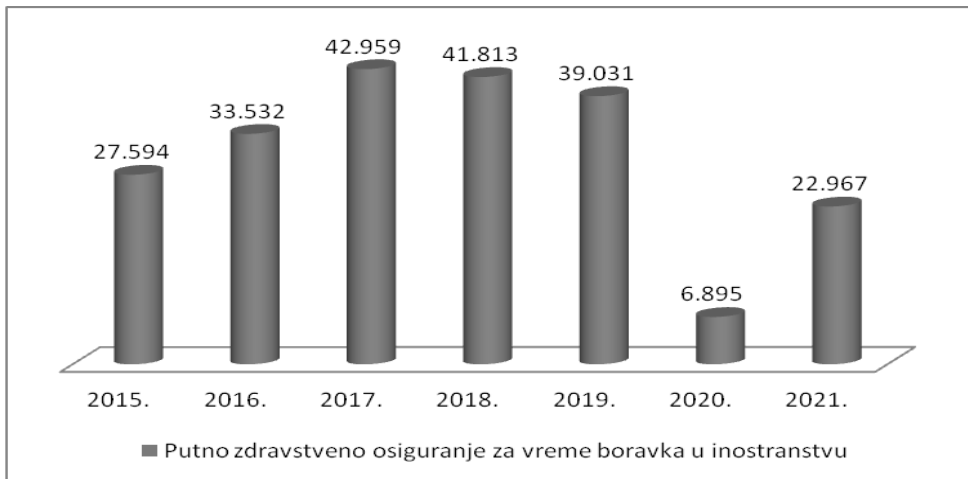
Prema podacima Naled-a, država je propisala sprovođenje mera u vidu podrške privredi usled poremećaja u poslovanju izazvanom virusom COVID-19. Mere su se realizovale kroz tri paketa, gde su se prva dva paketa mera odnosila na poreske olakšice, direktna davanja i aktivnosti usmerene ka održavanju likvidnosti poslovnih subjekata. Po obimu, treći paket mera je značajno najmanji, a odnosio se na pomoć subjektima koji obavljaju svoju delatnost u oblasti turizma, tj. hoteli i turističke agencije (Institut za razvoj i inovacije, 2020).

Putno zdravstveno osiguranje, kako sam naziv govori, pruža pokriće rizika koji nastaju tokom putovanja. Ovo osiguranje nije zakonski obavezno i ne može sprečiti nastanak neželjenog događaja, ali zato može pružiti sigurnost tokom putovanja u inostranstvo.

Osnovna karakteristika punog zdravstvenog osiguranja jeste da pokriva one rizike koji se nisu desili namerno i rizike koji nisu nastali usled hroničnih bolesti. Detaljniji pregled pokrivenih slučajeva podrazumeva: „slučaj neophodne pomoći usled iznenadne bolesti; slučaj neophodne pomoći usled iznenadne povrede i usled bolesti ili povrede koja bez hitne medicinske pomoći ugrožava život putnika, odnosno može da dovede do trajnog i značajnog oštećenja zdravlja” (Sve o putnom zdravstvenom osiguranju, 2018). Realizacijom rizika osiguravajuća društva preuzimaju obavezu isplate naknade koja je unapred definisana i ugovorena (Šipovac i Šipovac, 2015).

Uz putno zdravstveno osiguranje može se zaključiti i dopunsko osiguranje sa klauzulom o osiguranju lica koje pokriva troškove nastale usled pružanja medicinske pomoći i nastalih troškova prevoza u slučaju bolesti ili posledica virusa COVID-19. „Trebalo imati u vidu da ponuđeno dopunsko osiguranje od COVID-a 19 ne nadoknađuje troškove lečenja koji mogu biti značajnijeg obima, već ugovorenu dnevnu naknadu koja se kreće od 5 do 50 evra, odnosno isplatu dvostruke osigurane sume u slučaju boravka na intenzivnoj nezi” (Jovanović, 2021, str. 50). Na slici 2. može se uočiti tipično kretanje visine premije putnog zdravstvenog osiguranja u periodu pre i tokom prisustva virusa COVID-19 u Srbiji i njegovog dramatičnog širenja. Period 2015–2017. godine karakteriše kontinuirano povećanje vrednosti ukupne premije putnog zdravstvenog osiguranja. Godine 2018. primećuje se blagi pad, koji se nastavlja i u 2019. godini. Međutim, 2020. godinu obeležila je pandemija uz sva ograničenja koja su već spominjana, te je bilo za očekivati da su putovanja svedena na minimum i da će kupovina polisa putnog zdravstvenog osiguranja biti manje potrebna tj. nepotrebna. Ovakav pad vrednosti premije putnog zdravstvenog osiguranja trebalo bi da se odrazi na nivo ukupne premije osiguranja, što međutim nije bio slučaj.

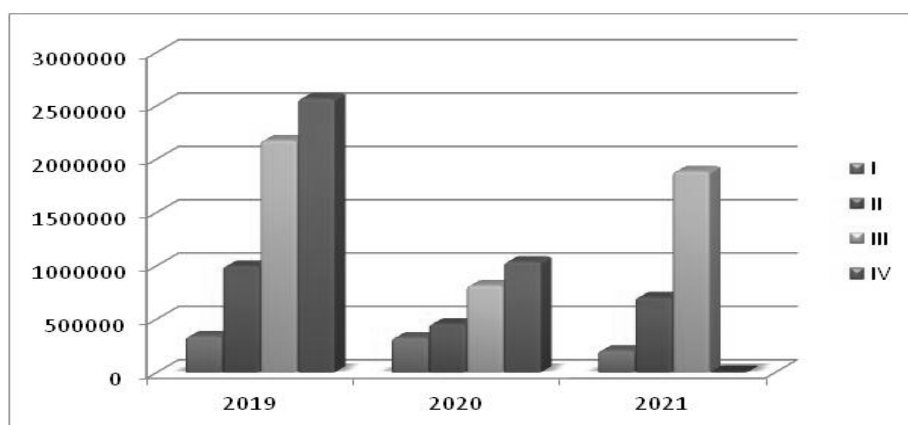
Slika 2. Ukupna premija putnog zdravstvenog osiguranja za vreme boravka u inostranstvu u hiljadama dinara



Izvor: Autor na osnovu podataka NBS

Slična situacija, u pogledu kretanja premije, prisutna je i u segmentu osiguranja pomoći na putovanjima. Okolnosti koje je doneo virus COVID-19 odrazile su se i na pokretljivost građana koja je i dalje narušena. Simptomatično i očekivano kretanje u kriznoj 2020. godini u svakom kvartalu pokazuje duplo manje vrednosti u odnosu na prethodnu godinu. Već se u 2021. godini primećuje stabilizacija i rast učešća premije osiguranja za pomoć na putovanju u ukupnoj premiji neživotnih osiguranja.

Slika 3. Premija osiguranja pomoći na putovanju po kvartalima u hiljadama dinara



Izvor: Autor na osnovu podataka NBS

Ako se posmatra drugo tromesečje prikazanih godina, može se uočiti pad od 54% u 2020. godini u odnosu na 2019. godinu, kao i pad od 53% u odnosu na 2018. godinu. Drugi kvartal 2020. godine karakteriše uvođenje vandrednog stanja i smanjene pokretljivosti čak i u granicama zemlje. Posledice od uvođenja policijskog časa, radi suzbijanja virusa COVID-19, ipak su eskalirale u trećem kvartalu kada je vanredno stanje ukinuto. U trećem kvartalu 2020. godine postoji drastičan pad vrednosti premije od 62% u odnosu na isti kvartal 2019. godine iako je reč o letnjem periodu kada stanovništvo intenzivira kretanje usled godišnjih odmora. Srbija je u pomenutom periodu beležila rekordne brojeve zaraženih virusom COVID-19 te je mali broj ljudi putovao van granica zemlje i koristio usluge osiguranja. Oporavak turizma i osiguranja definiše se kao srednjoročan, ali se osiguravajuća društva ipak prilagođavaju pandemijskim izazovima (Petrović, 2021).

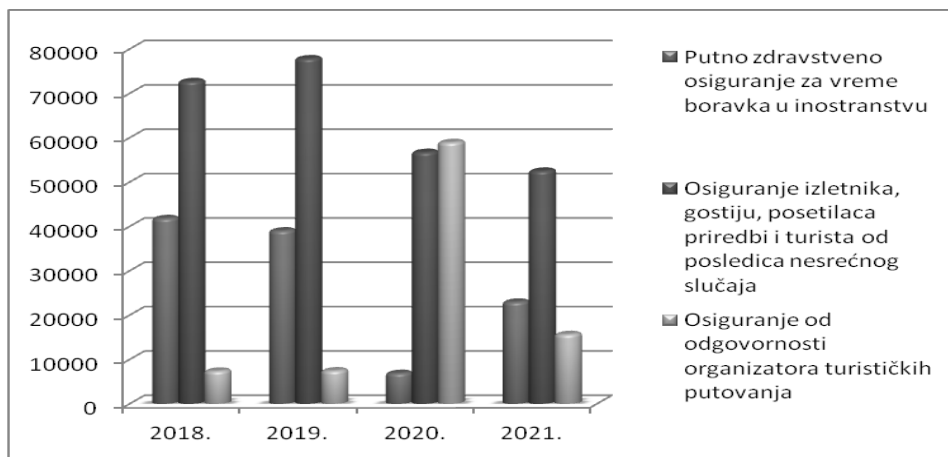
Među najviše pogođenim osiguranjima usled prisustva virusa COVID-19 našlo se zdravstveno i životno osiguranje, osiguranje od otkaza putovanja, putno zdravstveno osiguranje, osiguranje venčanja i otkazivanje događaja (Marović i Njegomir, 2021).

DISKUSIJA

Uticao pandemije COVID-19 na osiguranje u turizmu Srbije je primetan i odnosi se na pojedine tipove osiguranja u turizmu u Srbiji. Najveće promene primećene su u premijama osiguranja od odgovornosti organizatora turističkih putovanja (osiguranje od otkaza putovanja) i premijama putnog zdravstvenog osiguranja.

Dramatičan rast premije osiguranja od odgovornosti organizatora turističkih putovanja zabeležen je 2020. godine kao posledica rasta cena polisa osiguranja usled pojačanog pandemijskog rizika. Turističke agencije se u datom periodu suočavaju sa problemom nedostajućih sredstava, usled oslabljenog turističkog prometa, te je subvencionisanje sektora turizma od strane države ostvareno kroz učešće u delu premije osiguranja od insolventnosti i odgovornosti. Upitna je i spremnost osiguravajućih društava da prihvate obnovu ugovora sa turističkim agencijama jer je povećanje rizika u turističkom sektoru na nezavidnom nivou. Kako se može videti na slici broj 4, vrednost premije u 2019. godini je gotovo osam puta manja nego krizne 2020. godine. Dakle, primećuje se drastičan porast premije osiguranja od odgovornosti organizatora putovanja u 2020. godini i to je direktna posledica pandemije. Već se naredne, 2021. godine primećuje stabilizacija, nastala kao posledica smanjenja virulentnosti virusa COVID-19, ali i kao posledica sprovođenja izmena u vidu smanjenja nivoa depozita koji agencije moraju imati poslednjeg dana u mesecu. Takođe, ovaj pad se može pripisati i uvođenju dve niže kategorije licenci koje zahtevaju niže limite pokrića garancija putovanja. Svakoj turističkoj agenciji pružena je mogućnost da promeni licencu na nižu kategoriju te nivo pokrića.

Budući da su 2020. godine postojala vremenska ograničenja u slobodnom kretanju stanovništva, putovanje u inostranstvo je takođe bilo otežano što je direktno uticalo na nagli pad premija putnog zdravstvenog osiguranja za vreme boravka u inostranstvu (Slika 4).

Slika 4. Pregled premija osiguranja u turizmu u hiljadama dinara

Izvor: Autor na osnovu podataka NBS

Na osnovu prethodno izloženog može se potvrditi da je pandemija izazvana virusom COVID-19 uticala na pojedine oblike osiguranja u turizmu na tržištu Republike Srbije.

Turistički sektor je svoje kapacitete preusmerio na turističke aranžmane u Srbiji i tako osnažio ruralni, planinski i banjski turizam. Kvalitet turističkih usluga za one koji putuju u inostranstvo je podignut na viši nivo prisustvom ne samo polise osiguranja sa COVID-19 dodatkom već i komfornošću da tu istu polis kupe onlajn u nekoliko „klikova”. Pojedina osiguravajuća društva dodatno promovišu e-kupovinu polisa osiguranja odobravajući određene olakšice u vidu popusta na cenu polise. Osiguravajuća društva stavila su u fokus osiguranike, njihove želje i potrebe i tako kreirala nove ili inovirane proizvode osiguranja. Virtuelno poslovanje, zakazivanje sastanaka sa agentom osiguranja putem onlajn platformi, osamostaljivanje potencijalnih osiguranika u odabiru i kupovini proizvoda osiguranja samo su neke od inovacija u sektoru osiguranja koje su se javile kao posledica pandemije COVID-19.

ZAKLJUČAK

Prisustvo virusa COVID-19 pokrenulo je preispitivanje održivosti uslužnog sektora. Za analiziran sektor osiguranja i sektor turizma može se reći da je prošao kroz veoma turbulentne i dinamične promene. Ovim se može potvrditi postavljena hipoteza H1 i zaključiti da je pandemija izazvana virusom COVID-19 uticala na pojedine oblike osiguranja u turizmu na tržištu Republike Srbije. Podhipoteza istraživanja H1a je takođe potvrđena istraživanjem, te se zaključuje da su najdinamičnije promene izazvane pandemijom COVID-19 uočene u putnom zdravstvenom osiguranju i garancijama organizatora putovanja. Na osnovu predstavljenih podataka o kretanju ukupne premije sektora osiguranja, može se konstatovati da pandemija virusa COVID-19 ima direktni uticaj na ukupnu premiju osiguranja u smislu naglog pada premija putnog zdravstvenog osiguranja u kriznoj 2020. godini, a sa druge strane na nagli porast premija osiguranja od odgovornosti organizatora putovanja. Osiguravajuća društva su kontrolisanim poslovanjem i dobrom politikom upravljanja rizikom i investicijama, uspele da obezbede rast ukupne premije osiguranja uprkos padu premije putnog zdravstvenog osiguranja u 2020. godini. U radu je istražen uticaj pandemije COVID-19 na industriju osiguranja, proučavajući slučaj Srbije, a značaj istraživanja se ogleda u pružanju praktičnih uvida za istraživače osiguranja, osiguravače i druge koji traže rešenja za rizike povezane sa pandemijom.

Dalji razvoj aktivnosti u turizmu i osiguranju iznova je stavljen pod znak pitanja usled političkih nestabilnosti razvijenih zemalja što se odražava na ekonomsku neizvesnost tj. platežnu sposobnost stanovništva naše zemlje te mogućnosti za putovanjima van granica države. Povrh svega, u Srbiji i dalje postoji nizak nivo razvijenosti svesti stanovništva o raznovrsnosti proizvoda osiguranja i njihovoj važnosti.

LITERATURA

1. Akesson, J., Ashworth-Hayes, S., Hahn, R., Metcalfe, R. D., & Rasooly, I. (2020). *Fatalism, beliefs, and behaviors during the COVID-19 pandemic* (No.w27245). National Bureau of Economic Research.
2. Babuna, P., Yang, X., Gylbag, A., Awudi, D. A., Ngmenbelle, D., & Bian, D. (2020). The impact of Covid-19 on the insurance

- industry. *International journal of environmental research and public health*, 17(16), 5766.
3. Beta (2020a). Predstavnicima turističkih agencija sa novom ministarkom o polisama osiguranja, Preuzeto sa: <https://rs.n1info.com/biznis/a667924-predstavnicima-turistickih-agencija-sa-novom-ministarkom-o-polisama-osiguranja/>
 4. Beta (2020b). Seničić: Polise osiguranja putovanja obezbedilo oko 100 od 400 turističkih agencija, Preuzeto sa: <https://www.danas.rs/vesti/ekonomija/senicic-polise-osiguranja-putovanja-obezbedilo-oko-100-od-400-turistickih-agencija/>
 5. Caponecchia, C., & Tan, D. T. (2019). Exploring the traveler underinsurance problem. *Annals of Tourism Research*, 76, 343-345.
 6. Choe, Y., Kim, H., & Choi, Y. (2022). Willingness to pay for travel insurance as a risk reduction behavior: health-related risk perception after the outbreak of COVID-19. *Service Business*, 1-23.
 7. Devi, S. (2020). Travel restrictions hampering COVID-19 response. *Lancet (London, England)*, 395(10233), 1331.
 8. Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism* 1–20., Preuzeto sa: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>.
 9. Harris, Timothy F., Yelowitz, Aaron, Courtemanche, Charles (2020). Did COVID-19 Change Life Insurance Offerings?, *IZA Discussion Papers 13912*, Institute of Labor Economics (IZA).
 10. Ikonić, I., Milić, D. (2021). Uloga medija i inovacije u osiguranju kao faktor konkurentnosti u ambijentu virusa COVID-19, 2. *Naučno-stručni skup kreativno poslovanje u održivom razvoju „Inovacije u poslovanju kao faktor konkurentnosti u ambijentu virusa COVID-19“*, Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije - MPK, Novi Sad
 11. Institut za razvoj i inovacije. (2020). *Efekti ekonomskih mera za ublažavanje negativnih posledica COVID-19 na privredu*, Preuzeto sa: https://naled.rs/htdocs/Files/06839/Analiza_efekata_ekonomskih_mera_za_ublazavanje_negativnih_posledica_COVID-19_na_privredu.pdf
 12. Jovanović, S. (2021). Uticaj pandemije Covid-19 na osiguranje, *Tokovi osiguranja*, 1 (21), 41-69.
 13. Kostić, S., Kovačević Berleković, B. (2021). Research of the influence of sociodemographic characteristics of tourists on the choice of a

- travel destination in the context of Covid-19 pandemic, *International Journal of Economic Practice and Policy*, 1 (18), 64-76.
14. Kranjčević, J. (2020). *Turizam i zdravstvena sigurnost*. Zagreb, Institut za turizam.
 15. Marić, R., Đurković-Marić, T. (2020). Consequences of COVID-19 pandemic on placement of consumer products on the global market and the market of the Republic of Serbia. *Škola biznisa*, (2), 126-141.
 16. Marović, B., Njegomir, V. (2021). *Uticaj pandemije Covid-19 na osiguranje i reosiguranje – globalni i regionalni aspekt*, Sarajevo: SorS.
 17. Metz, J. (2021). *How Covid-19 Has Changed Travel Insurance Purchases*, Forbes Advisor. <https://www.forbes.com/advisor/travel-insurance/covid-19-changes-purchases/>
 18. Narodna banka Srbije (NBS). (2021). Sektor osiguranja u Republici Srbiji – izveštaj za 2021. godinu, Preuzeto sa: https://www.nbs.rs/export/sites/NBS_site/documents/osiguranje/izvestaji/izv_IV_2021.pdf
 19. Naseeb, H., Diab, A. A., & Metwally, A. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on medical and travel insurance pricing and fraud risks: An exploratory study. *Journal of Risk Management in Financial Institutions*, 14(1), 59-71.
 20. Petrović, M. (2021). Pandemija kovida 19: zdravstveni rizici i opsežne štetne posledice po privredne i druge tokove, *Tokovi osiguranja*, 37 (1) 70-102
 21. Pranali, N., Vinita, A.K. (2020). Impact of COVID-19 on Health Insurance Sector, *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*, 2582-393.
 22. Preda, A., Popescu, M. & Drigă, I. (2021). The impact of covid-19 on global insurance market. In *MATEC Web of Conferences* (342). EDP Sciences.
 23. Quantum Market Research. (2017). Survey of Australians' travel insurance behaviour. Preuzeto sa: <https://www.smartraveller.gov.au/sites/default/files/2019-11/ICA-DFAT-Survey-of-Australian-Travel-Insurance-Behaviour-2017.pdf>
 24. Quantum Market Research. (2018). Traveller behaviour in South East Asia. Preuzeto sa: <https://www.smartraveller.gov.au/sites/default/files/2019-11/ICA-DFAT-Survey-of-Traveller-Behaviour-in-South-East-Asia-2018.pdf>

25. *Republički zavod za statistiku (RZS)*. (2021). Trendovi Q1Q2Q3Q4, Preuzeto sa: <https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/Pdf/G20228001.pdf>
26. Risimović, R., Đurić, I., Đurić, M. (2022). Poslovanje sektora osiguranja u Republici Srbiji u uslovima pandemije kovida-19. *Tokovi osiguranja*, 38 (1), 111- 129.
27. Sharmon, I., Curtale, R., Hajibaba, H. (2020). Drivers of travel insurance purchase. *Journal of Travel Research*, 59 (3), 545–558.
28. Shivani, V. (2021). How much Covid – 19 protection does travel insurance offer in 2021?, CNN, Preuzeto sa: <https://edition.cnn.com/travel/article/travel-insurance-pandemic-2021/index.html>
29. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*.
30. Šipovac, Z., Šipovac, L. (2015). Uloga putnog zdravstvenog osiguranja na rast i razvoj turizma, *Naučno stručna konferencija Jahorinski poslovni dani 2015.*, Ekonomski fakultet Pale, Univerzitet u Istočnom Sarajevu
31. SquareMouth - Travel Insurance (2022, Avgust 15), Travel Insurance Reviews & Ratings, Preuzeto sa: <https://www.squaremouth.com/travel-insurance-reviews>
32. Šta pokriva polisa? (n.d.) *DDOR osiguranje*, Preuzeto sa: <https://www.ddor.rs/stanovnistvo-proizvodi/putno-osiguranje/>
33. Sve o putnom zdravstvenom osiguranju (n.d.) *Media1.zastupnikosiguranja*. Preuzeto sa: <http://media1.zastupnikosiguranja.rs/2018/05/SVE-O-PUTNOM-ZDRAVSTVENOM-OSIGURANJU.pdf>
34. Swiss Re Institute. (2020). World insurance riding out the 2020 pandemic storm, Sigma no 4. <https://www.swissre.com/dam/jcr:d50acbcd-ce5c-4ee9-bc60-a3c1e55f8762/sigma-4-2020-en.pdf>
35. *Swiss Re Institute*. (2021). Turbulence after lift-off: global economic and insurance market outlook 2022/23, Sigma No 5., Preuzeto sa: <https://www.swissre.com/dam/jcr:f0561771-6248-4cab-a21e-57adf78ce378/swiss-re-institute-sigma-5-2021-en.pdf>
36. Tan, D., & Caponecchia, C. (2021). COVID-19 and the public perception of travel insurance. *Annals of Tourism Research*, 90, 103-106.

37. *Turizam u Beogradu za vreme pandemije korona virusa*. (2022). *Turisti održavaju Beograd.*, Preuzeto sa: <https://tob.co.rs/beograd/turizam-u-beogradu-za-vreme-pandemije-korona-virusa/>
38. Uğur, N. G., & Akbıyık, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism management perspectives*, 36, 100744.
39. UN World Tourism Organization. *Tourism Highlights 2019*. Preuzeto sa: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
40. Wilson, M. E., & Chen, L. H. (2020). Re-starting travel in the era of COVID-19: preparing anew. *Journal of travel medicine*, 27(5), taaa108.
41. World Travel & Tourism Council (WTTC). (2020). Preuzeto sa: <https://wttc.org/About/About-Us/media-centre/press-releases/press-releases/2020/latest-research-from-wttc-shows-an-increase-in-jobs-at-risk-in-travel-and-tourism>
42. *World Travel & Tourism Council*. (2021). *Serbia 2021 Annual Research: Hey Highlights*
43. Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic—A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism management*, 81, 104164.

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON TOURISM INSURANCE ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF SERBIA

Bojana Kovačević Berleković

Dragana Milić

Tatjana Bošković

Abstract: *The aim of the work is to investigate the impact of the pandemic caused by the covid-19 virus on certain forms of insurance in tourism in the market of the Republic of Serbia. The field research was conducted in the period from January to July 2022, and the subject of the research was to investigate the impact of the COVID-19 pandemic on the number and type of insurance plans, the amount of the premium, and the dynamics of insurance in tourism in the Republic of Serbia. The methods used in the work are the inductive-deductive method, the method of analysis and synthesis, the method of observation, the method of comparison, and the statistical method. The research has led us to the conclusion that certain forms of insurance in tourism did not resist the challenge of the pandemic, which confirmed the basic research hypothesis H1. The results of the research indicate that the most dynamic changes relate to tour operator guarantees and travel health insurance, and the importance of the research lies in the fact that it offers practical insights into the matter much needed for insurance researchers, insurers, policyholders, and others looking for solutions to risks associated with the pandemic.*

Keywords: *insurance, tourism, COVID-19, Serbia.*

STRUČNI RADOVI

ELEMENTI KRIVIČNOG DELA KRIJUMČARENJE KAO OBLIKA PROFESIONALNOG KRIMINALITETA

Marković Svetlana¹

Soleša Dimitrije²

Vladislavljević Radovan³

Sažetak: Cilj rada je da se prikažu elementi krivičnog dela krijumčarenje, kojim se vrši povreda pravno zaštićenog interesa države. Krivično delo krijumčarenje, kao oblik profesionalnog kriminaliteta, prilagodilo se svim promenama, kako na unutrašnjem, tako i na međunarodnom planu, te je postalo u još većoj meri opasnije za ekonomiju, ali i za bezbednost zajednice u celini. Način izvršenja krijumčarenja ukazuje na to da se krijumčarenje sastoji u unošenju, ali i u iznošenju robe domaćeg ili stranog porekla van carinske kontrole, preko državne granice. Kao takvo, krivično delo krijumčarenje propisano je odredbom člana 236 Krivičnog zakonika Republike Srbije, kojim je omogućena zaštita carinskog sistema, a u određenoj meri i tržišta na kojem se mogu izazvati određeni poremećaji nelegalnim uvozom robe, kao i zaštita u cilju suzbijanja nelegalnog uvoza robe. Cilj carinjenja robe jeste zaštita ekonomskih, fiskalnih i finansijskih interesa Republike Srbije, zaštita Republike Srbije od nezakonite i ilegalne trgovine, bezbednost i zaštita ljudi i životne sredine, i olakšavanje međunarodne trgovine.

¹ Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Cvećarska 2, e-mail: smarkovicw@gmail.com

² Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad, Cvećarska 2, e-mail: solesadimitrije357@gmail.com

³ Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad, Cvećarska 2, e-mail: radovan.vladislavljevic@fimek.edu.rs

***Ključne reči:** krijumčarenje / profesionalni kriminalitet / carinski sistem / nelegalni uvoz.*

UVOD

Elementi krivičnog dela krijumčarenja obuhvataju: objekat zaštite, objekat napada, radnju izvršenja, posledicu i kvalifikovani oblik dela.

Objekt zaštite predstavlja carinski sistem, dok je objekat napada carinska roba. Naime, neposredni objekat krivičnopravne zaštite kod krivičnog dela krijumčarenje jeste carinski sistem koji predstavlja jedan od faktora funkcionisanja tržišta, to jest tržišne privrede zemlje (Delić, 2010, 477). Carinski sistem određene zemlje predstavlja sastavni deo privrednog sistema te zemlje, čiji se razvoj ne može zamisliti bez razvoja carinskog sistema, a naročito ako se radi o zemlji otvorenoj za međunarodnu trgovinsku razmenu, kao preduslovom za savremenu državu. Ni u ekonomskom, kao ni u političkom smislu, ne može postojati prosperitet, ako država ne neguje otvorenu međunarodnu saradnju, međunarodnu robnu razmenu sa više zemalja, jer to omogućava dalji razvoj proizvodnje i podizanje produktivnosti rada u samoj zemlji. Pored toga, uvoz i međunarodna razmena između više zemalja doprinose jačanju razvoja proizvodnje i u zemlji u koju se ta roba unosi (Stanković, 1987, 23).

Krivično delo krijumčarenje ima dva oblika – osnovni i teži. Radnja osnovnog oblika može se ostvariti prenošenjem robe preko carinske linije, izbegavajući mere carinskog nadzora ili prenošenjem robe od strane naoružanog lica, u grupi ili uz upotrebu sile ili pretnje. Izvršilac dela može biti svako lice, dok je u pogledu krivice potreban umišljaj. Za ovo delo kumulativno je propisana kazna zatvora od šest meseci do pet godina i novčana kazna, uz koju se učiniocu dela obavezno izriče i mera bezbednosti oduzimanje predmeta, to jest neocarinjene robe.

Radnja izvršenja drugog, težeg oblika krivičnog dela krijumčarenje javlja se u dva vida. Na prvom mestu, radnja izvršenja krivičnog dela krijumčarenje se sastoji u bavljenju prodajom, rasturanjem ili prikrivanjem neocarinjene robe, dok na drugom mestu, radnja ovog oblika krivičnog dela postoji u slučaju organizovanja mreže preprodavaca ili posrednika za rasturanje neocarinjene robe. Teži oblik krivičnog dela krijumčarenja, postoji u slučaju kada se učinilac bavi prodajom,

rasturanjem ili prikrivanjem neocarinjene robe, što znači da se radi o kolektivnom krivičnom delu, koje se sastoji u preduzimanju višekratnih delatnosti, u dužem vremenskom periodu i na širem prostoru i kada učinilac organizuje mrežu preprodavaca ili posrednika za rasturanje neocarinjene robe (Jovašević, 2017, 163). Za ovo krivično delo kumulativno je propisana kazna zatvora u trajanju od jedne do osam godina (Krivični zakonik, 2005, član 236 stav 2).

Objekt krivičnog dela

Objekt napada krivičnog dela krijumčarenje obuhvata carinske i druge uvozne dažbine propisane zakonodavstvom Republike Srbije. Objekt zaštite ovog krivičnog dela jeste ekonomski sistem i bezbednost građana jedne zemlje. Pre svega se štite carine, ali i druge dažbine koje se plaćaju na promet i prihodi koji nastaju po osnovu uvoza i izvoza robe – porez na dodatu vrednost, porez na dobit pravnih lica, akcize, porez na dohodak građana, kao i druge uvozne i izvozne dažbine (Kulić, Minić, 2012, 300). „Carina predstavlja javnu dažbinu. Oгледа se u obavezi vlasnika robe da plati propisan iznos novca u korist budžeta države” (Kuzmanović, 2004). Ova vrsta dažbine naplaćuje se, kada se roba uvozi iz inostranstva (uvozna carina), kada se prevozi ili prenosi preko državne granice (tranzitna carina) ili izvozi u inostranstvo (izvozna carina). „Elementi za obračun dažbina su stopa carine i iznos dažbina u skladu sa Carinskom tarifom i svrstavanjem robe po tarifi, kao i poreklo robe, carinska vrednost robe, količina i vrsta robe” (Kuzmanović, 2004, 105).⁴ Carinska tarifa je uređena Zakonom o carinskoj tarifi. „Zakon o carinskoj tarifi sadrži pravila o obračunavanju carine, kao i sistem naziva robe koja se uvozi, unosi ili prima u carinsko područje Republike Srbije, odnosno izvozi, iznosi ili šalje iz carinskog područja Republike Srbije itd.” (Zakon o carinskoj tarifi, 2005, član 1). Kako bi se primenila carinska tarifa, roba se sistematizuje u tarifne brojeve i tarifne podbrojeve u skladu sa Zakonom.

Carina se može definisati kao posredan porez (Popović, 1997, 854). Uvođenje carine kao oblika posrednog poreza u sistem javnih prihoda, izvršeno je iz fiskalnih ciljeva, kako bi se obezbedilo dovoljno sredstava za

⁴ U Jugoslaviji su se carinske tarife počele primenjivati od 26. jula 1965. godine. Carinska tarifa zasnovana je na Međunarodnoj konvenciji o harmonizovanom sistemu naziva i šifarskih oznaka robe, koju je Jugoslavija ratifikovala i koja se primenjuje od 1. januara 1988. godine, a koja je danas usklađena sa Kombinovanom nomenklaturom Evropske unije.

alimentiranje, odnosno pružanje potpore javnim potrebama (Raković, 2007, 289). „Carine, kao instrument spoljnotrgovinske politike, mogu da deluju na formiranje i menjanje odnosa troškova i cena na domaćem tržištu, a preko cena i na uvoz i izvoz, ravnotežu trgovinskog i platnog bilansa, ubrzanje ili usporavanje određene grane ili privrede u celini, zaposlenost, tražnju i potrošnju i sl.” (Raičević, 2005, 238).

Ovim krivičnim delom štiti se i trgovina kao oblik privredne delatnosti, kojom se vrši kupoprodaja robe i drugih dobara namenjenih upotrebi i potrošnji. Od toga na koji način trgovina funkcioniše u velikoj meri zavise mnoge proizvodne i druge privredne delatnosti. Dobro organizovan promet robe jeste važna pretpostavka za uspešno privredno poslovanje. Iz tog razloga je važno da funkcionisanje prometa robe bude pravno regulisano i zaštićeno, posebno od pojava oblika njegovog nezakonitog vršenja (Kulić, Minić, 2012, 301). Značajna uloga carina jeste i zaštita razvoja domaće proizvodnje, na taj način što povećanjem carine na uvoz određenih proizvoda, ti proizvodi postaju mnogo skuplji nego domaći, te se na taj način domaćim proizvodima obezbeđuje plasman na tržištu, povećava im se proizvodnja i njihovo usavršavanje, na osnovu čega postaju konkurentniji na tržištu, a kao posledica stimulacije proizvodnje, omogućava se i veće zapošljavanje. Zaštitne carine se uvode i kod proizvodnje, koja ne može da izdrži konkurenciju strane robe. Takođe, carinom mogu da se regulišu cene na domaćem tržištu, kao i da se vrši preraspodela nacionalnog dohotka zato što zaštićena grana proizvodnje postaje privlačnija za investicije u odnosu na nezaštićene grane (Kulić, 1999, 183).

„Objekt radnje krivičnog dela krijumčarenje jeste roba koja se prenosi preko carinske linije, a odnosi se na svu robu, i to bez obzira da li je uvoz dopušten, zabranjen ili ograničen. Ipak, potrebno je naglasiti da objekti radnje krivičnog dela krijumčarenje mogu biti samo pokretne stvari, to jest stvari koje se mogu fizički prenositi preko carinske linije. Objekt radnje kod ovog krivičnog dela može biti roba čiji su promet i proizvodnja dozvoljeni, kao i proizvodi čija je proizvodnja zbog očuvanja javnog poretka, sprečavanja biljnih i stočnih bolesti, zaštite zdravlja ljudi, zaštite javnog morala kao i iz drugih opravdanih razloga, zabranjena ili strogo ograničena” (Milošević, 2003, 602–603). „U tom smislu, krijumčarenje cigareta i rezanog duvana datira od 2012. godine, kada je naglo povećana akciza na duvanske proizvode.” (Nikolić et al., 2016, 171). Putevi

krijumčarenja cigareta i rezanog duvana vode iz Crne Gore i Bosne i Hercegovine, i kreću se ka zemljama Evropske unije, gde se Srbija pojavljuje kao tranzitna zemlja (Nikolić et al., 2016, 171). Objekt radnje mogu biti i nelegalno iznošene i unošene devize. U skladu sa Zakonom o deviznom poslovanju (2006) carinski službenici kontrolišu iznošenje i unošenje u Republiku Srbiju efektivnog stranog novca, dinara, čekova i hartija od vrednosti u putničkom, robnom i poštanskom saobraćaju, pri čemu imaju mogućnost za privremeno oduzimanje navedenih predmeta, koji su u većem iznosu od onoga koji je propisan aktom Narodne banke Srbije (član 47-48). „S druge strane, carinskom robom se ne smatraju: javne isprave, pismonosne pošiljke koje ne sadrže carinsku robu, trgovačka korespondencija, poslovne knjige i pravna, robna i finansijska dokumentacija, menice, čekovi, obveznice, akcije i efektivni novac” (Čejović, 2008, 477).

Neposredni objekt krivičnopravne zaštite krivičnog dela krijumčarenje jeste carinski sistem, koji predstavlja jedan od faktora funkcionisanja tržišta (Delić, 2010, 477). Carine predstavljaju posebnu vrstu javnih prihoda koju država naplaćuje prilikom prelaska robe preko državne granice i na taj način čine jedan od najznačajnijih instrumenata spoljnotrgovinskog prometa. Carine mogu imati fiskalne ekonomske i socijalne ciljeve. Fiskalni ciljevi se ogledaju kroz prikupljanje odgovarajućih finansijskih sredstava, dok se ekonomskim štiti domaća privreda, to jest određena grana od spoljne konkurencije. Kroz socijalne ciljeve se utiče na cene određenih proizvoda, koji su od interesa za životni standard određenih socijalnih grupa, na taj način što se deluje na stimulisanje potrošnje preko snižavanja cena određene grupe proizvoda (Raičević, 2005, 238).

Prema osnovnoj ekonomskoj funkciji, carine mogu biti fiskalne ili zaštitne (ekonomske). Cilj uvođenja fiskalnih carina jeste da se obezbede prihodi za pokriće javnih rashoda i najčešće se uvode na luksuzne proizvode. Uvođenjem ekonomskih carina štiti se domaća proizvodnja. Njihovom primenom povećava se cena uvozne robe čime se utiče na smanjenje njene konkurentnosti na domaćem tržištu (Raičević, 2005, 423).

Međutim, relevantno je navesti da carinska politika predstavlja integralni element ukupne ekonomske politike jedne države i kao takva čini sastavni deo nacionalne zaštitne politike u međunarodnim ekonomskim odnosima. Carinska politika jedne zemlje podrazumeva svesno usmeravanje razvoja domaće proizvodnje, koja je od interesa za privredu jedne zemlje, uz

pomoć društvenih instrumenata i instituta koji su u vezi sa carinskom zaštitom (Stanković, 1987, 139). Carinska politika predstavlja deo ekonomske politike jedne države i uslovljena je njom, posebno delom koji se odnosi na privredni razvoj, domaću proizvodnju, cene i spoljnotrgovinsku razmenu. Od nje se očekuje da osigura usklađenost tokova razvoja carinske zaštite i kontinuitet u razvoju carinske zaštite, što se prvenstveno postiže dugoročnim aktima carinske zaštite, kao što su Carinski zakon i Zakon o carinskoj tarifi i utvrđenih instrumenata. Osnovni instrumenti carinske politike su dugoročni – carinske stope, carinska osnovica i carinski preferencijali, dok pomoćne instrumente čine carinski kontingenti, sezonske carinske stope, povraćaj carine itd. Putem ovih instrumenata omogućava se blagovremeno i efikasno dejstvo carinske politike, najčešće u kraćem periodu, čime se uloga carine prilagođava tekućim privrednim kretanjima (Bogićević, 2002, 13).

Iako se savremeni carinski sistemi uređuju autonomno, veoma često su prožeti nizom međunarodnih rešenja i propisa koji su u njega inkorporirani ratifikacijom niza međunarodnih rešenja, što je i razumljivo kada se ima u vidu sve veća međunarodna privredna saradnja između država, kao i stvaranje niza međunarodnih organizacija, čiji je cilj unapređivanje međunarodne trgovine i smanjenje carinske i vancarinske prepreke u toj trgovini, što dovodi i do prenošenja niza pravila u nacionalni carinski sistem. Navedeno je korisno iz razloga što unificiranje određenih rešenja u carinskim sistemima više država dovodi do efikasnijeg realizovanja niza instituta iz oblasti carina (Čukalović, 2005, 4).

S obzirom na to da izvršenje krivičnog dela krijumčarenja ima svojih posledica, koje se pre svega odnose na fiskalni sistem, to jest budžet, pretežni oblik zaštite, kako je već navedeno, predstavlja fiskalni sistem. Ipak, neophodno je uzeti u obzir da će pridruživanje Republike Srbije Evropskoj uniji uticati na to da će se krivičnim delom krijumčarenje štiti pre svega finansijski interesi Evropske unije. „U tom smislu i Konvencija o zaštiti finansijskih interesa Evropske unije (Convention of the protection of the European Communities financial interests, 1995), predviđa obavezu za zemlje članice da svojim nacionalnim zakonodavstvima propišu sankcije, ali i zatvorske kazne za krivična dela kojima se ugrožavaju finansijski interesi Evropske unije, što se odnosi ne samo na ponašanja kojima se sprečava trošenje sredstava iz fondova Evropske unije, nego i na

ponašanja kojima se sprečava priliv tih sredstava u budžet” (Stevanović, Čolović, 2017, 266).

Radnja izvršenja

Krivično delo krijumčarenje, u skladu sa zakonskom formulacijom, ima dva oblika – osnovni i teži (Krivični zakonik, 2005, član 236 stav 1). Radnja izvršenja osnovnog oblika krijumčarenja ima dva oblika: bavljenje prenošenjem robe preko carinske linije, uz izbegavanje mera carinskog zakona i prenošenje robe preko carinske linije izbegavajući mere carinskog nadzora, ako je okrivljeni naoružan, u grupi ili uz upotrebu sile ili pretnje. U prvom slučaju radi se o bavljenju prenošenjem robe preko carinske linije, dok je u drugom slučaju dovoljno da to bude učinjeno samo jednom.

Kako bi postojalo krivično delo krijumčarenje, neophodno je da se prenošenje robe preko carinske linije vrši izbegavanjem mera carinskog nadzora. Carinski nadzor obuhvata mere kojima se sprečava neovlašćeno postupanje sa carinskom robom i obezbeđenje njene istovetnosti, dok se ne sprovede carinski postupak. Carinski nadzor naročito obuhvata čuvanje i pregled carinske robe, stavljanje carinskih obeležja, pretres i pregled prtljaga, putnika i lični pregled putnika i sl. Ovom nadzoru podležu carinska roba, putnici, posada prevoznih i prenosivih sredstava (Čejović, 2008, 575-576).

Kada je reč o kolektivnom krivičnom delu (Delić, 2010, 480) neophodno je istaći da je ono predstavlja zakonsku konstrukciju jedinstvenog krivičnog dela, kod kojeg se više ponovljenih činjenja istog dela smatra jednim krivičnim delom, zbog posebnog psihičkog odnosa učinioca prema vršenju ovih dela. Kako bi postojalo kolektivno krivično delo, mora postojati istovetnost učinjenih dela – radnje, vremenskog kontinuiteta njihovog preduzimanja, kao i poseban psihički odnos učinioca prema vršenju tih dela. Najupadljivija karakteristika kolektivnog krivičnog dela jeste poseban psihički odnos učinioca prema vršenju dela, odnosno radnji koje ulaze u sastav kolektivnog krivičnog dela, što istovremeno predstavlja i najvažniji osnov povezivanja tih dela u jedinstveno kolektivno krivično delo. Ovaj odnos se može manifestovati kroz vršenje dela u vidu zanata, zanimanja ili iz navike, a s obzirom na karakteristike navedenih odnosa, mogu se razlikovati tri vrste kolektivnog krivičnog dela, i to: krivično delo u vidu zanata, krivično delo u vidu zanimanja i krivično delo iz navike (Sržentić, 1995, 239).

Motiv ostvarivanja krivičnog dela krijumčarenje jeste ostvarivanje prihoda, ali učiniocu ovo ne mora biti glavno zanimanje, niti jedini izvor prihoda. Za izvršenje radnje ovog krivičnog dela nije od važnosti da li se prenošenje robe preko carinske linije vrši preko carinskog, to jest graničnog prelaza ili van njega, odnosno ilegalnog graničnog prelaza. Pored toga, nije od značaja ni na koji način se roba prenosi, da li je to automobil, voz, avion itd. ili neko drugo prevozno sredstvo ili pak sopstvena snaga izvršioca ovog krivičnog dela (Kulić, Minić, 2012, 303-304).

Kako bi postojala radnja prenošenja robe izbegavajući mere carinskog nadzora, neophodno je da bude ostvarena bar jedna od ovih okolnosti:

- „ako je pri prenošenju robe lice naoružano,
- ako je prenošenje izvršeno u grupi i
- ako je pri prenošenju upotrebljena sila ili pretnja” (Đorđević, Kolarić, 2020, 136).

„S obzirom na navedene okolnosti od kojih bar jedna mora biti ostvarena, kako bi postojalo ovo krivično delo, prenošenje robe se po pravilu vrši van graničnog prelaza, što zapravo ukazuje na to da se izbegavaju mere carinskog nadzora” (Stojanović et al., 2017, 98). U svim ostalim slučajevima, a prema Carinskom zakonu, prenošenje robe preko carinske linije izbegavajući mere carinskog nadzora predstavlja samo carinski prekršaj. S tim u vezi, neophodno je razlikovati krivično delo od prekršaja iz člana 265 Carinskog zakona, koji postoji kada učinilac ne prijavi na propisan način robu koju unosi u carinsko područje ili je iznosi iz carinskog područja ili ako izuzme robu ispod carinskog nadzora, čime izbegava carinsku kontrolu, kao i ukoliko ne dopremi robu carinskom organu i u deklaraciji ne prikaže svu robu koja podleže carinskom postupku. Naime, sva roba koja se uvozi ili izvozi ili prenosi preko carinske linije mora se prijaviti carinskoj službi. Dužnost putnika je da prilikom prelaska carinske linije prijavi i na zahtev carinskog radnika pokaže sve stvari koje nosi sa sobom. Neprijavljenim stvarima smatraju se oni predmeti koje putnik nije prijavio do trenutka kada ga je carinski radnik pozvao da to učini. Izbegavanje mera carinskog nadzora vrši se sakrivanjem ili neprijavlivanjem sakrivene robe ili samim neprijavlivanjem. Faktičko je pitanje kada se roba smatra sakrivenom? Ukoliko je roba na vidnom mestu onda je reč o neprijavljenoj robi, a ne o

sakrivenoj. Za postojanje krivične odgovornosti važno je da se utvrdi namera da se prenošenje robe vrši sa ciljem izbegavanja carinskog nadzora (Simić, 1994, 38).

Osnovni oblik krivičnog dela krijumčarenje može se izvršiti prenošenjem robe preko carinske linije, izbegavajući mere carinskog nadzora od strane grupe. „Odredbom člana 112, stav 22 Krivičnog zakonika grupu čine najmanje tri lica radi trajnog ili povremenog vršenja krivičnih dela, pri čemu ova lica ne moraju imati definisane uloge, niti kontinuitet članstva ili razvijenu strukturu” (Član 112 stav 35, Krivični zakonik RS, Službeni glasnik RS). U ovom slučaju, delo se vrši kolektivno, s tim da lica koja ga vrše mogu biti različito organizovana, sa različitim ulogama pojedinaca u grupi, a jedino je važno da postoji njihovo zajedničko delovanje u vršenju ovog krivičnog dela (Kulić, Minić, 2012, 305).

Prema Priručniku za suzbijanje privrednog kriminaliteta i korupcije: „Krivično delo krijumčarenje može se izvršiti upotrebom sile ili pretnje. Sila predstavlja upotrebu snage prema nekom licu i upravljena je na neku radnju – činjenja ili nečinjenja. Sila se najčešće upotrebljava u cilju savladavanja otpora nekog lica, s tim da nije od važnosti da li je bilo otpora, dovoljno je da se on očekivao. Pri upotrebi sile, upotrebljena snaga može biti telesna ili mehanička, a prema odredbi člana 112, stav 12 Krivičnog zakonika silom se smatra i primena hipnoze i omamljujućih sredstava. Sila može biti apsolutna ili kompulzivna. Apsolutna je, ako je usled upotrebljene snage, onaj prema kome je upotrebljena, bio u potpunosti lišen mogućnosti da donese odluku o činjenju ili nečinjenju ili ako je bio sprečen da svoju odluku realizuje. Ona je apsolutna jedino, ako je bila neodoljiva, to jest ako se prisiljeni nije mogao suprotstaviti sili. Neodoljivost sile se procenjuje u svakom posebnom slučaju s obzirom na objektivnu situaciju i subjektivne mogućnosti lica na kome se primenjuje. S druge strane, sila je kompulzivna, kada usled upotrebe snage, lice nije bilo lišeno mogućnosti da donese odluku, ali je dejstvom sile njegova odluka bila iznuđena. Neposredna kompulzivna sila „se upotrebljava prema onom licu koje se prinuđava na određeno činjenje ili nečinjenje, dok se posredna sila upotrebljava prema nekom trećem licu, uglavnom prema bliskim srodnicima prinuđenog lica, a izuzetno i prema stvarima, kako bi se na taj posredan način uticalo na volju lica koje se prinuđava” (Lazarević, 2000, 149). Odredbom člana 21, stav 1 Krivičnog zakonika propisano je da „nije krivično delo ono delo koje je učinjeno pod dejstvom neodoljive sile.”

Pretnjom se označava stavljanje u izgled nekog zla, to jest neprijatnosti nekom licu, koje je takve prirode i značaja da podobno utiče na lice kome se preti u pravcu preduzimanja određene radnje. Pretnjom se jednom licu nagoveštava nanošenje izvesnih neprijatnosti, s tim da je to nagoveštavanje takve prirode da može da utiče na slobodu odlučivanja lica kome se preti. Kako bi se mogla smatrati osnovom koja isključuje krivicu, pretnja treba da bude ozbiljna, stvarna i ostvariva, posebno sa gledišta lica kome se preti.⁵ Zatim, pretnja treba da bude neotklonjiva, odnosno da se nije mogla izbeći ni na jedan način. Okolnost da je krivično delo učinjeno pod uticajem pretnje od značaja je kao okolnost prilikom odmeravanja kazne, u smislu olakšavajuće okolnosti (Čejović, Kulić, 2014, 199-200). Navedeno je potvrđeno odredbom člana 21, stav 2 Krivičnog zakonika da, ukoliko je delo učinjeno pod dejstvom pretnje, učinioocu se kazna može ublažiti.

U vezi sa krivičnim delom krijumčarenje, postavlja se pitanje sticaja sa krivičnim delom falsifikovanja isprave iz člana 355 Krivičnog zakonika, ukoliko je u isprave unet lažan podatak ili preinačen istinit podatak, u pogledu količine robe koja podleže carinskom nadzoru, te usled toga učinilac bude oslobođen plaćanja carine, iako roba koja se zaista prenosi podleže carinjenju. Stoga se može postaviti pitanje, da li u ovom slučaju postoji jedno krivično delo ili su ostvarena bića oba krivična dela. Na ovo pitanje odgovara Lazarević, navodeći da u ovom slučaju učinilac odgovara za izvršenje oba krivična dela. Pored toga, smatra da ukoliko je usred upotrebe sile ili pretnje odgovorno lice na carinskoj granici sprečeno u vršenju svojih službenih poslova, postojaće sticaj ovog krivičnog dela i krivičnog dela sprečavanje službenog lica u vršenju službene dužnosti iz člana 322 Krivičnog zakonika (Lazarević, 2011, 752).

Krivično delo krijumčarenje je dovršeno onda kada je roba prenet preko carinske linije. Pokušaj ovog krivičnog dela je moguć, što potvrđuje i presuda Vrhovnog suda Srbije u kojoj se navodi da su neosnovani navodi osuđenih u podnetom zahtevu da nije moguć pokušaj krivičnog dela iz člana 230, stav 1 Krivičnog zakonika. „Takođe, pravosnažnom presudom utvrđeno je da su osuđeni izbegavajući mere carinskog nadzora započeli

⁵ „Pretnja upiranjem plastičnog pištolja u oštećenu za koji je ona verovala da je pravi, predstavlja kvalifikovanu pretnju kojom se stavlja u izgled napad na život i telo.“ Presuda Vrhovnog suda Srbije, Kž-953/05 od 9. maja 2006. godine.

prenošenje robe preko carinske linije koje nisu dovršili, jer su u tome bili sprečeni od strane ovlašćenih službenih lica” (Član 230, stav 1 Krivičnog zakonika, Službeni glasnik Republike Srbije).

„S obzirom na to da se radnja krivičnog dela sastoji u prenosu robe preko carinske linije izbegavanjem mera carinskog nadzora, načelno je moguć pokušaj ovog krivičnog dela, kada prenos robe preko carinske linije nije dovršen, kako je i utvrđeno u pravosnažnoj presudi. Pri tome je Sud imao u vidu Zakonom zaprečenu kaznu za navedeno krivično delo (od šest meseci do pet godina zatvora i novčana kazna), kao i da je odredbom člana 30, stav 1 Krivičnog zakonika, propisano kažnjavanje za pokušaj krivičnog dela za koje se po Zakonu može izreći kazna zatvora od pet godina ili teža kazna, te su iz tog razloga neosnovani navodi u zahtevu da pokušaj navedenog krivičnog dela nije moguć.”⁶ (Stojanović, Miloradović, Radisavljević, Trešnjev, 2017, 101)

„Međutim, kako je krijumčarenje dvoaktno krivično delo, postoje određeni problemi kod razgraničenja pokušaja sa dovršenim delom, kao i sa nekažnjivim pripremnim radnjama. Za dovršeno delo je potrebno da roba bude prenet preko carinske linije, a da su pri tome preduzete i određene radnje – činjenje ili propuštanje – koje su upravljene na to da se izbegne carinski nadzor. Pokušaj bi postojao, ukoliko roba još nije prenet preko carinske linije, ali su preduzete određene radnje koje su usmerene na to da se izbegne carinski nadzor” (Stojanović, Miloradović, Radisavljević, Trešnjev, 2017, 99).

„S obzirom na to da je carinska linija istovetna sa državnom granicom, postavlja se pitanje kada je započeta radnja prelaženja carinske linije, to jest granice. Ukoliko je neko sa robom uhvaćen od strane pripadnika nadležnih organa na teritoriji Republike Srbije, to jest ako je već prešao granicu uz izbegavanje mera carinskog nadzora, što će uvek biti slučaj, ako se granica pređe van graničnog prelaza, radi se o dovršenom, a ne o pokušanom delu” (Stojanović, Miloradović, Radisavljević, Trešnjev, 2017, 99).

Međutim, ukoliko je osoba bila sprečena ili je iz nekog razloga odustala pre nego što je prešla granicu, postavlja se pitanje od kojeg momenta se radi o pripremnim radnjama, a od kada počinje pokušaj izvršenja krivičnog dela krijumčarenje. Kriterijum za pokušaj izvršenja ovog krivičnog dela može

⁶ Iz obrazloženja presude Vrhovnog suda Srbije u Beogradu, Kzp. 379/08 od 28. oktobra 2008. godine.

biti ulazak u granični pojas. „Takođe se postavlja pitanje prostornog važenja, zato što se u tom slučaju naše pravo ne bi moglo primenjivati po teritorijalnom principu, dok bi eventualna primena našeg prava primenom nekog drugog principa prostornog važenja otvorila niz pravnih i faktičkih pitanja. Ukoliko se radi o unošenju robe preko graničnog prelaza uz izbegavanje mera carinskog nadzora, kao što je skrivanje robe, neprijavlivanje i sl., a da je učinilac otkriven od strane nadležnih organa, to jest pripadnika carinske ili granične policije, po pravilu se radi o dovršenom krivičnom delu, što znači da je roba preneta preko carinske linije. U navedenoj situaciji bio bi moguć pokušaj jedino druge radnje izvršenja ovog krivičnog dela – izbegavanje mera carinskog nadzora” (Stojanović, Miloradović, Radislavljević, Trešnjev, 2017, 99).

Posledica

Kod krivičnog dela krijumčarenje posledica nije posebno naglašena u samom opisu dela. Delo je izvršeno samim organizovanjem rasturanja neocarinjene robe preko mreže posrednika ili preprodavaca, kada se smatra da je nastupila i posledica, što znači da posledica ovog dela nastaje u momentu izvršenja radnje dela (Kulić, 1999, 196).

Posledica krivičnog dela krijumčarenja pojedinih predmeta i robe je najpre ekonomska nestabilnost izazvana neloyalnom konkurencijom na tržištu robe i usluga, kao i neplaćanjem carinskih i poreskih obaveza (budžetski deficit) (Milošević, 2003, 602). ”Krijumčarenjem određene vrste robe, to jest izbegavanjem plaćanja carinskih i poreskih obaveza, dolazi do pojave neloyalne konkurencije, što dovodi do ekonomske nestabilnosti države” (Nicević, Ivanović, 2012). Roba čijim se krijumčarenjem izaziva ekonomska nestabilnost najčešće je zlato, zatim slede plemeniti metali, tehnički proizvodi, automobili, roba široke potrošnje itd., dok krijumčarenje robe kao što su municija, oružje i droga predstavlja uzrok vršenja drugih krivičnih dela poput razbojništva, ubistva, oružane pobune i sl. Vršanjem ovih krivičnih dela ugrožava se bezbednost zemlje i njenih građana (Nicević, Ivanović, 2013, 192). Prema anketama i proceni Unije poslodavaca Srbije, dobijeni podaci ukazuju da krijumčarenje robe „predstavlja jedan od velikih problema i uzroka sive ekonomije. Pri tome se navodi da na godišnjem nivou crno tržište tekstilne robe ostvaruje prihod od čak 700 miliona evra” (Nikolić et al., 2016, 172).

S druge strane, krijumčarenje divljom florom i faunom predstavlja najunosnija krivična dela u svetu, a pokreće ga veoma visoka potražnja za proizvodima od divlje flore i faune, naročito u Aziji. Zbog posebno niskog nivoa svesti i blagih sankcija ovo tržište je posebno zanimljivo mrežama organizovanog kriminala u Evropskoj uniji, ali i u drugim delovima sveta. Zbog povećane potražnje, u poslednjih deset godina se čak udvostručio broj nezakonito ubijenih slonova. Zbog krijumčarenja biljaka i divljih životinja mnogim marginalizovanim zajednicama na svetu uskraćuje se mogućnost održivog načina života. Povezanost krijumčarenja sa korupcijom i nezakonitim novčanim tokovima, kao što je pranje novca, takođe narušava vladavinu prava i dobro upravljanje. Krijumčarenjem se podstiče i regionalna nestabilnost u centralnoj Africi, gde određene paravojne grupe finansiraju svoje aktivnosti prihodima od krijumčarenja divljom florom i faunom. Pored toga, narušava se i biorazličnost, što predstavlja pretnju za održavanje ekosistema.

Izvršilac

Izvršilac krivičnog dela krijumčarenje može biti svako lice koje sa robom prelazi carinsku liniju. Kada je reč o radnji težeg oblika krivičnog dela krijumčarenje, ono se, kako smo već naveli, javlja u dva oblika. Na prvom mestu, radnja ovog krivičnog dela sastoji se u bavljenju prodajom, rasturanjem ili prikrivanjem neocarinjene robe. Na drugom mestu, radnja krivičnog dela krijumčarenje postoji u slučaju organizovanja mreže preprodavaca ili posrednika za rasturanje neocarinjene robe. U pogledu izvršilaca, krijumčari za svoje saradnike biraju uglavnom osobe iz relativno bližeg okruženja, sa kojima su zavičajno povezani ili pak svoje rođake. U tom lancu krijumčarenja, saradnici kao nagradu za usluge dobijaju deo krijumčarene robe, te se tako i oni pretvaraju u prodavce iste robe (Milošević, Nikač, 2011, 146). Smatra se da su preprodavci i posrednici saizvršiocima u krivičnom delu krijumčarenje, kao lica koja su međusobno povezana, koja deluju jedinstveno, pri čemu svaki od učesnika preduzima neku od radnji izvršenja usmerenu na nelegalan prelaz robe preko granične carinske linije (Lazarević, 2011, 752). S druge strane, pojedini autori smatraju da prodavci ili posrednici nisu izvršiocima krivičnog dela krijumčarenje, nego krivičnog dela zločinačko udruživanje iz člana 346 Krivičnog zakonika ili krivičnog dela prikrivanja iz člana 221 Krivičnog zakonika (Stojanović et al., 2017, 99-100). U praksi se često naglašava da preprodavci i posrednici ne mogu biti saizvršiocima u krivičnom

delu krijumčarenje, nego samo pomagači, što i proizilazi iz samog smisla krivičnog dela, s tim da ni to ne mogu biti uvek, što zavisi od okolnosti konkretnog slučaja.

Veoma često se kao izvršilac krivičnog dela krijumčarenja pojavljuje carinski dužnik, pod kojim se podrazumeva svako lice koje je dužno da plati carinski dug. Dužnik je deklarant, to jest lice koje podnosi deklaraciju u svoje ime ili lice u čije se ime podnosi deklaracija.

Relevantno je navesti da se „krijumčarenje, prema tome ko ga može realizovati, manifestuje u dva osnovna oblika – pojedinačno i masovno krijumčarenje bez određenog modusa operandi i grupno i organizovano sa posebnim modusom operandi zavisno od robe koja se krijumčari. Oba oblika krijumčarenja vrše pojedinci koji koriste pogodne situacije, unoseći ili iznoseći iz zemlje veće količine robe izbegavajući mere carinskog nadzora. Ovi pojedinci krijumčare robu radi njene preprodaje ili u cilju zadovoljenja ličnih potreba” (Popadić, 1989, 56). Ovu vrstu krijumčarenja praktikuju naši državljani koji su privremeno zaposleni u inostranstvu, kao i zanatlije poput zlatara, juvelira, časovničara, trgovaca, automehaničara i poslovođa trgovinskih i komisionih radnji. Pored toga, oni se javljaju i kao otkupljivači i prikrivači takve robe (Đurđić, Zdravković, 2011, 254). „Grupno i organizovano krijumčarenje vrše profesionalni krijumčari, koji po unapred pomno i vešto osmišljenom i pripremljenom planu prenose velike količine razne robe, izbegavajući mere carinskog nadzora, koju potom preko mreže preprodavaca dalje prodaju, to jest rasturaju. Reč je o dobro organizovanim krijumčarskim grupama, koje su sastavljene od velikog broja lica sa tačno utvrđenim zadacima u krijumčarskoj delatnosti. Pripadnici ovih grupa odlikuju se zatvorenošću i nepoverljivošću prema nepoznatim licima i veoma dobro razrađenim metodama za ostvarivanje kontakata sa eventualnim kupcima. Prenos robe preko graničnih prelaza vrše na osnovu dobre pripreme grupe i prethodnog praćenja rada carinskih službi, kao i tehničke opremljenosti graničnog prelaza i drugih okolnosti koje će im omogućiti bezbedan prenos krijumčarskih predmeta” (Milošević, 2003, 608). Profesionalni krijumčari sposobni su da se u vreme kontrole prilagode trenutku, od toga da budu preterano predusretljivi ili nezainteresovani, da nude poklone, da budu preterano užurbani ili prividno pospani. Veoma često putuju noću, u vreme primopredaje smene na graničnom prelazu, imaju veći broj rezervnih guma od uobičajenog,

otiske prljavih ruku na automobilu i sl. (Milošević, Nikač, 2011, 153). Karakteristično za izvršioce ovih krivičnih dela jeste „i da kada budu otkriveni, negiraju svoju delatnost i imaju unapred pripremljenu priču, kako su se sticajem okolnosti u konkretnoj kriminalnoj situaciji našli bez svoje volje i bez znanja da se u određenom prevoznom sredstvu nalazi roba koja je namenjena krijumčarenju” (Nicević, Ivanović, 2013, 198).

Lica koja se profesionalno bave krijumčarenjem imaju organizacionu šemu rada koje se pridržavaju (Nicević, Ivanović, 2013, 198)⁷. Od velikog značaja je poznavati ovu šemu, to jest način unošenja krijumčarene robe u zemlju, kao i puteve i kanale koji se pri tome koriste, kako bi se delikt sprečio.

Krivica

Kod krivičnog dela krijumčarenje, u smislu krivice, podrazumeva se da postoji umišljaj koji obuhvata svesnost da se distribucija robe preko carinske linije vrši izbegavajući mere carinskog nadzora, da se to čini naoružano, u grupi⁸ ili uz upotrebu sile ili pretnje, što znači da se radi o direktnom umišljaju. Tako je presudom Opštinskog suda u Novom Pazaru „okrivljeni S.K. oglasen krivim da je učinio krivično delo krijumčarenje iz čl. 230, stav 1 KZ i osuđen na kaznu zatvora u trajanju od tri meseca, kao i na novčanu kaznu u iznosu od 30.000 dinara koju je dužan da plati u roku od tri meseca od dana pravnosnažnosti presude. U izreci prvostepene presude navedeno je da je okrivljeni prenosio robu preko carinske linije i to područja AP KiM, koju je kupio u Lipljanu, za Novi Pazar, čime je izreku presude učinio nerazumljivom, a u obrazloženju presude nije dao razloge o odlučnoj činjenici koja se tiče prelaska granice sa područja Autonomne pokrajine Kosova i Metohije u Republiku Srbiju.“⁹

⁷ Šema krijumčarskog rada sastoji se od krijumčarskog centra, krijumčarskog punkta i mreže posrednika i preprodavaca. Nabavka robe koja će biti krijumčarena se organizuje u krijumčarskom centru, pribavljaju se sredstva za plaćanje krijumčarenja te robe i pravi se organizacija za njenu distribuciju preko carinske linije, zaobilazeći mere carinskog nadzora. Krijumčarski punkt služi za prihvatanje krijumčarene robe i distribuciju u mreži posrednika, koji istu preuzimaju i vrše dalju prodaju krajnjim kupcima, to jest potrošačima.

⁸ Prema odredbi člana 112, stav 2 Krivičnog zakonika, grupu čini najmanje tri lica, koja su povezana radi trajnog ili povremenog vršenja krivičnih dela, koja ne mora da ima definisane uloge svojih članova, kontinuitet članstva ili razvijenu strukturu.

⁹ Rešenje Apelacionog suda u Kragujevcu, Kž. br. 2585/10 od 2. septembra 2010. godine.

Sankcije

Za krivično delo krijumčarenje iz osnovnog oblika propisana je kazna zatvora od šest meseci do pet godina i novčana kazna (Krivični zakonik, 2005, član 236 stav 1), dok je za teži oblik ovog krivičnog dela propisana kazna zatvora od jedne do osam godina zatvora i novčana kazna (Krivični zakonik, 2005, član 236 stav 2). Pored toga, učiniocu ovog krivičnog dela obavezno se izriče i mera bezbednosti oduzimanje predmeta, odnosno neocarinjene robe. Ovom merom bezbednosti oduzima se i prevozno ili drugo sredstvo, čija su tajna ili skrovića mesta iskorišćena za prenos robe ili koje je namenjeno za izvršenje krivičnog dela krijumčarenje, pod uslovom da je vlasnik ili korisnik vozila znao ili mogao i bio dužan da zna za postojanje tajnog ili skrovićnog mesta u vozilu, to jest da je vozilo namenjeno za vršenje krijumčarenja (Jovašević, 2017, 163). U odnosu na krijumčarenju i neocarinjenu robu obavezno se primenjuje mera bezbednosti oduzimanja predmeta iz člana 87 Krivičnog zakonika. Ipak, u određenoj meri „može biti sporno, da li je reč o predmetima koji mogu biti upotrebljeni ili koji su nastali izvršenjem krivičnog dela, ali predmeti u svom fizičkom obliku svakako ne nastaju izvršenjem ovog krivičnog dela, s tim da dobijaju svoje bitno svojstvo nelegalno uvezene robe” (Stojanović, 2019, 737).

„Međutim, praktični značaj navedenog je mali, jer se ne dovodi u pitanje obavezni karakter mere bezbednosti oduzimanje predmeta. Kada se radi o oduzimanju predmeta iz člana 236, stav 4 Krivičnog zakonika, nesumnjivo je da je u pitanju predmet koji je upotrebljen ili namenjen za izvršenje krivičnog dela. U tom slučaju, za izricanje mera bezbednosti predviđena su dva uslova – subjektivni i objektivni. Subjektivni uslov je ispunjen, ukoliko je vlasnik ili korisnik vozila znao ili je mogao i bio dužan da zna da je vozilo iskorišćeno ili namenjeno za krijumčarenje robe, dok se objektivni ogleda u tome da vrednost krijumčarene robe prelazi jednu trećinu vrednosti prevoznog ili drugog sredstva kojim je roba krijumčarena. Pored navedenog, objektivni uslov predstavlja i to što se to sredstvo može oduzeti samo ukoliko su iskorišćena njegova tajna ili skrovića mesta. Ipak, potrebno je i dokazati da je određena roba bila predmet krijumčarenja, što u praksi i nije uvek slučaj” (Stojanović, 2019, 737).

ZAKLJUČAK

Krivičnopravna zaštita privrednog sistema određene države, kao vrednosti koja predstavlja zaštitni objekt, poznata je odavno. Dinamične promene u ekonomskom, političkom i socijalnom društvu, ukazuju na činjenicu da je krivično delo krijumčarenje, povezano sa mnogim segmentima društvenog života, s obzirom na to da krijumčarenje konstantno poprima nove oblike ispoljavanja, a i organizacijski se stalno usavršava, korišćenjem savremenih tehničkih sredstava, te je naročito potrebno usmeriti pažnju na njegovo pravovremeno otkrivanje i suzbijanje. Ekonomski odnosi u oblasti proizvodnje, razmene i raspodele uvek su činili osnove jednog društvenog života, odražavajući se na brojne i različite društvene odnose. Činjenica je i da društveno-politički sistem bilo koje zemlje počiva i napreduje isključivo na osnovu odgovarajućih društveno-ekonomskih odnosa. Pored toga, s obzirom na obim u kojem se krijumčarenje, kao oblik profesionalnog kriminaliteta vrši, kao i na raznovrsnost i veliku materijalnu štetu koja se krijumčarenjem nanosi privrednom i pravnom poretku, ovo krivično delo pobuđuje veliku pažnju, ne samo stručne, nego i šire javnosti. Vršenje krivičnog dela krijumčarenje ugrožava privredni sistem u celini ili pojedine njegove institute. Samim tim, specifičnost ovog krivičnog dela, kao pojave u društvu, uslovljava i potrebu odgovarajućih pravnih rešenja u oblasti zaštite od ovog oblika profesionalnog kriminaliteta.

LITERATURA

1. Bogićević, T. (2002). *Carinska tarifa*. Beograd: Želnid.
2. Convention of the protection of the European Communities financial interests, Official Journal C 316 of 27.11.1995.
3. Čejović, B. (2008). *Krivično pravo u sudskoj praksi – posebni deo*. Kragujevac: Lion Maks.
4. Čejović, B., Kulić, M. (2014). *Krivično pravo*. Novi Sad: Pravni fakultet za privredu i pravosuđe.
5. Čukalović, J. (2005). Carinski postupak, pojam, vrste i realizacija u sudskoj praksi. *Pravo – teorija i praksa*, 22(5–6), 3-30.
6. Delić, N. (2010). Krivičnopravni aspekt krijumčarenja. *Pravo i privreda*, 47(4–6), 476–487.
7. Đorđević, Đ., Kolarić, D. (2020). *Krivično pravo – posebni deo*. Beograd: Kriminalističko-policijski univerzitet.

8. Đurđić, V., Zdravković, Lj. (2011). *Kriminalistika*. Niš: Visoka škola strukovnih studija za kriminalistiku i bezbednost.
9. Jovašević, D. (2017). *Krivično pravo – posebni deo*. Beograd: Dosije.
10. Krivični zakonik, "Sl. glasnik RS", br. 85/2005, 88/2005 - ispr., 107/2005 - ispr., 72/2009, 111/2009, 121/2012, 104/2013, 108/2014, 94/2016 i 35/2019.
11. Kulić, M. (1999). *Poreska utaja i krijumčarenje*. Beograd: BMG – Beogradsko mašinsko-grafičko preduzeće.
12. Kulić, M., Minić, M. (2012). Krivično delo krijumčarenja u krivičnom pravu Srbije. U S. Nogo (ured.), *Relevantna pitanja primene međunarodnog krivičnog prava u nacionalnom pravu: tematski međunarodni naučni skup*. Beograd: Intermeks.
13. Kuzmanović, M. (2004). *Srpska Carinska tarifa*. Beograd: Službeni glasnik.
14. Lazarević, Lj. (2000). *Krivično pravo – posebni deo*. Beograd: Savremena administracija.
15. Lazarević, Lj. (2011). *Komentar Krivičnog zakonika*. Beograd: Pravni fakultet Univerziteta Union.
16. Milošević, G. (2003). Krijumčarenje. *Bezbednost*, 45(4), 600–620.
17. Milošević, G., Nikač, Ž. (2011). Krijumčarenje – normativni i operativni aspekti suzbijanja u Republici Srbiji. U S. Mijalković, D. Subošić i Z. Vukašinović Radojčić (ured.), *Suprotstavljanje savremenom organizovanom kriminalu i terorizmu – knj. 1*. Beograd: Kriminalističko-policijska akademija.
18. Nicević, M., Ivanović, A. (2013). *Privredni kriminalitet*. Novi Pazar: Univerzitet.
19. Nikolić, Đ., Čudan, A., Đorđević, B. (2016). Carinski organi u funkciji suzbijanja sive ekonomije. *NBP – Nauka, bezbednost, policija*, 21(2), 159-180.
20. Nikolić, Đ., Čudan, A., Đorđević, B. (2016). Carinski organi u funkciji suzbijanja sive ekonomije. *NBP – Nauka, bezbednost, policija*, 21(2), 159-180.
21. Popadić, V. (1989). *Suzbijanje krijumčarenja*. Beograd: Ekonomika.
22. Popović, D. (1997). *Nauka o porezima i poresko pravo*. Beograd: Savremena administracija.
23. Raičević, B. (2005). *Javne finansije*. Beograd: Ekonomski fakultet, Centar za izdavačku delatnost.

24. Raković, M. (2007). *Javne finansije i finansijsko pravo*. Banja Luka: Pravni fakultet.
25. Simić, I. (1994). *Krivična dela iz posebnih saveznih i republičkih zakona sa komentarom*. Beograd: Službeni glasnik.
26. Stanković, M. (1987). *Carinski sistem i carinske politike*. Beograd: Naučna knjiga.
27. Stevanović, I., Čolović, V. (2017). *Privredna krivična dela*. Beograd: Institut za kriminološka i sociološka istraživanja, Institut za uporedno pravo.
28. Stojanović, Z. (2019). *Komentar Krivičnog zakonika od 1. decembra 2019. godine i prema stanju zakonodavstva od 21. maja 2019. godine*. Beograd: Službeni glasnik.
29. Stojanović, Z., Miloradović, O., Radisavljević, M., Trešnjev, A. (2017). *Priručnik za suzbijanje privrednog kriminaliteta i korupcije*. Beograd: Ministarstvo pravde SAD: Misija OEBS-a u Srbiji.
30. Zakon o carinskoj tarifi, *Službeni glasnik RS*, br. 62/05, 61/07, 5/09, 95/18 – dr. zakon i 91/19.
31. Zakon o deviznom poslovanju, *Službeni glasnik RS*, br. 62/06, 31/11, 119/12, 139/14 i 30/18.

ELEMENTS OF THE CRIMINAL OFFENSE OF SMUGGLING AS A FORM OF PROFESSIONAL CRIME

Svetlana Marković

Dimitrije Soleša

Radovan Vladisavljević

Abstract: *The aim of this paper is to present the elements of the criminal offense of smuggling, which violates the legally protected interests of the state. The crime of smuggling, as a form of professional crime, has adapted to all changes, both domestically and internationally, and has become even more dangerous for the economy, but also for the safety of the community as a whole. The manner in which smuggling is carried out indicates that smuggling consists in bringing in, but also in taking out, goods of domestic or foreign origin beyond customs control, across the state border. As such, the criminal offense of smuggling is prescribed by the provision of Article 236 of the Criminal Code of the Republic of Serbia, which enables the protection of the customs system, and to a certain extent, the market where certain disturbances can be caused by the illegal import of goods, as well as protection aimed at suppressing the illegal import of goods. The goal of customs clearance is the protection of the economic, fiscal and financial interests of the Republic of Serbia, the protection of the Republic of Serbia from illegal trade, the safety and protection of people and the environment, and the facilitation of international trade.*

Keywords: *smuggling, professional crime, customs system, illegal import.*

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – THEORETICAL BACKGROUND AND SOCIO-ECONOMIC CONTEXT

Uzelac Ozren¹

Dukić Mijatović Marijana^{2*}

Stoiljković Aleksandra³

Abstract: *The challenges of sustainable development and corporate social responsibility are critically discussed through the current concept of unsustainable development of the economy and society, numerous manifestations of such development, as well as the causes and consequences of this phenomenon. Indicators of unsustainable development were analyzed, in particular: problems of global poverty, problems of ecology, climate change, energy, disease and lack of education. Changes in the direction of a new trajectory of development are necessary, i.e. action directed towards a new development paradigm. This requires a greater role of science, especially economic science. The new concept of the economy implies new patterns of behavior in terms of ecological business and green economy. A new paradigm of development, a new strategy for the development of the economy and society is necessary because the current concept of growth and development has led to a series of negative effects on the*

¹ University of Novi Sad, Faculty of Economics in Subotica, Subotica, Serbia, e-mail: ozren.uzelac@ef.uns.ac.rs, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6991-1644>

² University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences, Novi Sad, Serbia, e-mail: marijana.mijatovic@uns.ac.rs, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9535-2962> - Corresponding author

³ University of Novi Sad, Faculty of Economics in Subotica, Subotica, Serbia, e-mail: aleksandra.stoiljkovic@ef.uns.ac.rs, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4324-4537>

natural environment, society and people. There are many forms of manifestation of unsustainable development: the problem of global poverty and hunger, problems of ecology, climate change and energy. The basic message is that humanity faces great challenges and that it is necessary to move from unsustainable development to sustainable development of the economy and society, where corporate social responsibility plays a key role. Sustainable development is a way of thinking, i.e. observation of the world, which we must change for the sake of the present and the future. In order to achieve this, synchronized actions are needed at the local (national) and global (world) level in order to find solutions, where large multinational economic systems must play a special role.

Keywords: *corporate social responsibility / sustainable development / theoretical background / socio-economic context / legal framework.*

INTRODUCTION

Growth and development are economic phenomena that have been studied since the time of classical economic analysis, embodied in the works of Adam Smith, David Ricardo and Thomas Robert Malthus. Each of them, in their own way, studied this problem and gave their opinion on the reasons for the rise and/or fall of certain national economies. There is, of course, the teaching of the English economist William Petty, the founder of classical political economy in England, whose thought that "work is the father and active creator of wealth, like the earth is its mother", is still current and instructive today, especially for us (Since Serbia has land, as a natural factor, like hardly any other country). Among the classical economists who dealt with growth and development, I single out the French economist Jean-Baptiste Sey. Sey popularizes those aspects of Smith's economic theory of the natural order, which are in support of his market theory, with which he struck the foundations of economic liberalism and neoliberalism, which are very current today and the subject of fierce debates among economists. Sey believed and tried to prove that the mechanism of the liberal capitalist economy, through the mediation of private property, private initiative and free market, can achieve full employment of the population and rational use of all factors of production (the concept of *laissez-faire*). The great economic crisis of 1929 dispelled the illusion of the market as the all-powerful and only institution of socio-

economic growth and development. The depth of the crisis, especially in the USA, required the involvement of the best economists of that era in solving the problems of the functioning of the then capitalist economies. As a result of these efforts, the economic doctrine of John Maynard Keynes was born. Keynes, in his famous work “The General Theory of Employment, Interest and Money”, established that economic crises are possible under conditions of economic liberalism and that state intervention is necessary in order to maintain the required level of economic activity and full employment. Keynes' theory provided the basis for the strengthening of state intervention and the expansion of its field of action beyond the previously valid norms. The economic crises of 2008 and 2020 also dispelled many misconceptions. In the second half of the 20th century, economic science was dominated by the following division of development theories: neoclassical, neo-Keynesian, radical Marxist, and structural imbalance. In recent macroeconomic theory, many other divisions are found: take-off theories, stagnation theories and theories of balanced development. In addition, there is a division into short-term and long-term theories of economic growth. The divisions do not end here. They are the expression of different economic schools and opinions, the bearers of which are individual great economists. In each of the mentioned, as well as other theories, which should be carefully followed and analyzed, a particular contribution to the study of the extremely complex issue of economic growth and development can be noted. What is dominant in the development of economic theory so far is the different attitudes of individual schools toward the role of the two key institutions of society - the market and the state (Čukanović Karavidić & Dukić Mijatović et al., 2021, p. 47).

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

The introduction and implementation of sustainable business procedures have today led to the application of the concept of „corporate sustainability” or „responsible business practice”, thus extending corporate social responsibility to the entire business, not just aid or donation cases (United Nations, 2013, s. iv). It is widely accepted in modern business and scientific literature as a business concept that „allows the balance between economic, social and environmental goals, it is widely accepted business practice in the developed countries of the

world” (Grubor, Berber, Aleksić, Bjekić, 2020, p. 4). Corporate social responsibility (CSR) is a concept that emerged in the 1950s as an answer to increasing public demands for more responsible behavior of companies in developed countries with open market economies (Radovanović & Miletić *et al.*, 2022, p. 2226). „Corporate social responsibility (CSR) is a concept framework, in which companies integrate social interests and challenges concerning the environment and their business in integration with all stakeholders by freewill (Ćeha, 2013, p. 4).” In the context of accelerated economic changes, changes in the labor market, social, demographic and technological changes, issues of inclusive and sustainable growth, employment and decent work are increasingly discussed (European Commission, 2016, SDG 11). The international community, following the adoption of the UN Global Compact (UNGC), which defines 10 principles of social responsibility, considers the implementation of CSR principles in the company's activities as a key factor for sustainable development (Perminova & Siaglova, 2018, p. 267).

The issue of corporate social responsibility is considered to have been discussed in the 1930s and 1940s in the United States, and has only intensified since World War II (Carroll, 1999, p. 269), while the generally accepted theory of sustainable development comes mainly from the 1987 Brundtland report (Brundtland *et al.* 1987). In Brundtland report (s. 27) Sustainable development is defined as the development that meets the needs of present without comprising the ability of future generations to meet their own needs. The concept of SD on a corporate level is stated as Corporate Sustainability which is based on the three pillars economic, ecological and social issues, therefore, the social dimension is named CSR (Ebner & Baumgartner, 2008, p. 13). Approach of the sustainable development requires a rational management of natural resources that is mastering the environment without having damage into it (Kot & Brzezinski, 2015, p. 2). Managing the resources rationally ensures a natural and societal environment for the next generations by conducting an integrative approach with economic, social and environmental politics (İyigün, 2015).

In the early writings on CSR, it was referred to more often as social responsibility (SR) than as CSR (Carroll, 1999, p. 269). Carroll states that this was perhaps because the age of the modern corporation's prominence and dominance in the business sector had not yet occurred or been noted

(Carroll, 1999, p. 269). According to McGuire (1963) Social Responsibility assumes that economic and legal duties of the companies should be extended by certain responsibilities to society (McGuire, 1963). Porter and Kramer (2006) state that responsive CSR comprises two elements: acting as a good corporate citizen, attuned to the evolving social concerns of stakeholders, and mitigating existing or anticipated adverse effects from business activities (Porter & Kramer, 2006, p. 10). The purpose of corporate social responsibility is to contribute to the sustainable development of the whole company (Jarolimova & Tuckova, 2019); for more on these concepts, as well as the specific application in the field of human resource management and contribution to improving the performance of companies.

Sustainable development of business organization embraces the concept of corporate sustainability, which business can achieve as a result of its socially-oriented activities and contribution to the sustainable development of a whole society (Belousov, 2019, p. 4). Well implemented and strongly enforced CSR policy is key to sustainable development. It takes into account economic, social and environmental concerns, what is more, it also protects the interests of all stakeholders (Kot & Brzezinski, 2015, p. 2). Sustainability and corporate social responsibility report is increasingly represented in the world practice of responsible companies, which enables them to monitor their economic, ecological and social impacts and inform the interested public about this (Stanišić, Radović & Nikolić, 2018, p. 3). It is impossible for a company to achieve its sustainable survival without creating value to its employees, shareholders, customers, society and all of its stakeholders because of the new dimensions of competition such as environmental and social success (İyigün, 2015). The rising societal awareness of the impact of business on ecological and social issues resulted in increasingly rigorous legislation (e.g. permissible emissions, workplace security) on the one hand. However, sustainability as a complex and fuzzy set of features dependent on a vast range of actors can be enforced by law only to a limited extent. Therefore voluntary actions of all parties involved are an integral part of the societal project of sustainable development (Meins & Schneider, 2010, p. 7). Madzík, Budaj and Chocholáková state that as, in the past, sustainable development could have been understood as the objective of the whole of society, socially responsible behavior could have been understood as a tool of the organization for the fulfillment of this main

objective (2018, p. 2). One way to foster the contribution of business to sustainable development is the promotion of CSR (Meins & Schneider, 2010, p. 7).

Banerjee draws attention to the various constructions and manipulations of the notion of sustainability, and cites that as evidence of the deleterious effects of development mounted, the discourse shifted from sustainable development to the more positive sounding sustainability and then shifted the focus to corporate sustainability. The author further notes that corporate discourses on sustainability produce an elision that displaces the focus from global planetary sustainability to sustaining the corporation through 'growth opportunities' (Banerjee, 2008, p. 66). We are of the opinion that it is important for corporations to behave socially responsible in their pursuit of achieving sustainability. Society needs a healthy and successful company. However, the corporate sustainability of individual businesses should not be the focus and ultimate goal, but should be in the function of sustainable development of society as a whole, given that it is impossible to achieve long-term corporate sustainability without a healthy society. Therefore, it is important that companies behave socially responsibly, and that through various social activities they have a positive impact on the macro environment in which they operate, and thus contribute to the sustainable development of society."Acceptable approach to CSR involves the integration of three basic concepts: the concept of profit, which assumes that the primary responsibility of management and managers is business and profit maximization, stakeholder concept, which advocates that the management should take care of the impacts of the activities of the company to its stakeholders and recognize their interests in decision-making and social power/social responsibility concept, which assumes that the company and the business must have a certain social responsibility for the possession of power" (Drašković, Lojpur, 2014, p. 19).

However, the question is what the considered prerequisites for sustainable development are? According to Art. 3, para. 3 of the Treaty on European Union (hereinafter: EU) the EU objectives are, inter alia, to promote the well-being of its peoples and work for a sustainable European development based on balanced economic growth and price stability, a highly competitive social market economy aiming at full employment and social progress, as well as a high level of protection and quality

improvement of the natural environment (European Parliament *et al.*, 2017). The European Pillar of Social Rights adopted by the Presidents of the European Parliament, the Council and the European Commission in Gothenburg on 17 November 2017 provides for three groups of rights: (1) Equal opportunities and access to the labor market; (2) Fair working conditions; and (3) Social protection and inclusion. The social partners (governments, workers, representatives and employers' representatives) should exercise the rights and principles of the three social rights groups in accordance with the principles of subsidiarity and proportionality (European Parliament *et al.*, 2017, Preamble 17). United Nations activity (hereinafter: UN) also contributes to establishing the main principles of environmental sustainability, economic growth and general social development in a context of peace, freedom and international cooperation. In this regard, the UN General Assembly, in the 2030 Agenda for Sustainable Development, has identified seventeen goals for achieving sustainable development (United Nations, 2015).⁴

UN resolution "The future we want" (United Nations, 2012) confirmed that sustainable development can only be achieved with the fulfillment of two important assumptions. In the first place, the achievement of the stated objective depends on the active action of both the public and private sectors, given the importance of corporate social responsibility. The resolution emphasizes the particular role of national legislatures and supervisory and regulatory authorities in adopting appropriate regulations and rules to achieve this objective, while the private sector should adopt and implement responsible business procedures (United Nations, 2012, s. 46). In addition, it is important for corporate reporting by public and large companies to achieve the sustainability objective in their regular reporting deadlines, and to include this part in the main business report (United Nations, 2012, s. 47)

⁴ United Nations. Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015, 70/1. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. New York: United Nations, 2015. In the area of corporate social responsibility, the goals under points 1, 3 and 10 are most important, and point 8 is for social rights.

CONCLUSION

A new strategy requires a new economy, which should be formed on the basis of a review of the previous theories and principles. One such principle is economic efficiency, which arose at the beginning of the 19th century with the emergence of Ricardo's theory of "comparative costs". Efficiency has long been a highly valued goal because it is based on lowering the cost of doing business. This principle has been applied in economics to the division of labour between people, companies and countries. Efficiency has become the basic theoretical explanation on which globalization rests. However, Robert Skidelsky, professor of political economy at the University of Warwick, believes that there is a shift towards efficiency, as a fundamental principle of the capitalist economy. According to him, there are three factors that contributed to that change. The first is the growing concern that focusing only on the current costs of resource use will deplete the planetary resources available for the continuation of the human species. Because what is cheap today can become incredibly expensive tomorrow. That's why we need to invest in sustainable technologies that can benefit humanity in the long term, instead of just short-term profits for companies and consumers. Second, Covid 19 has made us much more aware of the fragility of global supply chains. Ricardo's theory of comparative costs threatens to turn into a nightmare if countries lose access to essential supplies because they have accepted the logic of purchasing from the cheapest market. Finally, it is now widely understood that the demand for efficiency at any cost, through globalisation or automation, threatens safety and sustainability. Namely, in the name of efficiency, we have developed huge inequality in wages and incomes. Because of all this, according to Skidelsky, efficiency should be replaced by responsibility, that is, the concept of efficiency should be expanded so that it becomes efficient over time. The principles of "precaution" and "principle of least risk of harm" should be introduced. The gap in the world, as it is and as it could be, is greater than ever before. Overcoming that gap presupposes a redistribution of wealth. Health is at risk, social unrest threatens, and uncertainty. The economic crisis is multifaceted. Therefore, a new paradigm of development is needed, which implies the harmony of the economic being of man with his other dimensions (man as a moral being, man as a social being, man as an economic being). Because, as the famous American economist Galbraith says: "Responsibility for economic and social well-being is general and

knows no borders." EU strategic documents state that future sustainable development includes: smart growth, sustainable growth and inclusive growth. Smart growth implies education and health, sustainable growth - green economy, and inclusive growth - social sustainability. The concept of human development implies two related ideas. It is primarily the fact that an individual's ability and health depend on a cumulative process, on good health and availability of health care, living in a safe environment, education, skills development and work experience. Another important idea related to the development of an individual is represented by the "life cycle". Namely, the individual should be observed throughout his life. (Čukanović Karavidić & Dukić Mijatović *et al.*, 2021, p. 66). Corporate social responsibility in the implementation of the legal framework for harmonious sustainable social development is primarily about the obligation of business entities to adopt and implement responsible business procedures. Entrepreneurs and small and medium-sized enterprises do not have such a huge impact on the economy and should not be unnecessarily overwhelmed by these obligations. Therefore, the new scientific and technical revolution, accompanied by the strong development of information technologies, digitalization of the economy and society, robotization and nanotechnology must, therefore, be harmonized with the concept of sustainable development both at the global and national level.

REFERENCES

1. Banerjee, S. B., (2008). Corporate social responsibility: The good, the bad and the ugly. *Critical sociology*, 34(1), pp. 51-79. DOI: 10.1177/0896920507084623
2. Belousov, K. (2020). Corporate Social Responsibility and Sustainable Development of Modern Russian Companies as a Challenge of Business Globalization. In *SHS Web of Conferences*, 19th international scientific conference globalization and its socio-economic consequences 2019 - sustainability in the global-knowledge economy, 74(06004), pp. 1-9.
3. Carroll, B. A. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), pp. 268-295. DOI:10.1177/000765039903800303
4. Čeha, M., 2013. Analysis of the Application of the Concept of Corporate Social Responsibility in Local Businesses. *The European Journal of Applied Economics*, 10(1), pp. 1-10. DOI: 10.5937/sjas1301001C

5. Čukanović Karavidić, M., Dukić Mijatović M., Pejanović R., Karavidić S. (2021). *Obrazovanje za održivi razvoj – Putokaz za obrazovanje mladih*, Beograd, Sl. Glasnik, Srbija.
6. Drašković, V. and Lojpur, A. (2014). Corporate social responsibility: Illusion vs. real possibility, voluntarism vs. compliance. *Strategic Management*, 19(1), 16-21.
7. Ebner, D. and Baumgartner, R. J. 2008. The relationship between sustainable development and corporate social responsibility. In Corporate responsibility research conference. Queens University, Belfast Dublin, 1-17.
8. Grubor, A., Berber, N., Aleksić, M. and Bjekić, R. (2020). The influence of corporate social responsibility on organizational performances: A research in AP Vojvodina. *Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici*, 56(43), 3-13. DOI:10.5937/AnEkSub2001003G
9. İyigün, N. Ö. (2015). Corporate social responsibility and ethics in management in light of sustainable development. In *Handbook of research on developing sustainable value in economics, finance, and marketing*. IGI Global, 239-258.
10. Jarolimova, B. and Tuckova, Z. (2019). What Does "Corporate Social Responsibility" Mean in Taxation in Small Entrepreneurships? In *European Conference on Innovation and Entrepreneurship*. Academic Conferences International Limited, Accession Number 138923676, 1163-1169.
11. Kot, S. and Brzezinski, S. (2015). Market orientation factors in sustainable development and corporate social responsibility. *Asian Journal of Applied Sciences*, 8(2), 101-112.
12. Madzík, P., Budaj, P. and Chocholáková, A. (2018). Practical experiences with the application of corporate social responsibility principles in a higher education environment. *Sustainability*, 10(6), 1736. doi:10.3390/su10061736.
13. McGuire, J. W. (1963). *Business and Society*. Mc Graw-Hill, New York.
14. Perminova, K. and Siaglova, U. (2018). The role of social corporate responsibility in the formation of loyalty of employees and customers on the example of the robert bosch company. In *book of proceedings of International May Conference on Strategic Management – IMCSM18, XIV (1), May 25 –27, Bor, Serbia*, 266-272.

15. Radovanović, G., Miletić, Lj., Karović, S., Dukić Mijatović M. and Bubulj, M. (2021). National culture perception as a determinant of CSR perception by employees' dependence on company ownership in a developing country: the case of Serbia. *Sustainability*, 14(4), 2226. <https://doi.org/10.3390/su14042226>
16. Stanišić, M., Radović, N. and Nikolić, J. (2018). Possibilities of Non-Financial Reporting in the Hospitality. In *FINIZ 2018 - The Role of Financial and Non-Financial Reporting in Responsible Business Operation*, Singidunum University International Scientific Conference, Serbia, 3-9. DOI: <https://doi.org/10.15308/finiz-2018-3-9>
17. United Nations. (2013). *From corporate social responsibility to corporate sustainability: Moving the agenda forward in Asia and the Pacific*. Bangkok: Economic and Social Commission for Asia and the Pacific.

Internet sources

1. European Commission. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – Next steps for a sustainable European future, European action for sustainability, Strasbourg, 22.11.2016 COM(2016) 739 final. Available online: [https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en\(10/10/2021\)](https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en(10/10/2021)).
2. International Organization for Standardization. ISO 26000:2010(en) – Guidance on social responsibility. Geneva: ISO/TMB Working Group on Social Responsibility. Available online: [https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en\(5/10/2021\)](https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en(5/10/2021)).
3. Porter, E. M. and Kramer, R. M. 2006. Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, pp. 1–13. Available online: <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility> (accessed on 01/10/2021).
4. S&P Dow Jones Indices. Available online: [https://eu.spindices.com/indices/equity/dow-jones-sustainability-europe-index\(01/10/2021\)](https://eu.spindices.com/indices/equity/dow-jones-sustainability-europe-index(01/10/2021)).

5. Smith, E. R. 2011. *Defining Corporate Social Responsibility: A Systems Approach for Socially Responsible Capitalism*, Master of Philosophy Theses. Pennsylvania: University of Pennsylvania. Available online: http://repository.upenn.edu/od_theses_mp/9 (01/10/2021).
6. United Nations Global Compact. Available online: <https://www.unglobalcompact.org/> (01/10/2021).
7. World Business Council for Sustainable Development. Available online: <https://www.wbcsd.org/Overview/About-us> (01/10/2021).

Legal sources

1. Brundtland, H. et al. 1987. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. New York: United Nations, World Commission on Environment and Development. Available online: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> (02/10/2021).
2. Consolidated Version of the Treaty on European Union, *Official Journal of the European Union*, C 326, 26.10.2012, pp. 1–390.
3. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups. *Official Journal of the European Union*, L 330, 15.11.2014, pp. 1-9.
4. European Parliament et al. 2017. *European Pillar of Social Rights*, Social Summit for Fair Jobs and Growth, Gothenburg, 17. November 2017.
5. Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial information). *Official Journal of the European Union*, C-215, 5.7.2017, pp. 1–20.
6. United Nations. 2012. *Resolution adopted by the General Assembly on 27 July 2012 66/288. The future we want*. New York: United Nations.
7. United Nations. 2015. *Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015, 70/1. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York: United Nations.

ODRŽIVI RAZVOJ I KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST – TEORIJSKA POZADINA I DRUŠTVENO-EKONOMSKI KONTEKST

Ozren Uzelac

Marijana Dukić Mijatović

Aleksandra Stoiljković

Sažetak: O izazovima održivog razvoja i korporativne društvene odgovornosti kritički se govori kroz aktuelni koncept neodrživog razvoja privrede i društva, brojne manifestacije takvog razvoja, kao i uzroci i posledice ovog fenomena. Analizirani su indikatori neodrživog razvoja, a posebno: problemi globalnog siromaštva, problemi ekologije, klimatske promene, energetika, bolesti i nedostatak obrazovanja. Neophodne su promene u pravcu nove putanje razvoja, odnosno delovanje usmereno ka novoj razvojnoj paradigmi. Za to je potrebna veća uloga nauke, posebno ekonomske nauke. Novi koncept ekonomije podrazumeva nove obrasce ponašanja u pogledu ekološkog poslovanja i zelene ekonomije. Neophodna je nova paradigma razvoja, nova strategija razvoja privrede i društva jer je dosadašnji koncept rasta i razvoja doveo do niza negativnih efekata na prirodnu sredinu, društvo i ljude. Postoji mnogo oblika ispoljavanja neodrživog razvoja: problem globalnog siromaštva i gladi, problemi ekologije, klimatskih promena i energetike. Osnovna poruka je da se čovečanstvo suočava sa velikim izazovima i da je neophodno preći sa neodrživog razvoja na održivi razvoj privrede i društva, gde korporativna društvena odgovornost igra ključnu ulogu. Održivi razvoj je način razmišljanja, odnosno posmatranja sveta, koji moramo menjati zarad sadašnjosti i budućnosti. Da bi se to postiglo, potrebne su sinhronizovane akcije na lokalnom (nacionalnom) i globalnom (svetskom) nivou u cilju pronalazaženja rešenja, pri čemu veliki multinacionalni ekonomski sistemi moraju da igraju posebnu ulogu.

Ključne reči: korporativna društvena odgovornost, održivi razvoj, teorijska pozadina, socio-ekonomski kontekst, pravni okvir.

SPECIFIČNOSTI PROCESA INICIJALNE JAVNE PONUDE U SJEDINJENIM AMERIČKIM DRŽAVAMA

Vladimirović Ivana¹

Sažetak: Inicijalna javna ponuda (IPO) predstavlja poseban vid emisije kada kompanija prvi put javno emituje akcije koje su dostupne širokom krugu investitora, kako institucionalnim, tako i individualnim. IPO je veoma krupan korak na koji se kompanije odlučuju tek nakon detaljne analize situacije u kojoj se nalaze, kao i prednosti, nedostataka i eventualnih rizika koje ovaj postupak nosi sa sobom. Veći deo inicijalnih javnih ponuda se izvodi posredstvom investicione banke kao specijalizovane i visokostručne finansijske institucije koja pomaže emitentima prilikom procene mogućnosti plasmana hartija od vrednosti na primarnom tržištu kapitala i pruža mnoge druge usluge. Cilj ovog rada je da predstavi specifičnosti procesa IPO-a u skladu sa pravnom regulativom Sjedinjenih Američkih Država. S obzirom da je utvrđivanje adekvatne cene akcija iz IPO-a najosetljiviji trenutak od koga najčešće zavisi uspeh celokupnog procesa, na kraju rada je predočena sažeta analiza ključnih metoda i faktora koji utiču na formiranje cene.

Ključne reči: akcije / inicijalna javna ponuda / investiciona banka / cena / tržište kapitala / Sjedinjene Američke Države.

¹ Akademija strukovnih studija Šabac, Odsek za poljoprivredno-poslovne studije i turizam, Vojvode Putnika 56, 15000 Šabac, e-mail: anavl85@mts.rs

UVOD

Male kompanije koje se nalaze u vlasništvu užeg kruga lica često se u svom razvojnom ciklusu susreću sa potrebom prikupljanja dodatnih sredstava u svrhu istraživanja i razvoja, osvajanja novih proizvoda i tržišta, širenja proizvodnje i kupovine nove opreme, izmirenja postojeće zaduženosti, diverzifikovanja poslovanja ili čak akvizicije. U fazi kada su neophodna dodatna finansijska sredstva, kompanija mora uzeti u obzir sve alternative finansiranja i sprovesti duboku analizu prednosti i nedostataka koji se kriju iza postojećih načina pribavljanja dodatnog kapitala (Sharpe, Gordon & Jeffery, 1995).

Prednosti emisije akcija, tj. finansiranja iz sopstvenih izvora u odnosu na pozajmljene su u tome što tako prikupljen kapital nema unapred utvrđen rok dospeća, izaziva isplate u vidu dividende akcionarima čija visina pre svega zavisi od poslovne politike kompanije i ostvarene dobiti. Osnovni nedostatak ovakvog načina finansiranja je što tako prikupljen kapital daje pravo upravljanja, s obzirom da su akcionari suvlasnici kompanije.

Kada firma prvi put javno emituje akcije koje su dostupne širokom krugu investitora, kako institucionalnim, tako i individualnim, reč je o posebnom vidu emisije koji se naziva Inicijalna javna ponuda – početna emisija (eng. *Initial Public Offering-IPO*). Inicijalnom javnom ponudom se pribavlja dodatni kapital preko mehanizma primarnog tržišta. Do ovakvog vida emisije dolazi ako se menja pravna forma preduzeća (prelazak društva sa ograničenom odgovornošću u akcionarsko društvo) ili kada zatvoreno akcionarsko društvo (eng. *Private company*) prelazi u otvoreno (javno) akcionarsko društvo (eng. *Public company*). Inicijalna javna ponuda mora biti pažljivo pripremljena, posebno sa stanovišta određivanja cene, jer preduzeće nema sigurne tačke oslonca sa tržišta. Postupkom inicijalne javne ponude se vrši korporatizacija kapitala preduzeća, čime se on izražava kroz broj i vrednost akcija (Matanović, 2007).

Inicijalnom javnom ponudom kompanija prvi put izlazi na berzu i nudi akcije nepoznatim kupcima. Postupak izlaska preduzeća na primarno tržište akcija naziva se i procedura otvaranja ili izlazak u javnost – „*go public*“. Za inicijalnu javnu ponudu se u većini slučajeva opredeljuju mlade kompanije u razvoju kojima je potreban dodatni kapital za ekspanziju poslovanja, ali na ovaj korak mogu se odlučiti i velike, dobro poznate privatne kompanije koje žele da postanu javne (Šoškić i Živković, 2006).

Inicijalna javna ponuda se naziva primarna ponuda (eng. *Primary offering*) ako kompanija prvi put na berzi prodaje akcije u cilju sakupljanja dodatnih sredstava. Javna ponuda kompanije koja je već listirana na berzi se naziva sekundarna ponuda (eng. *Secondary offering*). To je zapravo situacija kada već postojeći akcionari i *venture* kapitalisti² prodaju svoje akcije novim investitorima. Za razliku od primarne ponude gde prikupljeni novac ide direktno kompaniji, kod sekundarne ponude novčana sredstva ne idu kompaniji. U velike sekundarne ponude spadaju i privatizacije preduzeća u državnom vlasništvu (Brealey, Myers & Allen, 2011).

PREDNOSTI IPO–A (PREDNOSTI I NEDOSTACI OTVORENE KOMPANIJE)

Ključna prednost otvaranja je uklanjanje ograničenja rasta kompanije. Na taj način se preduzeću pružaju mogućnosti bržeg rasta uz održavanje optimalne finansijske strukture. Kompanija će se naći na listingu berze, što stvara dodatne mogućnosti finansiranja emisijom akcija ili obveznica.

Položaj kompanije u odnosu na bankarski sektor se menja. Tržište ima sposobnost da otkrije vrednost preduzeća. Rastuća vrednost omogućava preduzeću da kredite od banaka dobije po povoljnijim uslovima nego zatvorena kompanija slične veličine. Velika preduzeća koja se kotiraju na berzi mogu da koriste i međunarodne izvore kapitala. Samim izlaskom na berzu kompanija stiče poseban imidž i dobija publicitet u medijima putem izveštaja sa berze. Biti prisutan na berzi nosi sa sobom prestiž i reputaciju. Akcije otvorene kompanije su likvidna forma kapitala. Ova činjenica donosi vlasnicima takvog preduzeća nedvosmislenu prednost. Oni, u uslovima otvorenosti, mogu na razvijenom tržištu kapitala prodati deo ili celokupan iznos vlasništva čime vrše diversifikovanje svoje imovine.

„Ukoliko dođe do znatnijeg pada cene akcija, očekuje se da odgovarajuće kompanije ubrzaju proces restrukturiranja u cilju ponovnog jačanja tržišne cene njihovih akcija. To znači da tržište kapitala vrši pritisak na menadžment kompanija da ubrza proces sanacije tih kompanija“ (Ćirović, 2007, str. 103).

U otvorenoj kompaniji postoji veći stepen kontrole menadžmenta, gde pored interne kontrole, eksterna revizija, akcionari i finansijski analitičari svakodnevno prate i analiziraju njeno poslovanje.

² Investitori u novoj kompaniji koja tek počinje da posluje; rizične investicije.

Kompanija koja je procesom inicijalne javne ponude postala otvorena se nalazi pod stalnim nadzorom Komisije za hartije od vrednosti, što njenim akcionarima (posebno malim) pruža potpunu transparentnost njenog poslovanja. Sve dok postoji tražnja na tržištu, javna kompanija može emitovati dodatne akcije. Time su merdžeri i akvizicije znatno olakšani.

Inicijalna javna ponuda je proces koji iziskuje velike troškove, dugotrajan je, što su njeni osnovni nedostaci. Ovi troškovi su naročito visoki kod emisije manjih količina hartija od vrednosti (Schall, Haley, 1988).

Otvorene kompanije su pod nadzorom Komisije za hartije od vrednosti, od kojih se zahteva poboljšanje transparentnosti poslovanja, što implicira kako određene troškove tako i otkrivanje informacija koje kompanija inače ne bi stavljala na raspolaganje javnosti. Na ovaj način se štite interesi individualnih investitora koji na osnovu pruženih informacija treba da procene rizik i kvalitet ulaganja u akcije dotične kompanije.

Kod otvorene kompanije nužno dolazi do razdvajanja funkcije vlasništva od funkcije upravljanja, što izaziva bojazan od gubitka kontrole od strane postojećih vlasnika. Dolazi i do tzv. agencijskog problema koji upućuje na mogućnost da menadžment struktura ne deluje u interesu vlasnika kapitala. Često dolazi do povećanog pritiska na operativni menadžment od strane vlasnika u želji da se u kratkom roku ostvari visoka profitabilnost, što je često u suprotnosti sa dugoročnim ciljem zdravog rasta i razvoja. Usled povećane disperzije vlasništva, javlja se rizik od neprijateljskog preuzimanja. Taj rizik je obrnuto srazmeran nivou koncentracije vlasništva (Draho, 2004).

HRONOLOGIJA PROCESA IPO–A

Proces inicijalne javne ponude koji je predložen u radu u skladu je sa pravnom regulativom Sjedinjenih Američkih Država. U SAD–u je veoma strogo regulisano finansijsko tržište. Kod takvog pristupa regulisanja se detaljno definiše funkcionisanje tržišta preko većeg broja zakona i posebno je formiran nadležni državni organ koji se naziva Komisija za hartije od vrednosti i berze (eng. *Securities and Exchange Commission - SEC*). Komisija je federalna agencija koja nadgleda finansijsko tržište SAD-a i sprovodi federalne zakone o hartijama od vrednosti. Osnovni zakoni su Zakon o hartijama od vrednosti iz 1933. (*The Securities Act of 1933.*)³ i

³ Negde se naziva Act of Full Disclosure.

Zakon o berzama iz 1934. (*The Securities Exchange Act of 1934.*) Zakonom o berzama je formiran SEC. Obaveze emitenta prilikom ulaska u IPO kao i sve potrebne uslove za odobrenje emisije od SEC-a reguliše Zakon iz 1933., dok nakon procesa IPO-a kompanije reguliše Zakon iz 1934. godine.

Pre nego što kompanija krene u inicijalnu javnu ponudu, takav korak mora biti odobren od strane upravnog odbora (borda direktora). Odluka se odnosi na iznos sredstava koji se želi sakupiti. Kompanija potom mora odabrati investicionu banku ili garanta emisije. Od tog trenutka investiciona banka celokupan proces preuzima na sebe, od ispunjenja zakonske regulative potrebne za emisiju efekata pa sve do njihove prodaje investicionoj javnosti. Investiciona banka će pomoći kompaniji-emitentu da utvrdi vrstu hartija koju će emitovati i najpovoljniji trenutak za njihovo pojavljivanje na tržištu (Tinić, 1988).

Kompanija, odnosno njen potpisnik emisije je dužan da pripremi i ispuni zahtev za registraciju (eng. *Registration statement*) kod SEC-a. Komisija će nakon provere kompletnosti podnete dokumentacije i informacija koje se nalaze u zahtevu za registraciju, odobriti emisiju ili tražiti eventualne izmene ili dopune ovog zahteva. Nakon što su promene učinjene, period čekanja ponovo počinje. Tokom perioda čekanja (eng. *Waiting period*)⁴ kompanija može distribuirati preliminarni prospekt. To je vremenski period od ispunjenja zahteva za registraciju pa sve do dana proglašenja emisije efektivnom. U ovom periodu, koji obično traje 20 dana, kompanija ne može vršiti prodaju hartija od vrednosti niti se mogu distribuirati bilo kakvi izveštaji i informacije investitora osim preliminarnog prospekta.

Nakon što Komisija proglasi emisiju efektivnom, potrebno je krenuti sa postupkom utvrđivanja njene cene. Tada počinje promotivna kampanja (eng. *Road show*) i prikupljanje ponuda. Tek kada se kampanja završi utvrđuje se prodajna cena ponude. Posle utvrđivanja cene ponude i količine akcija koje će se emitovati, potpisuje se sporazum sa garantom emisije (eng. *Underwriting agreement*) i objavljuje se finalni prospekt. Prospekt je nužan uslov plasmana emisije putem javnog poziva. Javni poziv za kupovinu hartija od vrednosti je obično praćen obaveštenjem u finansijskoj štampi. Ovakvo obaveštenje ima samo informativni karakter i ne znači poziv za kupovinu emitovanih hartija (eng. *Tombstone*

⁴ Poznat i kao cooling-off period ili quiet period.

advertisement – nadgrobna ploča). Samo je prospekt legalna osnova ponude za kupovinu (Vasiljević, 2006). *SEC Rule 134* dopušta da se *Tombstone ad* publikuje i tokom *cooling-off* perioda.

Kada je utvrđena prodajna cena ponude i zvanično počelo trgovanje akcijama, proces inicijalne javne ponude još uvek nije završen. Pokrovitelj u periodu distribucije efekata obavlja funkciju stabilizacije tržišta odnosno cene efekata. To je funkcija *market maker*–a odnosno interventa koja se vrši na sekundarnom tržištu. Da bi sprečio dalji pad cene akcija, pokrovitelj emisije povremeno kupuje emitovane akcije na sekundarnom tržištu. „Ako je cena na primarnom tržištu postavljena suviše visoko, pokrovitelj može da dođe u poziciju da, želeći da održi cenu akcija na sekundarnom tržištu, kupi nazad sve akcije prodane na primarnom tržištu i pretrpi ozbiljne gubitke“ (Šoškić, 2007, str. 34). Period stabilizacije tržišta obično traje 30 dana nakon početka javne prodaje akcija.

1. Registracioni zahtev (eng. *Registration statement*)

Pre nego što akcije budu ponuđene na prodaju, emisija se mora registrovati kod SEC-a. Prema Zakonu o hartijama od vrednosti iz 1933. godine, garant emisije je obavezan da ispuni registracioni zahtev i dostavi ga Komisiji. Ovim zahtevom se potencijalnim investitorima pružaju bitne informacije o kompaniji emitentu i akcijama koje emituje. Zahtev za registraciju se sastoji iz dva dela. Prvi deo se naziva prospekt, dok drugi deo predstavlja dopunu prospekta i sadrži dodatne informacije koje su dostupne samo SEC-u. Zahtev sadrži sledeće informacije: opis kompanije i njene oblasti poslovanja, proizvoda, usluga, tehnologije, distributivnog procesa i slično, kratka biografija njenih rukovodilaca, rizici povezani sa investiranjem u kompaniju, visina učešća u kapitalu svih insajdera, osoba koje drže kontrolni paket akcija kao i spisak svih onih koji poseduju više od 10% akcija kompanije, dividendna politika, revidirane finansijske izveštaje (bilans stanja i bilans uspeha), opis hartija od vrednosti koje se nude na prodaju, veličina ponude i svrha prikupljanja sredstava, bilo kakvi pravni postupci koji mogu uticati na kompaniju.

2. Preliminarni prospekt (eng. *Red herring*)

Tokom perioda čekanja (period koji protekne od dostave registracionog zahteva Komisiji pa sve dok se emisija ne proglasi efektivnom) vrši se

distribuiranje preliminarnog prospekta finansijskim posrednicima (brokerima) i potencijalnim investitorima. Ovaj prospekt predstavlja orijentacionu ponudu kako bi se što jasnije procenio interes investitora. Naziv *red herring* je dobio po tome što su slova na početnoj stranici istaknuta crvenom bojom što takođe ukazuje na činjenicu da kompanija emitent nema nameru da vrši bilo kakvu prodaju akcija dok se ne dobije potrebno odobrenje od strane nadležnog državnog organa. Preliminarni prospekt pruža investitorima neophodne informacije kao što su: pregled poslovanja kompanije kroz istoriju, faktori rizika, pregled finansijskih informacija, podaci o emisiji, struktura kapitala kompanije, ciljevi emisije, osnove pri utvrđivanju cene emisije, izveštaj o poreskim uštedama, pregled privredne grane u kojoj kompanija posluje, pravna regulativa dotične zemlje, finansijski izveštaji i drugi podaci. Preliminarni prospekt ne sadrži cenu emisije i po tome se razlikuje od finalnog prospekta.

3. Promotivna kampanja (eng. *Road show*)⁵

Nakon završetka procesa registracije i distribuiranja preliminarnog prospekta počinje promotivna kampanja. Reč je o prezentacijama koje se odvijaju u salama većih gradova gde većim delom prisustvuju institucionalni investitori. Kompaniju emitenta predstavljaju generalni direktor i finansijski direktor (eng. *CEO i CFO*). *Road show* traje između dve i četiri nedelje. Predstavlja značajnu marketinšku aktivnost, ali njegova osnovna svrha je procena tražnje i zainteresovanosti institucionalnih investitora kao i cene po kojoj su spremni da kupe emitovane hartije. Ovo je veoma teška aktivnost za kompaniju. Smatra se kao test mentalne i fizičke izdržljivosti menadžmenta kao i njihove kompetencije.

4. Finalni prospekt (eng. *Final prospectus*)

Posle određivanja cene ponude, objavljuje se finalni prospekt. Deo je registracionog zahteva koji sadrži najvažnije podatke o emitentu i emisiji. Mora biti na raspolaganju investitorima pre same emisije efekata. Svrha prospekta je zaštita investitora od zloupotreba emitenta. Prospekt je dokument koji je standardizovan kroz praksu regulatornih organa i danas

⁵ Drugi naziv je Dog and Pony Show

je manjeg obima nego ranije (zahtev američke firme Republic Steel je 1934. godine sadržao 19.875 strana). Obično sadrži sledeće podatke: obim emisije, svrha emisije, delatnost emitenta, dividendna politika, upravljanje, osnovni akcionari, garant emisije, pravna pitanja emisije, finansijski izveštaji emitenta, druga pitanja od značaja za emisiju (Vasiljević, 2006).

5. Okvirna registracija (eng. *Shelf registration*)⁶

Ukoliko emitent želi da izbegne dugotrajan i skup proces registracije svake nove emisije efekata, SEC dozvoljava okvirnu registraciju. Ova mogućnost je usvojena 1982. godine kao **SEC Rule 415**. To je pojednostavljen postupak koji omogućava emitentu da registruje emisiju jednom u dve godine sa podatkom o ukupno predviđenoj emisiji. Umesto obimnog zahteva za registraciju dostavlja se skraćena forma (eng. *Master registration statement*). Emitent će u periodu od dve godine, kada hoće, u željenim iznosima emitovati efekte bez obaveze registracije ponovljenih emisija uz uslov da broj ukupno emitovanih efekata ne pređe onaj koji je naznačen u registraciji emisije. Na ovaj način se postupak od nekoliko meseci skraćuje na nekoliko dana, a emisije ne moraju da budu velike. Kompanija će emitovati efekte uz minimum troškova i napora kada joj budu neophodna sredstva i kada tržišni uslovi budu povoljni.

U literaturi se navode dva argumenta protiv okvirne registracije (Ross, Westerfield & Jordan, 2003, str. 586):

1. otkrivanje informacija investitorima je u nekom stepenu redukovano kod okvirne registracije jer se master registracioni zahtev priprema dve godine pre nego što se ponudi emisija;
2. neki investicioni bankari tvrde da okvirna registracija informišući tržište o budućoj emisiji, izaziva pad cena na tržištu.

ULOGA INVESTICIONE BANKE U INICIJALNOJ JAVNOJ PONUDI

Postoje dva osnovna metoda inicijalne javne ponude:

- ***Firm commitment – metod čvrste obaveze***

Kod ove metode investiciona banka ili grupa investicionih banaka (sindikata) vrši otkup novoemitovanih hartija od vrednosti od kompanije

⁶ Registracija sa police ili ubrzani upis

emitenta i prodaje ih investicionoj javnosti. Otkup se vrši uz diskont tj. po ceni nižoj od cene ponude i pri tome investiciona banka ostvaruje zaradu. Kod ove metode investiciona banka nastupa kao *pokrovitelj* emisije ili garant uspešnosti plasmana (eng. **Underwriter**). Pokroviteljstvo je važnije od drugih metoda primarne emisije. Ovim metodom je emitovano oko 84% primarnih emisija efekata korporacija u SAD-u tokom 1986. godine. Banka deluje kao principal (u svoje ime, a za račun emitenta) pri čemu preuzima potpunu finansijsku odgovornost za prodaju emisije investitorima.

- ***Best efforts – metod najboljeg napora***

Kod ove metode investiciona banka nastupa kao agent (u ime i za račun emitenta). Obaveza koju banka preuzima je prodaja onog dela emisije koliko to realno može učiniti poštujući prilikom prodaje načelo savesnosti. Ona ne preuzima nikakvu finansijsku odgovornost za neprodane hartije od vrednosti. Provizija je u ovom slučaju daleko niža srazmerno preuzetom riziku. Emisije koje se ne mogu prodati po ceni ponude, obično budu povučene. Investiciona banka stavlja emitentu na raspolaganje svoju uslužnu infrastrukturu – stručne timove, distributivne kanale, personal i sl. Ovaj metod je više izuzetak nego pravilo.

Sindiciranje emisije

Veći deo inicijalnih javnih ponuda se izvodi posredstvom investicione banke kao specijalizovane finansijske institucije. Kompanije-emitenti se odlučuju za angažovanje investicione banke uvek kada im je to jeftinije i lakše nego da sami vrše prodaju svojih efekata. Investicione banke su visoko stručne institucije koje su upoznate sa prilikama na tržištu kapitala, pri čemu pomažu emitentima prilikom procene mogućnosti plasmana hartija od vrednosti na primarnom tržištu kapitala. One vrše ekspertizu, konsalting, mogu biti i garant uspešnosti, pružati usluge marketinga, i što je veoma bitno, poseduju prodajnu organizaciju neophodnu za efikasnu prodaju hartija od vrednosti. Time što redovno kupuju hartije od vrednosti od preduzeća i prodaju ih investitorima, investicione banke to mogu obaviti sa znatno nižim troškovima nego što preduzeća pojedinačno mogu učiniti. „Vodeće investicione banke u SAD-u su: Goldman Sachs, Merrill Lynch, Credit Suisse First Boston, Morgan Stanley, Citygroup Global Markets, J.P. Morgan Chase, Lehman Brothers. Najpoznatije

evropske banke su: UBS, Barclays Capital, ING. Najvažnija japanska investiciona banka je Nomura” (Ćirović, 2007, str. 114).

Prilikom sprovođenja velikih IPO-a, najčešće dolazi do formiranja sindikata (eng. *Syndicate*) banaka. Sindikat ili konzorcijum banaka obavlja tri osnovne funkcije u procesu IPO-a:

- *savetodavna funkcija* – obuhvata procenu količine i cene hartija od vrednosti;
- *funkcija preuzimanja rizika* (eng. *underwriting*) – obuhvata pokrivanje rizika u pogledu prodaje vrednosnih papira na primarnom tržištu pri čemu svaka banka u konzorcijumu učestvuje sa unapred utvrđenom kvotom u poslovnom riziku;
- *prodajna funkcija* – obuhvata organizovanje prodaje emitovanih efekata putem udružene prodajne mreže i baze komitenata investicionih banaka.

Za svaku od navedenih funkcija, emitentska kompanija plaća određenu cenu. Ukupan iznos provizije se odbija od ukupne prodajne cene emitovane količine efekata. „Primeru radi, ako prodajna cena jedne akcije iznosi 20 dolara, pri pretpostavci da marža koja pripada investicionim bankama iznosi 5%, kompanija emitent dobija 19 dolara po akciji, dok se preostali dolar raspoređuje za pokrivanje savetodavnih, garantnih i prodajnih troškova banaka u konzorcijumu” (Ćirović, 2007, str. 114–115).

Izbor investicione banke

Veoma važan korak pri otpočinjanju procesa IPO-a jeste izbor investicione banke. Pored reputacije investicione banke i njenog iskustva u procesima inicijalnih javnih ponuda kompanija određene privredne grane, na izbor često utiče i spektar klijenata tj. potencijalnih kupaca akcija, jer u zavisnosti da li se cilja na veliku disperziju vlasništva među kupcima ili se želi mali broj institucionalnih investitora, kompanija će odabrati i investicionu banku (Matanović, 2007).

Postoje dva osnovna načina izbora investicionog bankara kao pokrovitelja. Kod velikih emisija se uglavnom koristi metod ***pregovora sa pokroviteljem*** (eng. ***Negotiated Underwriting***). Prema ovom metodu, emitent pregovara sa izabranim investicionim bankarom o uslovima i ceni emisije efekata. Zbog toga što emitent ne pregovara sa većim brojem investicionih banaka, za ovaj metod se može reći da mu upravo nedostaje konkurencija između

banaka koja je često poželjna. Kao sredstvo određivanja cene efekata i izbora investicionog bankara u funkciji pokrovitelja, može se koristiti i drugi metod, ***konkurentno nadmetanje pokrovitelja (eng. Competitive Bidding)***. Kod ovog metoda, emitent objavljuje da namerava IPO i poziva investicione banke da dostave svoje ponude sa cenama koje su spremni da plate. Investiciona banka ili konzorcijum koji ponudi najvišu cenu dobija posao pokrovitelja (Liaw, 2012).

METODE UTVRĐIVANJA CENE AKCIJA IZ IPO–A

Može se sa sigurnošću tvrditi da je određivanje prave prodajne cene akcija iz inicijalne javne ponude jedan od najtežih zadataka u ovom procesu. Misli se na cenu koja nije ni suviše niska ni suviše visoka. Previsoka cena će smanjiti verovatnoću plasmana, dok će niska prodajna cena uticati na to da se emitenti suoče sa rizikom da neće biti u mogućnosti da prikupe dovoljno sredstava.

Book - building (metod formiranja knjige) je dominantan metod utvrđivanja prodajne cene ponude u novije vreme. Pojavio se najpre u SAD–u, a kasnije i u Evropi. Kod ovog metoda cena se tentativno formira. U takvom iterativnom postupku učestvuju i institucionalni investitori. Investicione banka sa njima stupaju u kontakt tražeći ponude za kupovinu akcija iz IPO–a. Dobijene informacije investiciona banka klasifikuje prema cenama, količinama i drugim faktorima. Navedeni podaci se koriste prilikom formiranja prodajne cene kao i za alokaciju akcija investitorima. Metod *Book-building* je takav postupak gde se tokom perioda u kome knjiga ostaje otvorena, sakupljaju ponude od investitora po različitim cenama, a u okviru utvrđenog raspona cena od strane emitenta. Proces je usmeren kako prema institucionalnim, tako i prema individualnim investitorima. Do trenutka zatvaranja *book-building* procesa knjiga nije dostupna javnosti i potencijalni kupci će morati da dostave svoje ponude bez posedovanja informacija o ponudama koje su dostavili ostali učesnici. Prodajna cena se utvrđuje nakon zatvaranja knjige ponuda i zasniva se na tražnji generisanoj u toku procesa. Koraci u procesu *book-building-a* su sledeći (Corwin & Schultz, 2005):

- emitent koji planira IPO nominuje vodeću banku kao *book runner-a*;

- emitent utvrđuje broj hartija od vrednosti koje će emitovati i raspon cena (*najniža- the floor i najviša- the cap*) – najviša cena može biti maksimalno 1.2 puta veća od najniže cene;
- emitent takođe bira članove sindikata kojima će se dostavljati ponude od strane investitora;
- članovi sindikata unose ponude u «elektronsku knjigu». Ovaj proces se naziva «*bidding*» i sličan je otvorenoj aukciji;
- knjiga u proseku ostaje otvorena 5 dana;
- ponude koje su ispod minimalne cene (*floor price*) ne mogu biti unete;
- ponude za kupovinu treba da budu unete u knjigu poštujući utvrđen raspon cena;
- ponude za kupovinu mogu biti preispitane od strane kupace pre zatvaranja knjige;
- na zatvaranju *book-building* perioda, *book-runner*-i vrednuju ponude na osnovu tražnje po različitim nivoima cena;
- *book-runner* i emitent definišu finalnu cenu po kojoj će hartije od vrednosti biti emitovane;
- vrši se alokacija uspešnim učesnicima.

Bez obzira koji metod koriste, *book-building* ili aukciju, emitenti očekuju da će putem IPO-a sakupiti sredstva koja su jednaka očekivanoj vrednosti prodatih akcija umanjenoj za očekivane troškove pribavljanja informacija. Međutim, očekivani broj prodatih akcija, a stoga i očekivana sredstva su veća ako se koristi *book-building*, jer aukcija nosi veći rizik da će ponuda akcija biti veća od tražnje. *Book-building* metod nasuprot aukciji, dozvoljava emitentima da kontrolišu troškove pribavljanja informacija, a samim tim i kontrolu očekivanih sredstava. Ovaj metod smanjuje rizik kako za emitenta, tako i za investitore i pruža kontrolu stepena potcenjenosti akcija. Pored navedenih prednosti, postoje i nedostaci. Korišćenje *book-building* metoda dozvoljava da akcije iz IPO-a budu alocirane onim investitorima kojima je dat prioritet. Na ovaj način pokrovitelji u potpunosti kontrolišu alokaciju akcija.

Kod aukcije, alokacija akcija se zasniva isključivo na tekućim ponudama, ne uzimajući u obzir odnose iz prošlosti između određenih učesnika na aukciji i aukcionara, čime je ograničena diskriminacija. Korišćenje ovog metoda pruža relativno malu ili nikakvu kontrolu pribavljanja informacija od strane investitora.

Za emitente koji preferiraju tačnost pri određivanju cene, aukcije mogu voditi ka slabijoj evaluaciji, a samim tim i većoj nesigurnosti. Kod *book-building-a* pokrovitelj usklađuje broj investitora koji će učestvovati, garantujući dovoljan broj, ali ne i previše učesnika. Kod aukcije, emitent jednostavno postavi minimalnu cenu koju prihvata i čeka šta će se dogoditi. Nedostatak koordinacije investitora pri aukciji vodi ka povećanom riziku kako za emitente tako i za investitore, jer i jedni i drugi moraju donositi odluke, a da pri tome ne znaju koliki će biti broj učesnika aukcije (Sherman, 2005).

Lock-up sporazum se definiše kao zakonski obavezujući ugovor između pokrovitelja i postojećih akcionara (insajdera) kompanije emitenta. Na ovaj način se insajderima zabranjuje prodaja akcija određeni period nakon inicijalne javne ponude. Ako bi se insajderima dozvolilo da prodaju svoje akcije u vreme IPO-a, to bi moglo imati negativnog uticaja na cenu akcija prvog dana trgovanja. *Lock-up* period obično traje od 90–180 dana (90 dana je minimum po pravilima SEC-a), a nekada čak i do 24 meseca. Federalni zakoni o hartijama od vrednosti ne upravljaju aktuelnim uslovima *lock-up* sporazuma, ali zahtevaju od kompanija da otkriju uslove ovakvog sporazuma u registracionim dokumentima, uključujući prospekt.

Završetak *lock-up* perioda je bitan događaj u poslovanju javne kompanije. Postoji nekoliko ključnih odrednica na koje investitori treba da obrate pažnju. Najpre treba otkriti koliko dugo insajderi drže akcije. Neki od njih su tu od samog osnivanja i prodaja akcija nakon isteka određenog perioda ne mora biti loš znak, jer to je možda jedini način da oni zarade novac. Veoma je bitno da li Venture capitalist ima nekog svog partnera u bordu direktora. Ako je to slučaj, Venture capitalist firma neće biti zainteresovana da proda svoje akcije nakon isteka *lock-up-a* jer ima interes za posedovanje poverljivih informacija o aktivnostima kompanije. Ovo pravilo važi i za rukovodioce firme. Često se događa da insajderi ne prodaju svoje akcije jer imaju pristup ključnim podacima koje ne poseduju eksterni akcionari (Dugalić i Štimac, 2007).

Eksterni akcionari će svakako imati veći interes za kupovinu akcija ako je obim trgovanja nakon *lock-up-a* niži u poređenju sa brojem akcija ponuđenih na prodaju nakon *lock-up-a*, jer u tom slučaju ponuda je značajno veća od tražnje što naravno izaziva pad cene na tržištu. Nakon završetka *lock-up-a* cene akcija u proseku padaju za 1–3 %.

FAKTORI KOJI UTIČU NA CENU AKCIJA IZ IPO–A

Osnovni faktori koji utiču na formiranje fiksne emisione cene sa kojom kompanija emitent izlazi na tržište kapitala su (Ibbotson, Sindelar & Ritter, 1988):

1. ukupna situacija na tržištu kapitala,
2. specifičnosti emitenta,
3. politika investicionih banaka.

1. Empirijska istraživanja pokazuju da na tržištu kapitala postoje ciklična kretanja koja se odnose na cene i količine akcija iz inicijalnih javnih ponuda. U slučaju „vrućeg tržišta“ (eng. *hot market*), akcije su potcenjene i time kupci ostvaruju visoke inicijalne prinose. Period vrućeg tržišta je nepovoljan za emitente jer postoji veća neizvesnost, pa se mora dati veći diskont da bi se privukli investitori. Nakon perioda vrućeg tržišta nastupa faza „jakog tržišta“. Tada postoji veća tražnja za akcijama kompanija i to je povoljan period za IPO.

2. Empirijska istraživanja takođe pokazuju da kod većih emitenata postoji manja potcenjenost akcija, pri čemu je manji inicijalni prinos investitora. Kada IPO vrši manja i slabija kompanija dolazi do veće potcenjenosti akcija, odnosno veći su inicijalni prinosi za investitore.

3. U slučaju korišćenja *firm commitment* metoda (metod čvrste obaveze), investicione banke će biti zainteresovane da odrede nižu cenu akcija iz IPO-a jer one snose celokupan finansijski rizik prilikom prodaje akcija. Kada bi investicione banke postavile cenu suviše visoko, pretrpele bi finansijske gubitke. Ali može se reći da će se nastojati da se odredi takva inicijalna cena koja će zadovoljiti kako emitente, tako i investitore.

ZAKLJUČAK

Opređenje za Inicijalnu javna ponuda, kao oblik emisije akcija, veoma je ozbiljan, krupan i značajan korak privatne kompanije. Ključna karakteristika javnog plasmana hartija od vrednosti jeste da sam proces teče po strogo utvrđenoj proceduri koja je propisana zakonom, pri čemu se emisija mora registrovati kod nadležnog državnog organa, a sve u cilju zaštite interesa investitora. Sprovođenje inicijalne javne ponude je nezamislivo bez primene specijalizovanih i usko stručnih znanja gde obično postoji tesna saradnja između kompanije emitenta i

specijalizovanih finansijskih institucija. U ulozi posrednika je najčešće investiciona banka koja kupuje hartije od vrednosti od emitenta, prodaje ih investitorima i pruža mnoge druge usluge. Među brojnim načinima finansiranja, javni plasman akcija nosi sa sobom brojne prednosti kako za emitenta, tako i za potencijalne investitore. I pored toga, kompanija će se opredeliti za onaj metod finansiranja koji u potpunosti izlazi u susret njenim potrebama za kapitalom i koji se uklapa u njen prepoznatljiviji obrazac finansiranja, a u skladu sa prilikama u njoj. Investiranje u akcije iz inicijalne javne ponude se smatra veoma rizičnim sa aspekta individualnih investitora. Takvim akcijama se ranije nije trgovalo na berzi pa se javlja nedostatak informacija iz prošlosti koje su vezane za performanse cena takvih akcija. Pokrovitelji emisije i emitentska kompanija u potpunosti kontrolišu proces IPO-a i poseduju potpunu diskreciju oko alokacije akcija.

Inicijalna javna ponuda u SAD-u ima dugu tradiciju kao i zakonska regulativa iz te oblasti. Takođe, veoma je jak institucionalni okvir za sprovođenje federalnih zakona i podzakonskih akata koji regulišu emitovanje hartija od vrednosti i njihovu trgovinu.

Proces IPO-a je u SAD-u doveden do savršenstva. Tome značajno doprinosi i činjenica da njihovo tržište kapitala važi za najšire i najdublje u svetu. U Sjedinjenim Američkim Državama, akcije koje se plasiraju putem IPO-a uglavnom kupuju institucionalni investitori ili bogati pojedinci, dok individualni investitori znatno teže dolaze do njih jer ne mogu ispuniti postavljene zahteve.

Pored nespornog značaja razvijenosti tržišta kapitala i pravnog i institucionalnog okvira za uspešnost Inicijalne javne ponude, određivanje adekvatne cene akcija se ipak smatra kritičnim faktorom uspeha. Koji će se metod utvrđivanja cene koristiti zavisi, pre svega, od procenjene tražnje i osobina potencijalnih investitora, kao i od postavljenih ciljeva emisije od strane menadžmenta kompanije.

LITERATURA

1. Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2011). *Principles of Corporate Finance* (Tenth edition), New York, McGraw-Hill/Irwin.

2. Chi Chen, H., Ritter, J. (2000). The Seven Percent Solution, *The Journal of Finance*, 55 (3), 1105-1131.
3. Ćirović, M. (2007). *Finansijska tržišta: instrumenti, institucije, tehnologije*, Beograd, Naučno društvo Srbije.
4. Corwin, A. S., Schultz, P. (2005). The Role of IPO Underwriting Syndicates: Pricing, Information Production, and Underwriter Competition, *The Journal of Finance*, 60 (1), 443-486.
5. Draho, J. (2004). *The IPO Decision: Why and How Companies Go Public*, Northampton, Massachusetts, Edward Elgar Publishing.
6. Dugalić, V., Štimac, M. (2007). *Osnove berzanskog poslovanja*, Beograd, Stubovi kulture.
7. Ibbotson, R. G., Sindelar, J. L., & Ritter, J. R. (1988). Initial Public Offerings. *Journal of Applied Corporate Finance*, 1 (2), 37-45.
8. Liaw, K. T. (2012). *The business of investment banking: a comprehensive overview* (Third edition), Hoboken, New Jersey, John Wiley & Sons, Inc.
9. Matanović, J. (2007). *Primarno tržište kapitala*. Diplomski rad, Beograd, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju.
10. Ross, A. S., Westerfield, W. R., & Jordan, D. B. (2003). *Fundamentals of Corporate Finance* (Sixth edition), New York, McGraw-Hill/Irwin.
11. Schall, D. L., Haley, W. C. (1988). *Introduction to Financial Management* (Fifth edition), New York, McGraw-Hill, Inc.
12. Sharpe, F. W., Gordon, J. A., & Jeffery, V. B. (1995). *Investments*, New Jersey, Upper Saddle River, Prentice Hall.
13. Sherman, E. A. (2005). Global trends in IPO methods: Book building versus auctions with endogenous entry. *Journal of Financial Economics*, 78 (3), 615-649.
14. Šoškić, D., Živković, B. (2006). *Finansijska tržišta i institucije*, Beograd, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta.
15. Šoškić, B. D. (2007). *Hartije od vrednosti: upravljanje portfoliom i investicioni fondovi*, Beograd, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta.
16. Tinić, M. S. (1988). Anatomy of Initial Public Offerings of Common Stock, *The Journal of Finance*, 43 (4), 789-822.
17. Vasiljević, B. (2006). *Osnovi finansijskog tržišta*, Beograd, Izdavačko preduzeće Zavet.

THE PARTICULARITIES OF THE INITIAL PUBLIC OFFERING PROCESS IN THE UNITED STATES OF AMERICA

Ivana Vladimirović

Abstract: *Initial public offering (IPO) presents a special mode of emission when a company for the first time publicly emits shares that are available to a wide scope of investors, institutions and individuals. IPO is a huge step that companies are willing to take only after a detailed analysis of their current situation, as well as advantages, disadvantages and potential risks that this action entails. The greater part of initial public offering is done through investment banks as specialized and highly professional financial institutions, which help the issuers when estimating opportunities for placing securities on the primary capital market and also offering various other services. The aim of this paper is to present the particularities of the IPO process in accordance with the legal regulations of the United States of America. Since determining the adequate price of the shares of IPO is the most sensitive part, that most often the success of the whole process depends on, a concise analysis of the key methods and factors influencing price formation is presented at the end of the paper.*

Keywords: *shares, initial public offering, investment bank, price, capital market, United States of America.*

LISTA RECENZENATA

Prof. dr Aleksandar Majstorović, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Aleksandar Petković, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Aleksandra Tešić, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Boris Kuzman, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd

Prof. dr Branislav Dudić, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Danijela Anđelković, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Darjan Karabašević, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije u Beogradu

Prof. dr Dragan Ilić, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Ivana Brkić, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Jelena Bošković, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Jelena Kiurski, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Jelena Matijašević, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe u Novom Sadu

Prof. dr Jelena Vapa Tankosić, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Jonel Subić, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd

Prof. dr Jožef Kabok, Pokrajinski sekretarijat za visoko obrazovanje i naučnoistraživačku delatnost

Prof. dr Katarina Đurić, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad

Prof. dr Maja Ćirić, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Marija Čukanović Karavidić, Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo Beograd

Prof. dr Marina Simin, Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije Beograd

Prof. dr Marjan Krašna, Filozofski fakultet i Prirodoslovno matematički fakultet, Univerzitet u Mariboru

Prof. dr Mihajlo Rabrenović, Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd

Prof. dr Miodrag Brzaković, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije u Beogradu

Prof. dr Miroslav Čavlin, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Nebojša Novković, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad

Prof. dr Nedeljka Nikolova, „Sv. Kiril i Metodij“ Univerzitet u Skoplju

Prof. dr Nenad Marković, Fakultet za menadžment, Sremski Karlovci

Prof. dr Nikola Ćurčić, Istraživačko-razvojni institut „Tamiš“ Pančevo

Prof. dr Nikola Puvača, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Radivoj Prodanović, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Radmilo Pešić, Poljoprivredni fakultet, Beograd

Prof. dr Radovan Vladisavljević, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Saša Igić, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Simeon Rakonjac, Agronomski fakultet u Čačku

Prof. dr Slavica Mitrović, Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

Prof. dr Slobodan Nešković, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Slobodan Radišić, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Slobodan Živkucin, Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije Beograd

Prof. dr Snežana Tanasković, Agronomski fakultet u Čačku

Prof. dr Srđan Šljukić, Filizofski Fakultet, Univerzitet u Novom Sadu

Prof. dr Svetlana Ignjatijević, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Prof. dr Tomislav Brzaković, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije u Beogradu

Prof. dr Vesna Bogojević Arsić, Fakultet organizacionih nauka, Beograd

Prof. dr Vladan Pavlović, Ekonomski fakultet u Kosovskoj Mitrovici

Prof. dr Vladimir Đaković, Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

Prof. dr Vladimir Medović, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe u Novom Sadu

Prof. dr Vladimir Šimović, Veleučilište Baltazar, Zaprešić

Prof. dr Slađana Vujičić, Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo Beograd

Doc. dr Gorica Vuković, viši naučni saradnik, Poljoprivredni fakultet, Beograd

Doc. dr Jelena Popov, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Doc. dr Mirela Tomaš Simin, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad

Doc. dr Ratko Ivković, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu

Dr Anton Puškarić, Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd

Dr Dragana Ljubojević Pelić, viši naučni saradnik, Naučni institut za veterinarstvo Novi Sad

Dr Marija Mihailović, Institut za hemiju, tehnologiju i metalurgiju, Beograd

Dr Miloš Pelić, naučni saradnik, Naučni institut za veterinarstvo Novi Sad

Dr Mira Majstorović, Veleučilište „Lavoslav Ružička” Vukovar

Dr Miroslav Pavlović, Institut za hemiju, tehnologiju i metalurgiju, Beograd

Dr Nataša Kljajić, naučni saradnik, Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd

Dr sc Goran Buturac, znanstveni savjetnik, Ekonomski institut, Zagreb

Dr Svetlana Roljević Nikolić, viši naučni saradnik, Istraživačko-razvojni institut „Tamiš” Pančevo

Dr Vladimir Panić, Institut za hemiju, tehnologiju i metalurgiju, Beograd

Dr Željka Borzan, Veleučilište „Lavoslav Ružička” Vukovar

Dr Zorica Tomičić, viši naučni saradnik, Naučni institut za prehrambene tehnologije u Novom Sadu

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 recenzenta 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 me- nadžment, Novi Sad, Cvečarska 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. Smatra se da sva mišljenja izneta u objav- ljenom 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 ot- kucana 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 dostavi- ti recenzentima kompetentnim za odgovarajuće oblasti.

Pravila recenzije nalažu da se rukopis šalje bez identifikacije autora. Autori treba da po- sebno 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 zaposlen- ja, 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 au- tori da unutar teksta ili fusnotane 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 tekstom.

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

TEHNIČKO UPUTSTVO ZA FORMATIRANJE RADOVA

Radtrebada 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. Listareferenci:

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 naslovima 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

Soleša, D., Carić, M. (2016). *Informacione i komunikacione tehnologije*, Novi Sad: Univerzitet Privredna Akademija, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment.

Tridošest autora

Solesa, D., Juričić, V., Raisman, M. (2014). Web 2.0 as a potential for development of young people, *Technical Gazette* 21(6), 1403-1409.

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 ne- objavljeni 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 simp- toma 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

Soleša, D., Juričić, V., Raisman, M. (2014). *Web 2.0 as a potential for development of young people*, *Technical Gazette* 21(6), 1403-1409.

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.

Soleša, D., Černetič M., Gerlič I., (2007). *New Media in Education*, Selected topics, University of Novi Sad - Faculty of Education in Sombor, Faculty for Organizational Sciences in Kranj and University of Maribor - Faculty of Education Maribor, pg. 219

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) označava sa „&”

Tri do pet autora

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

(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.

**Časopis Ekonomija – teorija i praksa, ISSN 2217-5458 je
nastavak časopisa Zbornik radova, ISSN 1820-9165**

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. 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. Keywords (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

Soleša, D., Carić, M. (2016). *Informacione i komunikacione tehnologije*, Novi Sad: Univerzitet Privredna Akademija, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment.

Three to six authors

Soleša, D., Juričić, V., Raisman, M. (2014). Web 2.0 as a potential for development of young people, *Technical Gazette* 21(6), 1403-1409.

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.), *Psibopatija 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

Solesa, D., Juričić, V., Raisman, M. (2014). *Web 2.0 as a potential for development of young people*, *Technical Gazette* 21(6), 1403-1409.

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.

Soleša, D., Černetič M., Gerlič I., (2007). *New Media in Education*, Selected topics, University of Novi Sad - Faculty of Education in Sombor, Faculty for Organizational Sciences in Kranj and University of Maribor - Faculty of Education Maribor, pg. 219

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